

ESTUDIO DEL LIBRO DE BOLSILLO COMO PIEZA OBJETUAL EN EL
DESARROLLO DEL DISEÑO EDITORIAL

La imagen como texto

Trabajo de Investigación Dirigida Presentado al Programa de Diseño y Producción Gráfica
como requisito para homologar al título de
TECNÓLOGO EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA

Julio Antonio Vanoy Accro

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC

ESCUELA DE ARTES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO
Bogotá D.C. Julio 4 de 2009

Tabla de Contenidos

INTRODUCCIÓN

RESUMEN

PALABRAS CLAVES

1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 Subpreguntas

2. OBJETIVO

2.1 Objetivo general

2.2 Objetivo específico

3. JUSTIFICACIÓN

4. MARCO TEÓRICO

4.1 Definición de Bolsilibro

4.2 El libro como concepto objetual

4.3 Las formas previas de la lectura

4.4 El libro medieval

4.5 Gutenberg y la imprenta

4.6 La imprenta real, el enciclopedismo y la imprenta privada

4.7 El libro moderno

4.8 Historia del libro de bolsillo

4.9 La presentación editorial durante los siglos XIX y XX

4.10 Vecindad del libro y los medios de información

4.11 España y Francia, hábito del bolsilibro

4.12 Globalización y el libro de bolsillo

4.13 El vaticinio editorial

4.14 La calidad en forma de bolsillo

5. HIPÓTESIS

6. MARCO METODOLÓGICO

7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

RESULTADOS

RESUMEN

El proyecto en cuestión no trata de evidenciar el valor editorial del bolsilibro, a través de lo documental su objetivo es ofrecer elementos caracterizadores que permitan enmarcar la aproximación que como objeto el libro de bolsillo construye un valor cultural en el ejercicio de la lectura, pertinente al funcionamiento mismo del lenguaje en el género del diseño editorial. El valor de la imagen en estas áreas se propone como texto en contradicción al principio formal de la escritura.

La historia del bolsilibro desde el campo literario ha provocado una densificación icónica, logrando sustituir los procedimientos más eclécticos del escrito por nuevos estilos de representaciones gráficas para el desarrollo del pensamiento crítico en la instrucción del diseño.

La imagen y los elementos del diseño editorial se analizan en su mayoría a través de los mecanismos de la percepción visual, donde la cultura objetual tiene un tratamiento netamente visual.

El carácter objetual del libro de bolsillo se presenta como elemento de lenguaje desde la imagen y recurso gráfico, generando una comunicación simple o compleja, al nivel de las relaciones humanas o sociales, esta comunicación genera una información que tiene una fuente y un destino, la cual genera una cadena que une y constituye un canal por el cual la información o mensaje se transmite y se reduce a señales o símbolos codificados, que por convención preestablecida se destinan a representar y transmitir un mensaje ente la fuente y el punto de destino.

ABSTRAC

The project at issue it does not try to demonstrate the publishing value of bolsilibro, through exploratory his objective is to offer characteristic elements that allow to frame the approach that as object the paperback book constructs a cultural value in the exercise of the reading, pertinent to the same operation of the language in the sort of the design. The value of the image in these areas sets out like text in at the outset formal contradiction of the writing.

The history of bolsilibro from the literary field has caused an iconic densification, managing to replace the most eclectic procedures of the writing by new styles of graphical representations for the development of the critical thought in the instruction of the design.

The image and the elements of the design are analyzed in their majority through the mechanisms of the visual pereception, where the objetual culture has a visual treatment net.

The objetual character of the paperback book appears like language element from the image and graphic resource, generating a communication simple or complex, at the level of the human or social relations, this communication generates a information that has a source and a destiny, which generates a chain that unites and constitutes a channel by which the information or message is transmitted and it is reduced to signals or codified symbols, that by pre-established convention they are destined to represent and to transmit a message being the source and the destination.

3. PALABRAS CLAVES

Libro, Diseño Gráfico, Imagen, Percepción, Semiótica, Hermenéutica, Lenguaje Visual, Retórica, Didáctica.

KEY WORDS

Book, Graphical Design, Image, Perception, Semiotics, Hermenéutica, Visual, Rhetorical, Didactic, Language.

INTRODUCCIÓN

El punto de partida para esta introducción no puede ser otro que el valor de una evidencia que, por el hecho de serlo, corre el riesgo de no ser estudiada en sus múltiples implicaciones; el valor del diagnóstico o elementos para pronóstico desde lo metodológico son irrelevantes, no hace falta remitirse a datos estadísticos, más del 90% de las informaciones del diseñador, se analiza a través de los sentidos de la vista y el oído, específicamente, a través del mecanismo de la percepción visual, para tomar en cuenta que, la información y la cultura objetual en estas áreas de conocimiento tienen un tratamiento preponderantemente visual.

Lo anterior no reviste un problema en sí, ya que lo perceptual y el mundo de lo objetual se determinan en el universo de la abstracción, la imagen como soporte de lo objetual se procede para esta investigación en la expansión de lo visual, dando el acento en el punto clave que la imagen en los procesos del diseño impone, es decir, su carácter de inmediatez, su apariencia de reflejo especular de la realidad y la duplicación de la misma.

El carácter objetual del libro de bolsillo se presenta como elemento de lenguaje desde la imagen y recurso gráfico como significación, estableciendo propios códigos de lectura, independiente ello de su contenido; su bajo costo, adaptación editorial, prestaciones y la condensación de información lo exhibe como analogía de estrategias pedagógicas, para el caso, guías, talleres o laboratorios, dando una correspondencia de la iteración e informalidad de los procesos.

La valoración de diagnóstico o control del pronóstico para investigación no determina en el recurso gráfico aquí descrito, proyecciones, consecuencias, políticas o diseño de modelos, pues trata de dilucidar si la imagen es una forma estructuralmente diferenciada de

representación interna, si posee un formato diferente de otras representaciones y si constituye o no una forma funcionalmente distinta de representación mental de la idea (pensamiento crítico).

1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Tiene el libro de bolsillo desde su valor objetual condición para recurso gráfico en la práctica del diseño?

1.1 SUBPREGUNTAS

- ¿Es el libro de bolsillo código de significación en el lenguaje del diseño gráfico?

- ¿Posee la imagen gráfica funcionamiento textual en la codificación y enseñanza del diseño?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

El proyecto desde su enunciación constituirá una aproximación teórica para la formulación y desarrollo de las prácticas icónicas en la disciplina del diseño editorial.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar el sentido objetual del libro de bolsillo en su estructura formal y procedencia.

- Como valor específico se trata de generar una competencia operativa dirigida a la lectura de las imágenes.

- Identificar los elementos que dentro de la significación las imágenes definan un sentido de texto.

3. JUSTIFICACIÓN

Sin la predeterminación de un problema como tal, la valoración de estrategias o recursos pedagógicos, guías y talleres para nuestro caso, han caracterizado desde el programa de Diseño Gráfico de la Corporación Universitaria Unitec, la multiplicación informal de instructivos donde gráfica y texto se proponen como contenido disperso y alternativo para la teorización y didáctica del diseño, sin condiciones o garantías que desde el pensamiento construyan un lenguaje gráfico y objetual.

Siendo vitales en los procesos de aprendizaje, estas piezas han determinado protagonismos y argumentos para la estimación o evaluación de proyectos en la práctica del diseño dentro del Programa, su información y contenidos se adaptan tan solo al deber disciplinario que estas implican como metodología educativa, en donde su carácter objetual (fotocopiado), desestimado por género, no reúne la condición como recurso gráfico.

La cantidad de información recopilada en guías o talleres a partir de la implementación curricular (registro calificado) plantea en primera instancia el estudio desde lo semiótico como elemento argumentativo desde la imagen y de reproducción a manera de libro como recurso o pieza gráfica. Tal pertinencia se establece a partir de los medios icónicos propios del diseño y, como problemática teórica, la significación en torno a los lenguajes visuales a condición del cruce de una evolución histórica y el desarrollo tecnológico.

Entendiendo que el diseño, en todo su género, no refiere ni establece lo discursivo, su articulación como pensamiento se fija desde lo argumentativo, a lo cual, la conformación de elementos comprensibles permite dos opciones para el cuestionamiento, la primera es entender el texto como valor interpretativo a partir de la lectura y la segunda, el valor de la imagen como texto a partir de la significación. Los libros se construyen como la

recopilación de información (unidad literaria) en donde el proceso tecnológico lo determina en calidad objeto bajo estándares de configuración, negando todo precepto como valor de pensamiento (lenguaje objetual).

El desarrollo de toda esta información en el Programa de Diseño y producción Gráfica delimita la forma del objeto (guías, talleres y laboratorios) a la disposición y sucesión de letras, haciendo decir al texto lo que la imagen representa, en una redundancia que certifica la unión del mostrar y el nombrar, del figurar y del decir, del reproducir y del articular, del mirar y el leer; una práctica que para lo metodológico, lo didáctico y lo pedagógico no involucra pensar la imagen, siendo esta la esencia del diseño.

4. MARCO TEÓRICO

El presente proyecto presenta un estudio basado en los elementos caracterizadores que permiten enmarcar la inflexión, que como objeto, el libro de bolsillo constituye un valor cultural en el ejercicio de la lectura.

El enfoque utilizado será el de construir conceptos procedentes y avalados en las áreas del diseño, con la convicción de que el bolsilibro como "objeto imagen" es productivo en el terreno conceptual del pensamiento crítico del diseño gráfico.

Estableciendo propios códigos de lectura, independiente ello de su contenido, el bolsilibro, por su bajo costo, adaptación editorial, prestancias y la condensación de información lo exhibe como analogía de estrategias pedagógicas, para el caso, guías, talleres o laboratorios, dando una correspondencia de la iteración e informalidad de los procesos.

Humberto Eco (1968), nos dice que un índice o indicio visual es algo que dirige la atención hacia el objeto indicado por un impulso ciego. "Sin duda alguna cuando vemos

una mancha de agua, a partir de este índice deducimos enseguida que cayó agua; del mismo modo, cuando vemos una flecha que señala, nos vemos incitado a dirigirnos en el sentido de la dirección sugerida. Todo indicio o índice visual nos comunica algo, a través de un impulso más o menos ciego, en relación a un sistema de convenciones, signos o iconos o de experiencias aprendidas”.

En este sentido, debemos aclarar el concepto de signo icónico. Es icónico el signo que posee algunas propiedades del objeto representado. A este respecto, el retrato de una persona es icónico hasta cierto punto, porque la tela pintada no tiene la textura de la piel, ni la facultad de hablar y moverse que tiene la persona cuyo retrato representa. En este sentido, un signo icónico es un signo semejante en algunos aspectos a lo que denota.

Precisamente estudiar esta iteración, vista desde el campo editorial, tiende a eliminar la distinción entre la realidad de la imagen y la imagen de la realidad, es a lo que se dirige esta investigación, determinando lo que por mediatización y operación iterativa trae consigo el producir un libro de bolsillo.

En Barthes (1964) “El grado de figuración de una imagen (representación), el grado de iconicidad (identidad), deciden el grado de complejidad, prestando especial atención al hecho de que no basta una mera consideración de lo complejo en la imagen en función del número de elementos que la conforman, sino que es importante incluir las competencias preceptuales, tamaño, tipografías, diagramación, presencia o ausencia de color; en resumen, lo denominado dimensión estética. Este grado de normalización ligado a las prácticas de copiados múltiples (ediciones) y difusión masiva se entenderá como la dispersión de los sentidos.”

Representar icónicamente un objeto no es sino transcribir mediante artificios gráficos las propiedades culturales que se le atribuyen. Un objeto como el bolsilibro se define culturalmente a través de los códigos de reconocimiento que sirven para identificar los rasgos pertinentes y caracterizadoras del contenido.

Setenta y un años, ha tenido que esperar el bolsilibro para confirmarse como protagonista de su propio universo editorial.

4.1 DEFINICIÓN DE BOLSILIBRO

"Viajan con nosotros a todas partes, duermen a nuestro lado en la mesita de noche, los regalamos, compartimos, e incluso algunos los 'olvidan' con toda intención por la ciudad para que otros puedan disfrutar con su lectura"... (Melendo, 1996,3)

Pero exactamente, ¿de dónde viene su nombre? Sin duda el concepto de libro de bolsillo guarda un valioso y amplio doble sentido. "De bolsillo" por su tamaño, más reducido que el habitual, el llamado "de tapa dura".

También porque nace con la vocación de adaptarse a todos los bolsillos, económicamente hablando. De hecho, ésta es una de las características que con más pasión resaltan los editores más importantes del país: que el formato aspira a crear fondo tanto en los sellos literarios como en las bibliotecas de particulares, las de los amantes de la lectura, porque su precio así lo permite. "Los libros de bolsillo los compran los verdaderos lectores, aquellos que no compran libros por decorar, sino para ser leídos.

Aunque el término es amplio, incluso vago, un ramillete de características le dan identidad: cuerpo de letra más pequeño, menos hojas, papel casi siempre reciclado y tapas o encuadernación blanda o rústica.

El inglés Allen Lane, con su colección Penguin Books editada en 1935, está considerado el padre del libro de bolsillo, definió el Libro de bolsillo como; un libro de pequeño formato, barato, encuadernado en rústica, que suele contener obras clásicas y modernas ya consagradas. El éxito de este formato se debe no solo a su tamaño, sino también a su precio y contenido.

No existe una definición precisa y de valor universal del "libro de bolsillo" pero cabe señalar alguna de sus características, (Melendo, 1996) "Uno de los pilares básicos de la edición de bolsillo es el ser más accesible, económicamente hablando; sin embargo, se trata de algo más que lectura a buen precio. Por otro lado, en el pequeño libro de bolsillo cabe de todo, o casi de todo; se le resisten, lógicamente, las obras muy ilustradas. Podría hablarse, entonces, de libros baratos, pequeños y sobre cualquier tema".

Alberto Manguel [1] hace un encendido Elogio del libro de bolsillo. De todas formas, entre sus ventajas y maravillas se olvida de resaltar la principal (o única) de sus virtudes: el precio: "Ser 'de bolsillo' es una calidad que, en lo que a un libro se refiere, lo convierte en parte de nuestro cuerpo, como lo será, después de leído (es san Agustín quien lo dice), de nuestro espíritu".

Laurence Santantonios (1993), procura al respecto definiciones coloquiales de su adicción, que así define, de estos formatos, un libro barato que se encuentra, en general mal impreso, un libro no demasiado caro que no teme nada, fácil de transportar, que se puede llevar de paseo sin preocuparse de estropearlo o de doblarle las puntas, es práctico, ligero, puedo ponerlo en mi bolso de mano, pero yo no regalaría un libro de bolsillo, creo que es el mejor invento editorial del siglo XX; evidentemente no se revende al mismo precio que una Biblia de Gutenberg, es la democratización de la lectura, es lo que yo amo, en donde se

pueden subrayar pasajes, anotar, yo no podría hacerlo en un libro normal, un acceso agradable al libro. Para mí el libro de bolsillo es una auténtica golosina, sobre todo la colección "Folio". Yo la colecciono. Mis estanterías están preparadas para el formato pequeño de dicha colecciones, lo encuentro pasado de moda, de mala calidad, reflejo de los años 70, se encuentra todo en formato bolsillo, no importa qué sea, es la libertad de comprar solo mis libros, me acuerdo cuando tenía 16 o 17 años, adoraba el torniquete de la librería papelería de la calle Caulincourt: esos son los primeros libros que yo he comprado por mí mismo, no conozco más que eso, no compro más que libros de bolsillo.

Son los "pequeños" de las grandes editoriales, y no sólo por su tamaño, 18x11 centímetros aproximadamente. También su costo económico es modesto, los hay desde 300 pesetas, y sin embargo, o precisamente por ello, suponen entre el 33% y el 100% de la producción anual de las diversas editoriales en España. Los libros de bolsillo son una alternativa asequible y atractiva para hacerse con una biblioteca básica. Porque en tan manejable y económico formato se puede encontrar desde los clásicos al más reciente best-seller, un manual para hablar correctamente en público, o las recetas más sabrosas de la repostería monacal.

Bajo el título de Pequeños libros para grandes lectores el sello Punto de lectura del Grupo Santillana ha montado un seminario en el que participa Peter Mayer, se trata, curiosamente, de intentar analizar un mercado sobre el cual nadie ha fijado hasta la fecha los límites con claridad. Mejor dicho: cada editor puede fijar sus propios límites, sin haber acabado de objetivar qué es eso del libro de bolsillo. Si uno pregunta cuál es la definición que se utiliza de Libro de Bolsillo para los estudios de Comercio Interior se encontrará que éste queda reducido, exclusivamente a un "formato" aunque no se defina el mismo, no existe

una definición precisa y universal del libro de bolsillo, nos encontramos, por lo tanto con uno de estos fenómenos curiosos sobre los cuales, se organizan Jornadas sin saber de qué se habla exactamente, se hacen estudios de volumen de facturación sin saber qué es lo que se mide y dejándolo al criterio subjetivo. Está claro que el formato no es suficiente ya que guarda también en ocasiones una estrecha relación con el tema de derechos.

No parece escaparse del fenómeno tiránico de la novedad: La tiranía de la novedad toca también el libro de bolsillo... Muy a menudo el público toma por novedades libros que ya han sido publicados bajo otras sobrecubiertas. Se comienza a hacer segmentaciones en el bolsillo: policiaca, ciencia-ficción, escolar, etc... Publicar con otra sobretapa, otro número de ISBN y otro precio (evidentemente más elevado) es convertir al libro en una novedad. (Santantonios 1993, 189).

Ni del de exceso de oferta la edición de bolsillo ha invertido tanto en el signo, la última década ha producido un exceso de oferta respecto al espacio librero y el número de lectores. Durante años se había afirmado que el fondo de una editorial, la backlist, lo constituía la edición de bolsillo, ahora se trata de una segunda vida, también breve. (Herralde, 2003, 158)

Parece que, al final, se convierte en un baul donde todo cabe. Al inicio, se trataba de publicar en pequeño formato, de difundir ampliamente a menor precio. Hoy se encuentra un poco de todo: libros de pequeño formato, apenas discernibles de las primeras ediciones, que se llama "semibolsillo". Fuera de las grandes colecciones de bolsillo, hay cientos de autores creados por los propios editores, con el objetivo de hacer vivir títulos y de dar una segunda oportunidad a los libros de su fondo que no interesan necesariamente a los grandes editores. (Santantonios, 1993, pág. 190).

4.2 EL LIBRO COMO CONCEPTO OBJETUAL

La definición ortodoxa del libro nos remite a "...toda publicación unitaria que conste como mínimo de 50 páginas sin contar las cubiertas. Dicho número de páginas se refiere a un solo volumen o al conjunto de fascículos o entregas que componen una misma obra".

Esta aproximación se nos queda corta si vemos al libro como el receptáculo de cultura más allá de una forma determinada específica. Así piezas importantísimas como las tablas de arcilla de los sumerios, los rollos de papiro egipcios o los "libros electrónicos" escapan a esta definición. Con tristeza vemos también como catalejos de páginas sin ningún sentido estético ni conceptual merecen el nombre de "libro".

Nuestra visión sobre el tema del libro, el diseño y la cultura está más cerca del aporte humano en su contexto, en un producto de consumo cultural que resume muchas disciplinas y el trabajo en equipo para dejar una huella en la historia.

Sobre la objetividad del estudio histórico comulgamos con la definición adoptada por Philip Meggs (1991) en el prefacio de su libro "Una historia del diseño gráfico" donde expresa:

La historia es en gran medida un mito, debido a que el historiador ve retrospectivamente la red de la lucha humana grande y extendida e intenta construir una trama sobre su significado. El simplificar excesivamente, la ignorancia de las causas y sus efectos, y la falta de un punto de vista objetivo constituyen graves riesgos para el historiador. Cuando intentamos registrar los logros del pasado, lo hacemos desde la perspectiva de nuestra propia época. La historia se convierte en un reflejo de las necesidades, sensibilidades y actitudes vigentes en los tiempos del cronista, pero también representa los logros de épocas pasadas. A pesar de que se

luche por alcanzar la objetividad, las introspecciones y limitaciones del conocimiento individual finalmente entorpecen.

4.3 LAS FORMAS PREVIAS DE LA LECTURA

Uno de los hitos más importantes en la evolución humana fue el desarrollo de la escritura. Desde el paso por la representación gráfica de elementos de caza hasta el desarrollo del alfabeto el ser humano logró transformar la manera de como se trasmite el conocimiento. La transferencia oral de historias y enseñanzas tenían dos defectos fundamentales, la falta de memoria y la poca difusión. La palabra escrita hizo que el conocimiento trascendiera y llevó a los pueblos a convertirse en civilizaciones. Por eso antes de hablar del libro debemos hurgar en ciertos aspectos que nos ayudan a entender su forma, su función y su importancia.

Como la cuna de la civilización, de la cultura, se identifica al pueblo sumerio (5000 a.C a 300 a.C) en Mesopotamia. Ellos crearon sistemas jerárquicos de organización social y vivían de actividades agrícolas y de cría. Se presume que la escritura se inventó en esta civilización ante la necesidad de llevar registros de la administración de los recursos, cosechas y los impuestos. Incluso hay quienes afirman que los primeros soportes de escritura eran los sacos y vasijas contenedores de semillas donde se identificaba el contenido de los mismos y sus cantidades. Es lógico deducir que en estas tierras fértiles donde se conocía el trabajo de la alfarería se utilizaran tablas de barro para escribir. Los sacerdotes eran los encargados de administrar los recursos del pueblo por el respeto y confianza que inspiraban. La casta de los escribas eran los encargados de leer y escribir en lenguaje cuneiforme, esta disciplina les infundía autoridad y poder. La escritura permitió a los mesopotámicos desarrollar de manera pasmosa la difusión del conocimiento y dejaron

plasmados contratos y registros comerciales, así como datos en lo referente a religión, matemáticas, historia, leyes, medicina, astronomía o literatura en forma de poesía, mitos, himnos, relatos épicos y leyendas.

El principal aporte de los egipcios (3000 a.C. a 200 a.C.) aparte del desarrollo de un lenguaje ideográfico a través de los jeroglíficos es la manufactura del papiro, antecesor del papel que sustituye las grandes tallas en piedra, los frescos y grabados en barro por un soporte transportable y almacenable.

La caligrafía pictográfica (1800 a.C.) y la invención del papel (105 d.C.) son desarrollos importantes que nos legó la cultura china junto con la brújula y la pólvora. Después de la escritura el invento más importante de la humanidad se puede decir que es la imprenta (165 d.C.). La reproducción de varios ejemplares a partir de un original es de origen chino. Se plantean dos hipótesis sobre su invención: la primera era la búsqueda de reproducir varios sellos de identificación de manuscritos y la segunda trata de la práctica de hacer impresiones entintadas de tallas en piedra.

El siguiente paso en la evolución de la comunicación humana lo constituyó el alfabeto. Los complejos sistemas de identificación visual como los pictogramas, jeroglíficos o ideogramas requerían de conocimientos y destrezas solo alcanzables por unos pocos. Hay teorías que explican el paso de la representación simbólica a la silábica y luego al alfabeto. Se cree que el alfabeto nació en la ciudad más antigua de Fenicia: Biblos. Los griegos llamaron biblos al papiro debido a que se exportaba por el puerto de Biblos. La palabra en español Biblia se deriva este vocablo. El pueblo fenicio era navegante y comerciante de modo que necesitaba de un sistema de comunicación más flexible. El sistema de escritura "exportado" por los fenicios es de 22 caracteres abstractos (1500 a.C.).

El alfabeto griego fue una transformación del fenicio, siendo el cambio más importante la transformación de cinco consonantes en vocales a, e, i, o, u. De hecho el nombre alfabeto tiene que ver con las dos primeras letras griegas alfa y beta. Hay letras en el alfabeto que son típicamente griegas como la Y y la Z. La Grecia antigua es llamada la cuna de la cultura ya que en esta civilización se desarrolló la ciencia, la filosofía y la política (el gobierno democrático).

El alfabeto latino es, con pocas variaciones, el conocido hoy en día. Su difusión y uso se debió a la influencia que tuvo el Imperio Romano en el mundo occidental. Aportes no solo de contenido sino de forma fueron aplicadas en el alfabeto latino, tal es el caso de las mayúsculas o letras capitales. De igual modo se desarrollaron dos tipos de escritura una rústica típica de manuscritos y otra cuadrada (capitalisquadrata) de proporciones majestuosas y formas armoniosas.

El concepto de columna de texto se presume que provenga de los monumentos romanos como la Columna de Trajano donde se hacía que los textos coincidieran de borde a borde del espacio disponible acentuando el orden de lectura de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo.

4.4 EL LIBRO MEDIEVAL

En la concepción del mundo medieval (desde la caída del Imperio Romano s. V hasta el Renacimiento s. XV) Dios es el centro del saber y en ese sentido todas las manifestaciones artísticas se vuelcan a enaltecerlo. Así vemos como se construyen grandes proyectos arquitectónicos y se iluminan de manera profusa y colorida las páginas de la Biblia en grandes formatos. La ilustración de libros debe su nombre a la "iluminación", que no era

otra cosa que agregar alfajores con fragmentos muy colorados y aplicaciones brillantes de oro y plata.

La iglesia adquiere el "poder" que genera resguardar y reproducir el conocimiento de los libros. Se crean grandes bibliotecas, las traducciones de textos bíblicos son una fuente importante de difusión del mensaje evangelizador, los monjes como escribas modernos son responsables de darle forma a los libros. El trabajo de los monjes, así como los gremios de artesanos le dan al trabajo de confección del libro el desarrollo de tareas específicas como el traductor, el escritor (no autor sino copista), el iluminador...

Los libros más importantes producidos en este periodo a parte de la Biblia y comentarios teológicos son los Libros de Hora, que eran libros de rezo privados pensados para personas concretas, por lo general miembros de la nobleza. Otros libros de la época eran los bestiarios (historias de fábulas animales), las Vidas de Santos y el Apocalipsis.

Paralelos a los libros miniados medievales (también conocidos como miniaturas, se hacían con minio-óxido de plomo color bermellón-) se comenzaron a imprimir de manera seriada barajas y tarot. Las barajas medievales eran hechas con bloques de madera tallados donde se entintaba el relieve y se imprimía sobre papel artesanal. Estas cartas eran la representación de las castas de la sociedad así: el oro representaba al rey, el vasto a los agricultores, la espada a los campesinos y la copa al clero.

Con el mismo procedimiento de los bloques de madera se hicieron hojas sueltas que si bien carecían de la gracia y profusión de los libros iluminados servían para difundir la palabra de Dios a través de los comentarios a la Biblia (Biblia moral, Biblia de los pobres) así como documentos de contenido religioso como bulas papales y notación musical.

4.5 GUTENBERG Y LA IMPRENTA

El renacimiento (s. XV y XVI) concibe al hombre como el centro y medida de todas las cosas. Su origen se forja a partir del redescubrimiento de la literatura y del mundo antiguo por parte de los poetas, filósofos y humanistas. Hay entonces un cambio paulatino y preciso de una cultura cristiana a una humana. El surgimiento de una clase media culta y los estudiantes universitarios arrebataron al clero el monopolio de la alfabetización creando un mercado nuevo y amplio para los materiales de lectura.

Un libro de 200 páginas requería de 5 meses de trabajo de un copista y 25 pieles de carnero para los pergaminos. En el año 1424 la Universidad de Cambridge tenía sólo 122 libros. El valor de un libro era igual al de una granja o un viñedo.

La figura del alemán Johannes Gensfleisch "Gutenberg" (1397-1498) es central y fundamental en la historia del libro y la cultura. Su labor consistió en perfeccionar la imprenta: por un lado con sus conocimientos de orfebrería elaboró una aleación de plomo, antimonio y estaño para hacer tipos móviles (tipografía), también elaboró sus propias tintas a base de aceite, armó una prensa similar a la de exprimir uvas para el vino y adaptó la manufactura de papel. Esta serie de optimizaciones hizo posible imprimir de manera relativamente económica y rápida trayendo como consecuencia el incremento de la alfabetización y la difusión del conocimiento. Este sistema de impresión con pocas modificaciones fue utilizado por 400 años.

El primero y más famoso de los libros impresos por Gutenberg fue la Biblia de 42 líneas. El libro consistía en 1.282 páginas de 30 por 40,5 cm, divididas en dos volúmenes, sin tapas ni foliaturas (numeración de páginas). Se realizaron 210 copias, 180 en papel y 30 en pergamino. La mancha tipográfica o textura se imprimió con tipografía, mientras que las

ilustraciones fueron hechas a mano en espacios especialmente asignados. La constante inversión de dinero para este proyecto desde su comienzo en 1452, llevó a Gutenberg a la banca rota y para el año 1455, al terminar la edición, su socio comercial obtuvo todos los beneficios.

Durante el renacimiento y el florecimiento de la imprenta surgieron ciertos oficios relacionados con el libro en la medida que se quiso tener más dominio y gusto por el objeto libro. De este modo el impresor frecuentemente era el autor y financista del libro y se puede identificar en este periodo el nacimiento del librero en tanto que esta persona era la más interesada en su venta, de modo que lo comercializaba directamente y con la pasión de quien ostenta la creación.

Entre las siguientes variaciones y aportes al sistema de imprimir, se produjeron libros que alternaban la impresión tipográfica con bloques de madera (xilografía), lo que dio origen en Alemania a los libros ilustrados. Los libros producidos desde 1455 hasta 1500 en Europa se les llama incunables y entre sus características principales se distinguen por no tener portada (también llamada frontis es la página donde se identifica el título completo de la obra, el autor y el pie editorial), ni pie de imprenta (también llamado colofón). Casi todos estos impresos se hicieron en tamaño folio, con tipos góticos y con frecuencia en dos tintas.

Otro de los más destacados impresores y editores renacentistas es el italiano Aldo Manucio (1499-1515). Se destacó como editor al imprimir de manera excelsa a los clásicos griegos. Entre sus aportes más importantes al desarrollo del libro están: el haberle dado una nueva visualidad (ya no se parecían a los amanuenses por el uso del tipo romano); el haber diseñado la llamada tipografía itálica (cursiva); el editar libros más económicos y pequeños, de formato de "bolsillo" y el haber introducido la práctica de encuadernar sus ediciones.

Anteriormente los libros se vendían con las páginas sueltas y los propietarios recurrían a artesanos encuadernadores quienes forraban los tomos con madera y piel con incrustaciones preciosas.

Entre los libros típicamente renacentistas se encuentran: los tratados de medidas y proporciones, la aritmética, estudios de la naturaleza, tratados del arte de la guerra, tratados de astrología, clásicos latinos y griegos, crónicas y fábulas de las naciones, y libros de horas y salmos. En Inglaterra en particular William Caxton editó los primeros "libros escolares". La difusión del libro permitió la difusión de las ideas reformadoras de la iglesia luterana en Alemania.

La imprenta llegó a México en el año 1539, a Rusia en 1553, a Japón en 1582 y Estados Unidos en 1639. Si bien en el siglo XVII no se hicieron avances rotundos en cuanto a la manufactura del libro, sí los hubo para la literatura en las personas de Miguel de Cervantes y William Shakespeare.

4.6 LA IMPRENTA REAL, EL ENCICLOPEDIISMO Y LA IMPRENTA PRIVADA

La difusión de la imprenta hizo que el oficio se vulgarizara. Se produjeron entonces libros carentes de todo sentido estético. Este fenómeno impulsó la consolidación de las imprentas institucionales en las universidades, los reyes y el papa, quienes con recursos y poder quisieron darle de nuevo sentido y valor al libro. Por su puesto esto también implicaba utilizar a la imprenta para la difusión de los intereses de la corona y el Vaticano.

Los libros a partir de este momento comenzaron a ser profusamente ornamentados, de esta forma orlas y caracteres de fantasía fueron fundidos para representar la magnificencia de sus protectores (los reyes). El estilo floral del Rococó francés plagó a los libros de un aspecto de "alfombra" y fueron encargados diseños de tipos especiales de

exclusivo uso real. La edición e impresión en Francia para el siglo XVIII estuvo dominado por dos grandes familias: los Fournier y los Didot. A François-Ambroise se debe la introducción de la medida tipográfica del punto.

El uso de grabados en cobre permitió la reproducción de imágenes con muchísimo más detalle y precisión. A través del libro se difundieron las ideas de la Ilustración (una moral sin ambiciones totalizadoras para lograr la felicidad general mediante el progreso alcanzado mediante la educación instaurando el principio soberano de nación...) que dieron origen a la Revolución Francesa de 1789.

El nombre más destacado en este período fue Denis Diderot quien por encargo desarrolló el Diccionario racional de las ciencias, de las artes y de los oficios. Por primera vez un diccionario trataba de dar respuesta, a través de textos y tablas, a cualquier consulta en el campo de las artes y de las ciencias. La Enciclopedia estaba inspirada en el racionalismo cartesiano y en ella colaboraron Voltaire, Montesquieu y Rousseau.

Vale la pena mencionar la obra tipográfica de Gian Baptista Bodoni, considerado el padre de la tipografía moderna.

4.7 EL LIBRO MODERNO

Con la revolución industrial, la tipografía y el libro adquieren un carácter internacional al no estar restringida a los intereses nacionalistas o religiosos. Las innovaciones en el campo de la industria cambiaron las costumbres y usos del libro así como la manera de fabricarlo, siendo las nuevas imprentas de carácter estrictamente privado. Entre otros avances técnicos podemos mencionar la litografía (luego off-set), la linotipia y la fotografía. En cuanto a la encuadernación se estableció la modalidad de rústica o cartoné, encolando la cubierta al lomo del libro.

La velocidad y las nuevas concepciones del arte hacen del libro un medio de difusión masiva. Surgen periódicos y revistas, dándole de este modo al libro un carácter más referencial.

Desde el punto de vista del diseño destaca para finales del siglo XIX la figura del inglés William Morris. Su aporte al diseño en general se basa en retomar la actividad artesanal como valor en los productos reaccionando así contra "la confusión artística, moral y social de la Revolución Industrial". El movimiento de Artes y Oficios abogó por la justicia social y las ideas relacionadas con el rescate de la naturaleza de los materiales y métodos artísticos. Si bien los libros de Morris representaban una vista al pasado, sus ideas cambiaron la manera de ver el diseño llevándolo del ornamento a la concepción de función y forma.

El arte moderno influyó la visión general que se tenía del libro. Por ejemplo el dadaísmo, le dio otro sentido a la palabra y su graficación. Las ideas de sencillez formal, la construcción y la universalidad se tradujeron en la asimetría, los colores puros y la tipografía sin serif.

Jan Tschichold [2] fue el principal responsable del desarrollo de las teorías de la aplicación de los principios constructivistas al diseño y al libro a través del tratado La nueva tipografía de 1928.

Para el año 1950 en Suiza se desarrolla el Estilo Tipográfico Internacional donde se desarrolla la fuente Helvética. Este diseño resume el espíritu reinante: la proposición de un ideal universal a través de una fuente limpia e inteligible, más allá de las ideologías o nacionalidades.

4.8 HISTORIA DEL LIBRO DE BOLSILLO

Los Elzevir o Elzeviro son una familia holandesa de editores que duró 132 años y gozó de gran prestigio durante el Siglo XVII. Sus libros fueron famosos por su pequeño formato, su precio económico y su objetivo de entretener. Fueron en la época el génesis de lo que hoy conocemos por libro de bolsillo.

Fue fundada por Luis (Lodewijk) Elzevir, natural de Lovaina, hijo de un maquinista de Plantino, que fue otra imprenta de la época que gozaba de gran esplendor debido a la exclusiva con la Iglesia para imprimir textos religiosos, trabajó en esta durante su juventud. Por motivos religiosos emigró al Norte de Holanda, a Leyden, donde fue librero, editor y bedet de la Universidad, que fue fundada en 1575 por el Príncipe de Orange y que tuvo un rápido crecimiento y una gran influencia. Tuvo 9 hijos y, a su muerte en 1617 estos continuaron con el negocio editorial, abriendo librerías en La Haya, Utrech y Ámsterdam. Durante el S.XVII el taller entró en decadencia, siendo liquidado en 1712.

Fueron más comerciantes que editores, ya que no se preocuparon tanto de las calidades del texto ni de corregir pruebas, como del negocio de la venta, del cual tenían gran conocimiento, influidos por los primeros años de trabajo de Luis Elzevir en la imprenta Platino. También se vieron beneficiados por las circunstancias de la época en Holanda, donde existía una mayor libertad de prensa con respecto a los demás países de Europa y donde el libro estaba experimentando un auge como bien de consumo.

Allen Lane Williams [3] crea elegantes y sobrias portadas con franjas horizontales blancas y naranjas, títulos de primera en edición miniatura y su tradicional pingüino en el lomo son algunas de las características que han hecho inmortal la marca Penguin en el mundo editorial fundada en 1935 por Allen Lane.

Aunque Lane no fue el primer editor de libros de bolsillo si fue uno de los que más calidad y elegancia le imprimió a las publicaciones de este tipo. Entre los aportes de este hombre a la industria editorial se encuentran la máquina destinada a las estaciones ferroviarias, el llamado 'Penguin cubator', que por sólo seis peniques expendía un título como si fuera una barra de chocolate. Este sistema que se hizo famoso en Inglaterra inicialmente, hoy es copiado en todos los países de la unidad europea. Lane, al igual que muchos editores actuales, también tuvo que luchar contra la censura. En 1960, para celebrar su veinticinco aniversario publicó una versión completa de la novela de fuerte carga erótica 'El Amante de Lady Chatterley', escrita en 1928. La novela de D.H. Lawrence fue perseguida bajo la ley británica de publicaciones obscenas y el caso fue juzgado en el famoso tribunal londinense de Old Bailey, Lane ganó el proceso y se llevó una buena fortuna por esta causa.

Entre los datos curiosos de esta editorial se encuentra que en los tres primeros años de la empresa logró vender 17 millones de ejemplares.

4.9 LA PRESENTACIÓN EDITORIAL DURANTE LOS SIGLOS XIX Y XX.

Durante el siglo XIX, se da un cambio sustancial a partir de la revolución francesa, que tiene como consecuencia la desaparición del Antiguo Régimen, el surgimiento de la sociedad industrial y de la ideología liberal, y la triple expansión de la riqueza, la población y la enseñanza. El libro va a ir alcanzando sectores cada vez más amplios de la sociedad, por medio de un aumento de las tiradas y con la mejora en el rendimiento de la producción gracias al empleo de nuevos procedimientos técnicos, lo que va a procurar un abaratamiento del precio del libro. Hasta el siglo XIX no se habían presentado presiones

sociales que afectarán a la funcionalidad del libro, su producción se mantuvo a lo largo de trescientos cincuenta años sin grandes cambios.

Los cambios respecto al papel afectan a dos aspectos: fabricación de la hoja continúa por medio de máquinas y la utilización de la pasta de madera, lo cual suponía un aumento de la producción de 100 Kg. diarios a 1.000 kilos. El primer intento en aumentar el rendimiento de la prensa se produjo con la utilización de la prensa de hierro y el aumento de su extensión superficial. Proporcionó mayor velocidad al proceso y permitió imprimir de una vez la totalidad de la composición. Con gran importancia en la aparición del periódico.

La máquina de imprimir conseguida por un movimiento horizontal de ida y vuelta por unos carriles, lo cual aumentará considerablemente la velocidad de impresión.

Otro de los aspectos que preocupa a los editores es el de conservar la composición para futuras ediciones, pero resultaba prohibitivo acumular todas las letras empleadas para la confección de un libro. El procedimiento no funcionó hasta la aparición del molde de cartón, la estereotipia va a ser fundamental para las grandes tiradas de periódicos, pues simultáneamente varias máquinas podían estar imprimiendo el mismo texto, pero también se utilizó para libros cuyas nuevas ediciones eran previsibles.

Un avance para acrecentar la velocidad de la tirada le va a suponer la máquina de componer, sobre todo para la prensa por la expedita circulación de las noticias. La primera máquina de componer va a ser la linotipia (1886) que compone líneas enteras, y posteriormente la monotipia multiplicando por cinco la velocidad de composición. Todo ello sin disminución de la calidad, aunque van a aparecer obras hechas con ligereza, porque el propósito del editor era satisfacer al público por medio de un precio asequible.

Es el siglo de la ilustración en los libros, con el propósito de hacerlos más atractivos y motivar una mayor venta. Aparece la litografía con la posibilidad de reproducir el dibujo tal como lo había hecho el artista, sin la intervención del grabador. Y posteriormente la fotografía. En lo referente a la encuadernación aparece la encuadernación editorial o industrial.

El nuevo contenido de los libros y los nuevos destinatarios van a motivar grandes transformaciones en la comercialización de libro. Se fue destacando la figura del editor sobre la del impresor, y sobre el librero. Entre las nuevas formas de comercialización aparecen los folletines o entregas, cuyo contenido era igual que el de un libro, pero cuya comercialización era la de la prensa: aparición periódica, venta mediante suscripción y bajo coste en cada entrega. Y cuyo contenido era muy diversificado, aunque pronto se irá adaptando a las apetencias del mercado. Impreso a dos columnas y con ilustraciones baratas y elementales. Con el creciente interés por las noticias recientes y las posibilidades que ofrece la nueva industria a la vez motivadas por aquel, va a dar lugar al desarrollo de la prensa que irá ganando lectores al libro hasta ocupar el primer puesto en la circulación de la información impresa. Hay además un aumento de los lectores por la extensión de la enseñanza. Para captar lectores los periódicos irán adaptando su contenido a la preparación y gustos de la mayoría (noticias breves, atención a lo sensacionalista, novela, folletín, información deportiva, etc.). Fue tal el poder de la prensa que se le denominó cuarto poder. Pero como reacción al mecanismo y la adaptación del libro a las necesidades del mercado va a suponer la aparición de las sociedades de bibliófilos, y talleres artesanales donde se hacen los trabajos como en la primera parte de la imprenta, con más preocupaciones artísticas que comerciales.

Ya durante los últimos años del s. XIX y principios del XX la historia del libro se va a ver influenciada por movimientos como el impresionismo, cubismo, expresionismo, etc. tanto en las ilustraciones, encuadernación como en el contenido.

Dentro de las tendencias marcadas por el siglo anterior, va a seguir la historia del libro en el s. XX, pero de manera acrecentada basándose en mejoras en la producción y consecuente abaratamiento del libro; un mayor número de títulos publicados y de ejemplares por tirada. Otra de las novedades es la aparición de nuevos soportes que gozan de gran popularidad, con una increíble capacidad de almacenamiento y recuperación de la información. Al igual que sucederá con el sector industrial se produce un progresivo desplazamiento de la mecánica por la electrónica. Con nuevos procedimientos de impresión como el offset, imprimiendo con gran calidad, a enorme rapidez y con facilidad para reproducir fotografías y colores.

La composición por ordenador, que no precisa de operarios especializados; resultando la conservación del texto cómoda y con posibilidad de ser actualizada rápidamente. Con capacidad de almacenamiento en ascenso y costes en descenso, con rapidez de acceso y transferencia a puntos situados muy lejanos en el espacio. Sin lugar a dudas se trata de la justa respuesta al crecimiento desatado de la información impresa, de la cual ya hablaba en 1935 el filósofo español Ortega y Gasset en su conferencia "La misión del bibliotecario" en el congreso celebrado en Madrid del mismo año.

Aunque se haya cuestionado la funcionalidad del libro en la época actual, hay que señalar que otros tipos de soportes ganarán terreno al impreso en campos donde la actualización de la información sea constante, como pueden ser datos económicos o fuentes de información secundaria. Pero la perdurabilidad del libro está asegurada por su continua

adaptación a las circunstancias avaladas por siglos de historia y en especial para aquellas publicaciones en donde se compendian la fijación de los saberes, como en manuales, textos para la enseñanza; "ya que el hombre tiene conciencia de que es un instrumento conservador, que fue creado fundamentalmente para ser memoria" (H. Escolar), y particularmente en materias relacionadas con las humanidades, donde el índice de obsolescencia es más bajo.

Como consecuencia del crecimiento de nivel de vida se ha producido una enorme expansión de las bibliotecas, lo que ha llevado a su diversificación. Junto a la labor realizada por organismos intergubernamentales y asociaciones profesionales, está la labor realizada por los gobiernos a medida que se ha ido tomando conciencia del fenómeno. Con una diversificación de la biblioteca, desde la pública para todos hasta la aparición de los modernos centros de documentación concentrados en partes muy concretas de una rama del saber, que realizan tareas de maximización y canalización de la información, discriminando lo que consideran superfluo de lo que realmente les parece pertinente.

Creando un nuevo concepto de biblioteca más volcado a la comunicación que a la conservación, en el cual prima más la red de relaciones exteriores posibilitadas por las nuevas tecnologías que los medios de que pueda disponer la propia biblioteca, apareciendo la cooperación bibliotecaria y el funcionamiento en red, con el fin de poder satisfacer de la manera más provechosa posible a aquellas necesidades crecientes que va imponiendo la mayor complejidad de la sociedad. Esto hay que contemplarlo desde los dos grandes programas desarrollados por la IFLA [4] el CBU [5] y la DUP [6].

4.10 VECINDAD DEL LIBRO Y LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN.

El aumento de los lectores han influido una serie de factores como es la mayor renta, que ha facilitado el poder de adquisición de medios de información, a lo que hay que añadir el fenómeno de la urbanización, donde hay gran movilidad social y la gente tiene la oportunidad de mejorar su nivel de vida, lo que supuso el desarrollo de la enseñanza, fuente principal para crear lectores potenciales.

También es importante señalar la tendencia vista en el siglo anterior hacia la mejora de la oferta de productos y su presentación atractiva por parte de las industrias comerciales. Uno de los organismos que más ha ayudado a la promoción de la enseñanza ha sido la UNESCO creada en 1946 como organización intergubernamental con el fin de sumar sus esfuerzos a contribuir por medio de la educación, la ciencia y la cultura a asegurar la paz y el respeto universal a la justicia, al ley y los derechos humanos para todos sin ningún tipo de distinción por raza, nación, lengua, sexo o religión. La UNESCO ha puesto a disposición de los gobiernos menos pudientes especialistas y planes para el desarrollo de las bibliotecas, con un interés especial centrado en las públicas y las escolares, facilitando la libre circulación del libro, aunque respetando los derechos de sus autores.

La producción mundial de libros ha crecido continuamente como consecuencia de la demanda formulada por una más amplia de personas alfabetizadas. Aunque la producción está desigualmente repartida. También hay que hacer mención de las nuevas formas de comercialización del libro, que en mayor o menor medida han abierto un mayor acceso al libro; se trata de los libros de bolsillo, recordemos el precedente histórico que al respecto supuso la venta de libros de bolsillo para el veneciano Aldo Manucio [8]. El libro de bolsillo del siglo XX posee dos características esenciales su precio y su tamaño, con gran

incidencia en el comprador y en la propia biblioteca pública, que si por una parte ha supuesto una restricción de acceso a estas por las posibilidades de adquisición, por otra ha proporcionado la posibilidad de que la biblioteca disponga de varios ejemplares de libros, especialmente de aquellos que tengan una demanda circunstancial, como son los best-sellers. Lo cual supone el triunfo de la funcionalidad del libro.

Otras nuevas formas de comercialización lo representan clubes de lectura, que suponen la modificación de los canales normales de venta, pues el editor se relaciona directamente con el usuario por medio del correo. Lo cual ha posibilitado el acceso a la lectura a personas situadas al margen de las librerías.

Nuevas formas de comercialización surgen con las nuevas técnicas de venta en otros sectores, que han afectado al sector del libro, como es el caso de las ventas a plazos y los fascículos general para obras de alto coste. Siguiendo los precedentes técnicos del siglo anterior los periódicos van a ir aumentando su tirada para atenderá una creciente población lectora. Tratándose de una industria de enormes recursos financieros, que se nutre de las ventas y de la publicidad, en competencia decreciente con otros medios como la radio y la televisión, con una gran desproporción en la comercialización de revistas científicas frente a las de divulgación.

Entre los medios audiovisuales que ocuparon en el siglo XX un puesto similar al del libro, protagonizan el cinematógrafo y la televisión, ambos de gran estimación social, y con valor icónico en los países desarrollados, llegando a ser todo un fenómeno de masas sin precedentes. Fenómeno sociológico que ha cambiado la fisonomía del hogar y ha logrado una unificación de criterios en todo el mundo de la información. En tales protagonismos solo la radio fue más rival de la prensa que del libro, con un gran desarrollo

hasta la aparición de la televisión. Pero con un renacer en los últimos años gracias a las novedades técnicas, como la frecuencia modulada que supone una mejor calidad de sonido y la aparición de pequeños receptores baratos y transportables, entre los mass media la prensa y el libro son los que tienen una audiencia teórica más restringida, pues son los que menos población pueden alcanzar; en cambio la radio alcanza a todos los que dominan la lengua. Otros medios que se han venido sumando a la explosión informativa del presente siglo han sido los registros sonoros como discos, cintas magnéticas y discos láser y los videocasetes. Entre las consecuencias del crecimiento de los medios de comunicación social es el haber despertado entre las gentes el deseo de recibir información en mayores cantidades y con mayor frecuencia; llegándose a tal punto que se habla de la era de la información, lo que ha provocado la aparición de medios para dominarla, ya que información es poder, y puede el que está informado, llegando a ser considerada como una mercancía más, por ello la reprografía [9] se constituye gracias al desarrollo de las técnicas modernas para la reproducción de textos escritos, como la herramienta principal de mercadeo y producción editorial en alto volumen, por asequibilidad y calidad aceptable en beneficio de costos, logra una rápida difusión de la información en todo estadio de lectura, entre los procedimientos y productos reprográficos destacan por su popularidad la microfotografía y la fotocopia, además cuentan con la posibilidad de ser comunicados rápidamente por el telefacsimil o fax a través de la línea telefónica.

4.11 ESPAÑA Y FRANCIA, HÁBITO DEL BOLSILIBRO

En la trayectoria reciente del libro de bolsillo en nuestro país, cabe destacar cómo este formato se convierte en centro de atención del sector editorial desde 1997, apareciendo por

primera vez reseñado aparte en el estudio anual que realiza la Federación de Gremios de Editores de nuestro país, el "Comercio Interior del Libro en España, 1997".

Este enfoque destacado responde, en primer lugar, a la percepción de un "boom" del libro de bolsillo en algunos mercados europeos, como Gran Bretaña y Alemania, donde este formato suponía un 40% del negocio editorial. En segundo lugar, está estrechamente relacionado con las cifras de cierta relevancia que este segmento de mercado cosechó en nuestro país en dicho año, en el que se produjeron 5.409 títulos en formato de libros de bolsillo y 31.055.201 ejemplares, lo que venía a suponer el 11,2% del total de títulos producidos en 1997 y el 9,5% del total de ejemplares editados en ese mismo año, precisamente, un año más tarde, en 1998, el análisis anual realizado por la Federación de Gremios de Editores de España sostenía que "los libros de bolsillo han modificado de manera importante en los últimos años la oferta y la demanda de libros". Aunque ese año las cifras disminuían ligeramente respecto al año anterior, será en 1999 cuando las magnitudes relacionadas con el libro de bolsillo en España alcancen su cota máxima en términos absolutos, llegando a los 6.233 títulos editados en ese formato y a los 33.506.691 ejemplares producidos.

A partir de ese ejercicio, los tres años siguientes (2000, 2001 y 2002) presentaron una tendencia ligeramente negativa en lo que a títulos editados y ejemplares producidos se refiere, lo que responde según los estudios, a una situación general que afectó al mercado editorial en su conjunto. Por el contrario, en 2003 se produjo un repunte en el número de títulos, llegando a los 4.846, lo que supuso un incremento de un 24,2% con respecto a los datos del año anterior. Sin embargo, se editaron más títulos pero menos ejemplares, ya que el número de ejemplares producidos disminuyó en un 36,4%, pasando de 30.297.527

ejemplares en 2002 a 23.935.958 ejemplares en 2003. Aún así, en 2004 aumentó tanto el número de títulos editados, que se emplazó en 5.031, como el volumen de ejemplares, que ascendió a 37.261.117; con una tirada media de 7.406 ejemplares. La cuota de mercado representó un 7,4% del total de títulos editados en 2004 y el 12% de los ejemplares producidos.

La tendencia positiva iniciada en 2003 mantiene su continuidad en 2005 en el número de títulos editados (5.378 títulos, un 6,8% más que el año anterior), pero sobre todo en el volumen de ejemplares publicados, que ha aumentado considerablemente (43.353.034 ejemplares, lo que supone un aumento del 16,3% con respecto al año pasado). Así, la tirada media ha pasado de los 7.406 ejemplares en 2004 a los 8.061, según el estudio realizado por la Federación de Gremios de Editores de España, Comercio Interior del Libro en España 2005, respecto a la cuota de mercado, el libro de bolsillo representó un 7,7% del total de títulos editados en 2005 y el 13,5% de los ejemplares producidos, las empresas medianas (aquellas que facturan entre los 2.401.000 euros y los 18.000.000 euros) han editado el 63,7% de los títulos y han producido cerca del 64,6% de los ejemplares publicados el pasado 2005 en este formato.

Por Comunidades Autónomas, Cataluña se sitúa a la cabeza de la edición del libro de bolsillo en España en lo que respecta al número de títulos, ya que en 2005 ha editado el 61% de los títulos. Madrid, con el 38,2% de los títulos editados, lidera, no obstante la producción de ejemplares, alcanzando el 61,6% de los ejemplares en este mercado, respecto a las cifras de ventas, en 2005 se han vendido 28.498.249 ejemplares de libros de bolsillo en nuestro país, lo que representa el 66% de los ejemplares editados. Esto supuso una facturación en el mercado interior de 155.280.000 euros, es decir, un 5,3% del total

facturado por el sector editorial español en el mercado interior, lo que implica un incremento de un 13,3% respecto a la cifra de facturación de 2004. Cabe señalar que, al referirnos a títulos vendidos de libros de bolsillo, en realidad se están considerando tanto los títulos editados en 2005 como aquellos editados en años anteriores en este formato; por lo tanto, el número de títulos vendidos es siempre superior al de títulos editados, el precio medio obtenido en 2005 para el libro de bolsillo ha sido de 5,5 euros, lo que supone 7,2 euros menos que el precio medio de la edición normal (de 12,72). El más económico corresponde a los libros de Literatura (5,4 euros) y el más elevado a los títulos de literatura Ciencias sociales y Humanidades (8,7 euros).

Según los datos de la presentación previa del estudio del Comercio Interior del Libro en España, la edición en formato bolsillo en 2006 ha sido de 5.232 títulos (un 2,7% menos que el año anterior) y 38.212.871 ejemplares (-11,8%), la facturación asciende a 194 millones, reflejando un incremento del 25%. Los libros en formato bolsillo suponen además el 7,6% de los títulos editados; el 13,5% de los ejemplares editados; el 6,5% de la facturación de Comercio Interior y su precio medio es de 6,27 euros.

La demanda de libros de bolsillo muestra un importante potencial: el 60% de los compradores de libros se inclinan preferentemente por el libro de bolsillo, en función de su menor precio, tal como se deduce del estudio de investigación sociológica "Los Españoles y los libros" realizado por Tábulas V, a finales de 1997: "es evidente la distinción entre la encuadernación en lo que se llama 'tapa dura' y la más liviana de los libros de bolsillo o similares".

En relación con la pregunta sobre la preferencia por los libros de bolsillo, los entrevistados que habían comprado libros en el último año (59% de los instruidos), la

opinión de ese conjunto resultaba muy significativa: "el 40% son partidarios de la opción de 'pagar un poco más' por un volumen bien editado", teniendo en cuenta que "la buena edición no es sólo la tapa dura, sino el papel, la composición del texto y las ilustraciones, entre otros elementos" por otro lado, tal estudio al combinar los elementos de segmentación "clase social" y "nivel de estudios", ponía de manifiesto que "las personas con menos grados escolares son las más deseosas de los libros bien encuadernados. Esa relación sólo se apunta en las personas de las clases medias o acomodadas, pero está muy claro en las de la clase humilde. Quizá se percaten del símbolo de posición que pueden tener los libros bien encuadernados. Es el caso eminente de la Biblia, el Quijote o determinadas enciclopedias. A las personas caracterizadas por un fuerte grado de movilidad social ascendente, la posesión de esos libros clásicos les tiene que dar una gran seguridad".

En lo que se refiere a la historia reciente del libro de bolsillo en España, ésta está marcada por la influencia de "Espasa Calpe" ("Colección Austral") y "Alianza Editorial", pioneras en el formato de bolsillo a las que fueron añadiéndose otras editoriales de muy diversa dimensión. En 2002 se produjeron importantes movimientos en el sector editorial español orientados a la penetración en el mercado de bolsillo a través de acuerdos entre los grandes grupos editoriales, se crea el sello "Debolsillo", que hoy está en manos de Bertelsmann a través de Plaza & Janés; Planeta, por su cuenta, lanzó la colección Booket; por su parte, "Santillana" y "Ediciones B" crearon otro sello con el nombre "Punto de Lectura" que reúne los fondos de Ediciones B, Alfaguara, Taurus y El País-Aguilar, y posteriormente, los de la editorial Alba (del grupo Prensa Ibérica); las editoriales Anagrama, Edhasa, Salamandra, Tusquets y Península y Muchnik (las dos últimas del grupo 62) crearon la colección "Quinteto"; etc.

Una encuesta realizada por Acnielsen, cuyos resultados fueron hechos públicos en abril de 2002, señalaba que Debolsillo era líder con un 42% de cuota de mercado, seguida por Punto de Lectura, que tenía un 25% y, a mucha distancia por Alianza (8%) y por Booket (8%).

En el Primer Seminario Internacional del Libro de Bolsillo, celebrado en mayo de 2005, se respiró un optimismo generalizado entre los principales agentes editoriales del sector. "El mercado crecerá, las librerías ampliarán el espacio dedicado a bolsillo y confiamos en la presencia del libro de bolsillo en muchos puntos de venta, en el aumento (aunque pequeño) del índice de lectura, en las promociones y el marketing", afirmaba Blanca Rosa Roca, fundadora y administradora de Puzzle Editorial, desde entonces, la tendencia marca una clara intención de abrir el mercado a un público más amplio, lo que se deduce del incremento del número de ejemplares, la extensión a títulos de otros ámbitos y los avances en la calidad sin que ello suponga una subida de precios. De hecho, los librerías Pere Duch e Ignacio García-Barredo (Librería Estudio, Santander) llegaron a la siguiente conclusión en el Primer Seminario Internacional del Libro de Bolsillo (2005): "el libro de bolsillo se irá desproletarizando y convirtiéndose en un libro de bolsillo para las clases medias. Libros de bolsillo un poco más grandes, de más calidad, también en tapas duras, de mayor precio, pero no caro".

En Francia, último suplemento literario del diario Le Figaro dedica un reportaje al porvenir del libro de bolsillo (el "paperback"). En su artículo "¿Hasta dónde llegará el libro de bolsillo?" expresa el deslumbramiento frente al éxito de un género que cuenta hoy con más de cuatrocientas colecciones. Existe ahora una fuerte tendencia: cada casa editorial

crea sus propias colecciones de libros de bolsillo en lugar de vender los derechos a Le livre de Poche o Pocket, que fueron grandes colecciones utilizadas por todos.

Hoy, la fragmentación va creciendo en la oferta, pero las cinco grandes colecciones mantienen su dominio. Noventa por ciento de las ventas corresponden a *Le Livre de poche*, *Pocket*, *Folio*, *J'ai lu* y *Points*. Pero se notan dos desarrollos continuos que modifican el panorama, al crear nuevos espacios fuera del bolsillo clásico: la publicación directa de libros en colecciones de bolsillo, sin pasar por la etapa de la tapa dura, y la aparición del «demi-poche» (semi-bolsillo), que se parece al bolsillo por su precio y a la tapa dura por su calidad y el cuidado de su presentación. Le Figaro entrevistó a los responsables de las cinco grandes colecciones y hace una síntesis de sus aportes a través de la respuesta a cinco preguntas:

1. ¿Cómo se explica el crecimiento continuo de las ventas?

El precio es la primera explicación, pero también un cambio de estatus: el libro de bolsillo se parece a un producto cultural común, es como un juego de video o un CD. Se compra sin pensarlo.

2. ¿Existe un retrato tipo del comprador de libro de bolsillo?

No, pero no se confunde con el comprador de libro de tapa dura. Es muy probable, si tiene menos de cincuenta años, que nunca haya comprado otra cosa que libros de bolsillo.

3. ¿Cuáles son las consecuencias de la publicación directa de un libro en colección de bolsillo?

Son dos: por una parte, crece la competencia entre los editores para conseguir manuscritos o traducciones; por otra, crece el riesgo económico, pues inicialmente se suponía que en las colecciones de bolsillo se publicaban textos ya amortizados.

4. ¿Amenaza el libro de bolsillo la supervivencia del libro de tapa dura?

Como laboratorio de producción de autores y prototipo de nuevos libros, queda la tapa dura. Tampoco se modifica, de manera global, el papel del libro de bolsillo: es una herramienta para ampliar el mercado al conseguir nuevos lectores.

5. ¿Cuáles son los cambios provocados por los libros de bolsillo en la actividad de los editores?

Por tratarse de grandes números en venta, los libros de bolsillo obligan a pensar de otra manera en la promoción y la distribución. Hay un crecimiento del gasto en publicidad (representa ya el 7% de la facturación de Folio) y la venta por Internet tiene que hacer parte de la estrategia para alcanzar el nivel de difusión necesario.

A partir de 2008 la industria editorial en Europa genera un impulso a este formato con la creación de nuevos sellos, el reforzamiento de colecciones con títulos inéditos y alianzas estratégicas entre grupos editoriales que pondrán, en tirajes masivos y a bajo costo, títulos que antes rebasaban los 12 euros.

Ese formato pequeño, práctico y fácil de llevar, que fue creado para ser leído sin necesidad de un atril que lo sostuviera y que por eso cabe en el bolsillo del saco o en la bolsa de mano, ha despertado el interés de los editores mexicanos que quieren tener su sello propio porque son libros de bajo costo de producción, de venta rápida y con los que pueden dar salida a su fondo editorial.

En Latinoamérica solo Argentina y México dan un apartado específico para ese rubro, los empresarios del libro se inspiran en la experiencia europea. Sólo en España el texto de bolsillo vendió 28 millones 498 mil 249 ejemplares durante 2005, que representa 66% de los ejemplares editados. Los editores apuestan por ese formato que posee atributos básicos: tamaño reducido, edición rústica que va de 11x17,8 cm a 12.4x19 cm, precio económico — un tercio de la edición en pasta dura—, multitemático y distribución masiva de grandes tirajes. Están interesados en terminar con la idea de que los libros de bolsillo están mal hechos, con materiales de baja calidad.

En las librerías han ganado espacios, se exhiben bien y tienen buena recepción porque son de venta rápida, su principal diferencia está en el tamaño de la tipografía, pero ha ganado canales de venta que no tienen los libros convencionales. Se venden en los centros comerciales, tiendas departamentales, cafeterías, tiendas del aeropuerto y farmacias.

Librerías Gandhi, que desde hace más de un año vende libros bajo el sello Gandhi Ediciones, ha firmado convenios con editoriales como Planeta y Losada, a quienes les solicita determinados títulos con la única condición de que ostenten la portada monocromática que ellos manejan. A las editoriales les conviene: les compran un tiraje de por lo menos mil ejemplares de un libro al que sólo le ponen otra pasta porque los interiores son los mismos de su edición original de bolsillo.

Las cadenas de librerías obtienen buenos resultados, muchos de los títulos se agotan porque sus precios son más bajos, ejemplo de ello, son los bolsilibros que como texto de educación media se afianzan en su corta temporalidad, la Iliada y Odisea de Homero, La metamorfosis de Franz Kafka, La divina comedia de Dante Alighieri, Maten al león de Ibarguengoitia y entre otros.

Que en el último lustro el libro de bolsillo haya cobrado fuerza y despertado el interés no sólo de los lectores sino de los editores y libreros tiene que ver, según Arturo Ambed, director del Instituto de Desarrollo Profesional para Libreros (Indeli), con los beneficios económicos, las editoriales se interesan en difundir que el libro de bolsillo posee la misma calidad que el tamaño convencionales y promuevan lanzamientos de nuevos títulos para ese formato, sin que tengan que pasar por la edición grande.

Andrés Ramírez, editor de RHM (Random House Mondadori, S.A), asegura que el de bolsillo es un formato con una larga trayectoria en todos los países del mundo y son ediciones de calidad que no utilizan papel económico, ni se hacen impresiones de menor calidad.

“Nuestra premisa es: los mismos libros, con la misma calidad y a un precio mucho más accesible. El lector puede encontrar una amplia oferta de libros y contenidos a un precio más modesto... Hay la idea de que como ya pasaron por el formato grande, en bolsillo hay un papel de menor calidad, como menospreciando la edición; nosotros invertimos lo mismo que en un libro en formato grande”.

El futuro del bolsilibro abarca todos los géneros literarios, sirve para relanzamientos y rescates de obras, parece muy halagüeño. Carmina Rufrancos, editora de Planeta de ciudad de Mexico, dice que todas las editoriales han prestado atención al libro de bolsillo en los últimos cinco años, incluso hacen lanzamientos como lo hizo RHM con Crónicas de sangre de Ricardo Ravelo y La tercera memoria de Julio Scherer.

En México son muchas las colecciones que han surgido; los años 90 presentaron ediciones de bolsillo para Sep70 y La Centena, publicadas por el Estado mexicano. Hoy en día, están Punto de Lectura, de Santillana; Zeta Bolsillo y Byblos, de Ediciones B;

Debolsillo, de Random House Mondadori; Booket y Quinteto, de Planeta; Compactos, de Anagrama; Colección Popular, Breviarios y Centzontle, del Fondo de Cultura Económica, la UNAM y la UAM también tienen sus libros de bolsillo dentro de su colección Biblioteca Básica Universitaria.

4.12 GLOBALIZACIÓN Y EL LIBRO DE BOLSILLO [10]

Así como en algunos sectores la actual crisis económica está teniendo contundentes efectos negativos, el mundo editorial parece no tener claro todavía con qué fuerza se verá azotado. Mientras algunas casas editoriales afirman sentir ya un descenso en las ventas (de momento, dejamos al margen los obstáculos económicos derivados de otros factores), otras se muestran esperanzadas de que el libro sufra menos que otros productos. Como más vale prevenir que curar y la situación presente no es para tirar cohetes, ya se están apuntando algunos recortes en la producción de los próximos meses (contención en la cantidad de novedades, tiradas más ajustadas, ediciones más baratas, etc.). Pero el que parece más claro, lógico y seguro es la apuesta por el libro de bolsillo.

Uno de los pilares básicos de la edición de bolsillo es el ser más accesible, económicamente hablando, sin embargo, se trata de algo más que lectura a buen precio. Por otro lado, en el pequeño libro de bolsillo cabe de todo, o casi de todo; se le resisten, lógicamente, las obras muy ilustradas. Podría hablarse, entonces, de libros baratos, pequeños y sobre cualquier tema, el mercadeo de libros de menor formato continúan creciendo, a pesar de que en España ocupan una cuota de mercado de tan sólo el 14 por ciento, frente al 30 de países como Francia o Reino Unido. Mientras en Estados Unidos podemos encontrar la novedad editorial en tapa dura, bolsillo, audio libro y e-book, en todo el mundo las editoriales continúan retrasando la aparición del formato bolsillo en un intento

de sacar más beneficios de la tapa dura. Así que, salvo casos recientes y contados, las novedades llegan al bolsillo cuando ya no lo son, en España, el formato bolsillo supone un 9,1 por ciento de los títulos editados, y su precio medio ronda los 6 euros. En los últimos diez años, se ha pasado de un 11,3 a un 13,5 por ciento del total de ejemplares publicados; es decir, aumento, pero muy ligero.

Los inicios del libro de bolsillo en España se remontan a 1937, con la publicación de 'La rebelión de las masas' de Ortega y Gasset por Espasa-Calpe. Pero fue recién en 1997 cuando el libro de bolsillo centró la atención del sector editorial, y dos años después alcanzó sus mejores resultados.

Según datos de 2004, el 60 por ciento de los compradores de libros optan por este formato, mientras el 40 por ciento restante son partidarios de 'pagar un poco más' por un volumen bien editado, ya que la buena edición no es sólo la tapa dura, sino el papel, la composición del texto y las ilustraciones, entre otros elementos, cada vez se acorta más el tiempo de espera entre la publicación en tapa dura y en bolsillo de un mismo título, se diversifican las temáticas y los autores, se crean nuevas colecciones, se rescatan grandes clásicos y, en general, se mejora la calidad de la edición, por otro lado, el libro de bolsillo tiene la ventaja (su auténtico punto fuerte) de ser colocado en grandes superficies e hipermercados; su precio y tamaño los convierte en el producto cultural ideal para estos comercios que, en los últimos años, han ampliado el espacio destinado a la librería.

En el mercado español, como ejemplo de producción actual las editoriales que mayor empuje dan al libro de bolsillo son De Bolsillo (Random House Mondadori), que abarca casi la mitad de las ventas, Punto de Lectura (Santillana), Alianza (Anaya), Booket

(Planeta) y Byblos (Grupo Zeta). Cada vez son más los sellos editoriales que conceden un área importante de su catálogo a este tipo de libros.

4.13 EL VATICINIO EDITORIAL [11]

Esta es la historia 999 veces contada en la que un personaje secundario, e incluso desdeñado, se convierte en héroe: el libro de bolsillo. Un formato que emerge como un valor seguro para afrontar mejor la doble incertidumbre que se cierne sobre el mundo editorial en España: la crisis económica mundial y la inminencia del libro electrónico y las lecturas en el ciberespacio que obligan a una reinención del negocio literario.

Setenta y un años, cuatro meses y veintidós días ha tenido que esperar el bolsilibro para confirmarse como protagonista de su propio universo editorial español. De aquel debut el 30 de septiembre de 1937, con *La rebelión de las masas*, de José Ortega y Gasset, en Espasa-Calpe, y con intermitencias de popularidad y prestigio, se ha pasado a que sea el 9,1% de los 70.520 títulos editados anualmente, y represente el 12% de las ventas, afirma Antonio María Ávila, director ejecutivo de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE). Y sin dejar de crecer con novedosas ediciones que van desde el primer libro de todos los tiempos, el *Gilgamesh*, hasta los últimos éxitos de Cormac McCarthy, *La carretera*, o Mario Vargas Llosa, *Travesuras de la niña mala*, pasando por las Novelas ejemplares de Cervantes y todo Shakespeare.

Editores y librerías ratifican esta hora del bolsillo. No sólo ponen en él las esperanzas, al menos temporales, sino que lo visten de glamour y aceleran el proceso de dignificación del cual lo vienen revistiendo desde hace una década en la que ha crecido un 50%. Cumple, así, con su misión de dar una segunda vida a la creación literaria, más por menos. Ése es el mensaje que transmiten estos libros cuyo precio medio es de 6,40 euros.

Renovaciones en su forma y presentación, más calidad en la edición, nuevas estrategias de ventas, periodos cada vez más cortos entre el primer lanzamiento y su paso a bolsillo, aumento de títulos publicados directamente en este formato, nuevas traducciones, variedad de autores y ampliación del catálogo de temas y géneros que han logrado que las librerías les dediquen más espacio, confirma Paco Goyanes, de las librerías Cálamo, de Zaragoza.

Pero su punto de venta fuerte, y principal aliado, son las grandes superficies. Entre otras cosas porque el tamaño pequeño de los ejemplares permite exhibir más en menos espacio, y el precio es el adecuado para los súper o hipermercados y grandes almacenes que lo incluyen en la cesta de la compra, según MichèleChevallier, directora de la Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL).

Pocos artículos ofrecen tantas horas o días de placer por tan poco precio. Son un buen refugio. La prueba es Argentina, recuerda Victoria Chapa, de Punto de Lectura, porque durante su crisis económica, conocida como el corralito, a principios de la década, se demostró que los lectores encontraron en estos volúmenes su salvación, aunque España aún se encuentra a años luz del tratamiento que recibe este formato en el resto de Europa y en Estados Unidos, se va por buen camino, sobre todo si se hace una buena rotación del fondo y se aumentan los títulos inéditos, coinciden Blanca Rosa Roca, de Rocaeditorial y Rocabolsillo, y Valeria Ciompi, de Alianza, uno de los sellos emblemáticos, cuyo formato representa el 50% de su producción.

El auge del bolsilibro ha hecho que se reinventen algunos sellos (Puzzle de Roca pasó hace un año a ser Rocabolsillo), surjan nuevas líneas (MaxiTusquets con los títulos más vendidos, además de Fábula), se potencien bibliotecas de autor (Thomas Bernhard o Julio Verne en Alianza), se promocionen ediciones de tapa dura por temporadas como

Navidad (Booket con los premios Planeta o los escritores más vendidos en todos los sellos) o para títulos o autores especiales (Castalia), se hagan grandes lanzamientos con inéditos (Sabor a chocolate en Punto de Lectura o Dominio en Debolsillo), se fortalezcan los estudios preliminares de cada obra como lo hacen Cátedra y Espasa Austral; aparezcan más sellos como Verticales de Bolsillo, del Grupo Norma, o Nórdica Libros con su serie Mini Ilustrados, o se independicen otros (Gredos con su serie Biblioteca Universal); se rescaten grandes fondos temáticos tipo Novela Negra en Zeta Bolsillo y RBA; se amplien los puntos de venta para llegar a los quioscos (Anagrama), y, claro, se potencien aún más los best sellers, las novelas románticas y los títulos de autoayuda, y, finalmente, se arriesguen a incorporar nuevos géneros como la novela gráfica (Debolsillo con El maldito, tres días muerto). En este último apartado, según Josune García, de Cátedra, es decir, la incorporación de nuevos tipos de libros, estaría parte del futuro en este formato, a ésta puesta en escena se suman estrategias publicitarias tipo "Lleve dos libros de bolsillo y le damos otro" o campañas en Internet o webs especiales. "Nuestra vocación es llegar a todos los públicos", sentencia Nuria Cabuti, directora de la división Bolsillo de Random House Mondadori, cuyo sello Debolsillo tiene el 40% de la cuota de mercado española, a ello se suma una serie de circunstancias, según AnikLapointe y Manel Martos, de RBA y Gredos, respectivamente, como el crecimiento del sector, la coincidencia de buenos títulos y una fuerte presencia en librerías y puntos de venta, ahora, ya no se trata sólo de cantidad de títulos, sino de calidad en cuanto al contenido y la forma, insiste Armando Collazos, director de Ediciones Generales de Santillana en España, quien asegura una mejor promoción en dar al libro de bolsillo el sitio que merece. Un formato que ahora se crece porque ya no es sólo, o preferentemente, para escolares y universitarios, sino que debido a

su portabilidad parece jugar con cierta ventaja y ser un gran rival en los albores de tiempos digitales.

Mucho se ha hablado de las recesiones, y en el sector del libro, cada vez más encogido por estas crisis, y del formato de estos libros que invocan unos y otros como una especie de talismán que mediante un exorcismo mediático parece querer espantar al demonio de la crisis económica. Antes fue el "producto refugio", después el sector contracíclico, luego el "objeto-regalo", y ahora el libro encoge, como un personaje de Alicia en el País de las Maravillas, y se convierte en "bolsilibro", tremenda cosa para reivindicar, a la desesperada, el libro como "valor seguro" de su economía.

Según el artículo de marras de El País, "editores y libreros ratifican la hora del bolsillo", y en un alarde de mercadotecnia funambulista, "lo visten de glamour" y reclaman que su misión es "dar una segunda vida a la creación literaria". Para terminar, el artículo subraya, entre las virtudes de semejante artilugio, "surgido en España hace 71 años" (y más de 500 en la imprenta del veneciano Aldo Manuccio), su portabilidad, algo inmejorable frente a la "amenaza digital" y que refuerza la necesidad, según los responsables de los grandes grupos editoriales, de "dar al libro de bolsillo el sitio que merece".

Lo que merece este tema es una reflexión más seria, y esto desde hace tiempo. Los altos vuelos de la campaña pro defensa del libro de bolsillo, que parecen liderar libreros y editores al unísono, no es sino un intento desesperado de maquillar la profunda crisis editorial, la sobreproducción editorial irresponsable desde la reprografía, con ventas aseguradas desde su refugio, apuntan a un severo deslizamiento de la demanda hacia el best seller y el producto horizontal, el consumo, las librerías vacías y un aumento geométrico del nivel de devolución muestran en el sector del libro el no poder seguir

negando la evidencia. Por otra parte, las grandes cadenas y grandes superficies reducen no sólo el número de títulos que compran, sino el número de ejemplares de las novedades que se implantan. Las probabilidades de que el libro legal implantado germine y de flor son escasísimas, porque el nivel de invisibilidad de los libros está aumentando exponencialmente: a menor visibilidad, menor oportunidad de venta. Se hace necesario, por tanto, un vuelo bajo para saber qué es lo que está pasando realmente, y porqué el libro de bolsillo ha adquirido semejante protagonismo.

Hay que tener en cuenta que enfrentar tal crisis sectorial, producto de la crisis económica global; como consecuencia lógica de la ley del desarrollo desigual, la crisis en el sector del libro, ha tardado en notarse pero, no podemos seguir negándola o maquillándola, es presente y hace parte de la sintomatología mundial. Del bolsilibro no nos debe llamar la atención su tamaño ni su formato, menos su "portabilidad", lo singular del bolsilibro es su precio, el cambio de paradigma en el sector del libro está propiciando, entre otras cosas, un deslizamiento de la sensibilidad al precio por parte del lector-comprador, y el protagonismo del bolsillo no responde a una iniciativa de los editores, sino que es consecuencia directa de lo que hemos venido a llamar la mac/donalización de la sociedad y la implantación del modelo económico del low-cost, también en el mercado del libro. En este contexto ha demostrado mayor venta el libro de cuerpo económico con promedio que rondan las 700 páginas, por lo que el cliente valora la relación "cantidad/precio", en comparación, los libros de tapa dura de 200 páginas no es que sean caros, tan solo no son competitivos en el mercado. Nuevos tipos de mercado que exigen, pues, nuevas estrategias y una adecuación de productos. Es el salto del producto al cliente.

“En ese sentido, la lectura del artículo de Barbara Celis titulado “La edición en EEUU busca salida” nos vino a plantear, al margen de la grave y profunda crisis que la edición y el sector del libro están atravesando en los Estados Unidos, un problema de mucho mayor calado y envergadura; el problema de la “ineficiencia” del sector del libro, allí y aquí, tanto por el agotamiento de sus modelos, como por la forma de crear valor. La “ineficiencia” en el caso español se manifiesta en modelos de producción editorial poco atentos a la variable precio, y desconocedores, para la mayoría de editores, de cómo están cambiando los hábitos de consumo de los españoles. Como veremos en una próxima entrada, el sector editorial necesita urgentemente una reingeniería de sus modelos de negocio, y un replanteamiento de sus estrategias para adaptarse al nuevo paradigma de las economías lowcost, de las rentas limitadas y polarizadas y de los nuevos hábitos de consumo”.

En el aumento de los lectores han influido una serie de factores como es la mayor renta, que ha facilitado el poder de adquisición de medios de información, a lo que hay que añadir el fenómeno de la urbanización, donde hay gran movilidad social y la gente tiene la oportunidad de mejorar su nivel de vida, lo que supuso el desarrollo de la enseñanza, fuente principal para crear lectores potenciales (UNESCO, 2007).

También es importante señalar la tendencia vista en el siglo anterior hacia la mejora de la oferta de productos y su presentación atractiva por parte de las industrias comerciales. Uno de los organismos que más ha ayudado a la promoción de la enseñanza ha sido la UNESCO creada en 1946 como organización intergubernamental con el fin de sumar sus esfuerzos a contribuir por medio de la educación, la ciencia y la cultura a asegurar la paz y el respeto universal a la justicia, al ley y los derechos humanos para todos sin ningún tipo

de distinción por raza, nación, lengua, sexo o religión. La UNESCO ha puesto a disposición de los gobiernos menos pudientes especialistas y planes para el desarrollo de las bibliotecas, con un interés especial centrado en las públicas y las escolares, facilitando la libre circulación del libro, previa consideración de los derechos de sus autores.

4.14 LA CALIDAD EN FORMATO DE BOLSILLO.

¿Qué edición comprar de ese libro que nos gusta?, ¿una de bolsillo o un buen libro de calidad? La diferencia entre el libro de bolsillo y el libro tradicional, no está sólo en el tamaño. Es cierto que el libro de bolsillo, por su mejor portabilidad, es estupendo para leer en la calle, el transporte público o el sitio más cotidiano, pero hay otras cuestiones a valorar antes de decidir si se quiere una edición de bolsillo o una tradicional.

La principal e innegable ventaja del libro de bolsillo es su menor precio, que puede ser la mitad o incluso la tercera parte del de un libro 'de calidad', pero éste libro no tiene vocación de perdurar, es un tipo de libro que suele deteriorarse pronto debido a varias características:

1. la encuadernación no es la clásica de varios cuadernillos cosidos, sino que se trata de hojas sueltas y después encoladas, que con frecuencia se sueltan sin mucha dificultad.
2. las tapas suelen ser blandas (encuadernación en rústica) y con el lomo pegado al cuerpo del libro, por lo que aparecen feas estrias en éste en cuanto el libro se ha abierto un par de veces.
3. Para abaratar los costes de edición, la calidad del papel no es excesiva, se suele emplear un papel ligeramente oscuro y bastante poroso, lo que hace que el polvo e

incluso la contaminación, se adhiera con facilidad, envejeciendo las hojas muy rápidamente.

Además, hay que tener en cuenta que en aras de conseguir un menor tamaño, el tamaño de la letra es bastante menor que el correspondiente de la edición tradicional, y los márgenes blancos de las páginas son muchos menores. Esto hace que su lectura sea menos agradable, especialmente para los lectores que empiezan a padecer de vista cansada, en consecuencia, los libros de bolsillo son aconsejables para los lectores empedernidos que devoran los libros en cualquier sitio y situación y no tienen especial un especial deseo de conservar el libro, por el contrario, aquellos que desean formar una biblioteca y quieren disfrutar no sólo del contenido del libro, sino también de la visión de este y del tacto de las hojas al pasarlas, deben optar por un libro con encuadernación tradicional cosida y papel blanco de calidad.

Dos características esenciales definen el libro de bolsillo: su dócil tamaño y su voluntad nómada. Es por eso que el santo patrón de los libros de bolsillo es (o debería ser) un tal Lemuel Gulliver, viajero infatigable y minucioso cronista del minúsculo reino de Lilibut. Discreto, móvil, manuable, modesto, el libro de bolsillo es, de toda la biblioteca, el que más se pliega a la voluntad del lector. Porque es portátil, no exige que se lea en un lugar determinado, como los elefantinos volúmenes de una enciclopedia; porque es barato, no provoca en el lector que quiere garabatear en sus márgenes el sentimiento de lésamajesté que causan sus más aristocráticos hermanos de tapa dura; porque es pequeño, no desdeña el bolso ni, obviamente, el bolsillo, y se deja llevar a la cama como el más dócil de los enamorados.

A pesar de su modestia, su nacimiento es prestigioso. Siglos después de que la tableta de arcilla cediese paso al rollo, los primeros cristianos, temiendo ser vistos con un texto sagrado prohibido, plegaron el papiro o pergamino de manera que pudiese ser ocultado bajo la ropa. Así fueron creados los primeros libros de bolsillo, para proteger, dicen ciertos historiadores, la palabra del nuevo dios. Otros prefieren pensar que fue Julio César quien enviaba plegadas en forma de librito sus cartas personales, inventando así los primeros tascabili. Sea como fuera, el libro de bolsillo precede al libro de tamaño mayor como una suerte de modelo visionario, anticipando las guías de teléfono y los antifonarios. Más tarde, cuando el códex reemplazó definitivamente al rollo, el prestigio del texto requirió tamaños cada vez más inmensos y, como *deminimus non curatlex*, las leyes y decretos oficiales de la Edad Media desdeñaron el aspecto práctico del libro de bolsillo y exigieron formatos descomunales e incómodos. Las otras artes siguieron el ejemplo de las legales y el libro de bolsillo fue relegado al servilismo de algunos breviarios y libros de horas.

Fue al poco tiempo de la invención de la imprenta, que en Venecia el genial editor Aldo Manucio tuvo la idea de redimir el prestigio perdido del libro de bolsillo creando una colección de clásicos exquisitamente elaborados. Su intención fue la de poner en manos de todo lector, por más humilde que fuera, las obras maestras griegas y latinas. En parte tuvo éxito: en el Catálogo de precios de las prostitutas de Venecia del año 1535 aparece una tal Lucrezia Squarcia entre cuyas virtudes se alaba la de haber leído a Petrarca, Virgilio y "a veces hasta a Homero" en las ediciones Aldinas de bolsillo. Sin embargo, los libros de Manucio resultaron tan bellos que los aristócratas acabaron comprándolos para adornar sus

bibliotecas; por eso hoy pueden hallarse numerosos ejemplares immaculados, que no fueron nunca abiertos por sus supuestos lectores.

La popularidad de los libros de bolsillo baja y sube periódicamente y no siempre es bien acogida. Cuando en 1935 el editor inglés Allen Lane lanzó los primeros Penguin Books, George Orwell (a quien sería difícil tachar de elitista) dijo que si bien, como lector, aplaudía el proyecto, como escritor le resultaba odioso "porque esta oleada de reimpressiones baratas acabará con la biblioteca de préstamo (madre adoptiva del novelista) y frenará la producción de obras nuevas". Orwell se equivocó. El libro de bolsillo no acabó con la biblioteca de préstamo (el culpable de su lenta agonía es, ya se sabe, la industria electrónica) y, lejos de frenar la producción de obras nuevas, permitió que éstas se publicaran de manera más económica, sin pasar obligatoriamente por la aristocracia de la tapa dura. Hoy los libros de bolsillo reinan supremos, tanto entre sus congéneres de librería como entre las morcillas y pantuflas del supermercado, ofreciendo al lector que busca un discreto compañero de ruta todo tipo de aventuras, desde los periplos más imbéciles hasta los clásicos viajes del perspicaz Lemuel Gulliver.

En definitiva, libreros y editores están aunando esfuerzos para hacer llegar al libro de bolsillo a los niveles a los que ya ha llegado en todo el continente europeo.

5. HIPÓTESIS

Dentro del rigor metodológico, el plantear una pregunta como problema hace previsible la formulación de hipótesis, ésta, solo tendrá validez si comprueba o resuelve un problema práctico. Para nuestra consideración, el marco cualitativo en relación a procedimientos exploratorios o documentales no hace anuente la formulación de hipótesis.

Se entenderá el análisis del libro de bolsillo en primera instancia como carácter objetual (holística) y su aproximación como resultado gráfico para condición del conocimiento y valoración en el lenguaje del diseño editorial.

6. MARCO METODOLÓGICO

1. El procedimiento establecerá la correlación del carácter objetual del libro de bolsillo en su contexto editorial como investigación preliminar, determinando desde su diseño la caracterización de su formato, plantillas y operaciones paralelas que designan la tipología en lo denominado libro de bolsillo.

2. Se realizará una aproximación de valor documental que permita la apreciación semiótica en correspondencia a su historia en este género editorial como valor crítico en documentos y referentes de autor.

3. Establecida la evaluación de las fuentes y valorado el recurso gráfico como objeto, se llevará a cabo la construcción de un formato para diseño y confección de un set-Book x 3 para el material pedagógico dispuesto en el Programa de Diseño y Producción Gráfica de la Corporación Universitaria Unitec.

7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Como resultado del proceso de aprehensión estética de la realidad el hombre realiza valoraciones de los objetos, lo que implica no sólo considerar sus propiedades, sino también aquilatar la armonía de su estructura sin perturbarla. (Marx, Engels, 1976: 144).

En la realización de la valoración el hombre se basa en las leyes generales del conocimiento del desarrollo de los objetos, estableciendo una comparación entre la escala natural del objeto y la escala valorativa establecida por el hombre y socializada. Esta escala

valorativa humana está determinada histórica, social y culturalmente y caracteriza el vínculo de lo posible y lo real.

Al aplicar la escala valorativa el hombre reacciona de manera diversa ante la armonía y la ausencia de armonía en la interacción entre él y la realidad objetiva. La relación sensorio/emocional que aporta al hombre disfrute y satisfacción estéticos posibilita el vínculo armónico de éste con la realidad, las necesidades estéticas no están relacionadas directamente con las físicas. Las estéticas son necesidades ideales de comunicación, de creación, siguiendo las leyes de la belleza; necesidades de una apreciación de la realidad desde un punto de vista histórico-concreto, emocional-valorativo, desde posiciones que reflejen las representaciones establecidas y socializadas sobre lo bello y lo feo. Esas representaciones, no sólo están relacionadas con el reflejo de los objetos en la conciencia, sino que, además, poseen un carácter de pronóstico que permite al hombre predecir las regularidades del desarrollo del objeto y, al mismo tiempo, valorar sus características sobre la base de las escalas de valor establecidas y aceptadas (Paz, Pereira, Curbeira, 2003, 217).

Nos referimos con ello a la retórica visual, un modo de análisis que nos puede permitir, en distintos soportes, o en distintos medios —arte, cine, publicidad— articular significativo y significado, o dicho de otro modo, forma y contenido. A partir de la articulación de la forma y el contenido podemos conseguir descifrar los mecanismos que se producen en el arte, el cine, y sobre todo la publicidad y que despiertan en nosotros determinadas reacciones (Cao, 2006, 7). Consideramos que, apoyados en este instrumento de análisis visual, el alumnado dispondrá de un elemento importante de discriminación visual para ver, disfrutar, apreciar y juzgar los distintos mensajes y creaciones visuales y

ello puede ser tanto más importante cuando a través del análisis literario se hallan ya familiarizados con este análisis.

Nadie pone en duda, en el nivel de los hechos visuales la existencia de fenómenos de comunicación; pero puede dudarse del carácter lingüístico de estos fenómenos. Frente a algunas teorías que se oponen y dudan de la categoría de signo en las obras visuales, en los últimos años hemos presenciado la irrupción de nuevas corrientes, la Nueva Retórica, que parte de los análisis retóricos lingüísticos, se ha adentrado en el análisis visual partiendo de la lingüística.

En palabras de Gibson, el proceso a través del cual un individuo se hace consciente de lo que existe y le rodea es lo que llamamos percepción. Y el proceso a través del que es hecho consciente es percepción mediada. Jugando este papel las imágenes representativas se incorporaron junto al lenguaje natural en las prácticas del aprendizaje y la pedagogía, con la ventaja primordial de permitir que el conocimiento que facilitaban fuera más cercano a la aprehensión inmediata de las cosas, que el realizado a través de las palabras (Gibson, 1974, 113, 114).

De las vicisitudes sufridas por la tradición griega hasta llegar a los lógicos medievales no podemos ocuparnos aquí. No obstante, no puede eludirse el hecho de que fue Agustín de Hipona, heredero en muchos aspectos de la tradición estoica, el primero en construir una teoría semiótica que unifica la perspectiva lingüística con la tradición inferencial sistematizada entorno a los indicios. Él es el primero en utilizar la noción de signo (*signum*) en un sentido tan general que incluye tanto a los signos lingüísticos como no lingüísticos; también a él le debemos las perspectivas psicológicas y comunicativas que encontraremos en la tradición más próxima a nosotros y, desde luego, en Saussure. La

perspectiva lógica se mantendría, sin embargo, en la tradición medieval, aunque ya fertilizada por la investigación lingüística. Los frutos más sabrosos los encontraremos en las diversas gramáticas especulativas en las que perspectivas gramaticales y lógicas aparecen plenamente integradas pero que también plantean un problema que se convertirá en un tópico, en de los modi significandi o "modos de significar".

Para términos prácticos es el preguntarse ¿qué significa leer hoy? supone, de alguna manera, para la inmensa mayoría de los que tienen que ver con estos temas, una pregunta de tipo monoteísta, o sea leer es aprender a vivir, leer es informarse, leer es cultivar la personalidad, leer es hacerse partícipe de lo que vive tu sociedad. Lo complicado es lo que queda por fuera. Para responder a la pregunta ¿qué significa leer? hay que estudiar el fenómeno en sus muy diversas dimensiones histórico-sociales, histórico-culturales, histórico-políticas; el asunto no es, simplemente, leer un libro, comprar un libro o llenar las bibliotecas de libros. Las preguntas son ¿para qué?, ¿para quiénes?, ¿en función de qué?

Leer ha estado muy condicionado por los soportes; la materialidad, el modo cómo se escribe y cómo se publica lo escrito marca formas de lectura completamente distintas, formas social y culturalmente diversas, con condiciones políticas y económicas diferentes de lectura. Es decir, una cosa era leer el rollo de los judíos; otra cosa era leer la tablilla, el rollo, el libro grandote de los conventos y de las catedrales; una diferente es el libro de bolsillo. Entonces una primera cosa es eso: El libro es como lo que conocemos desde el siglo XIX y no desde el siglo XVII, desde el siglo XIX para acá y casi que ya, en gran medida, el formato de bolsillo.

Cuando estaba haciendo la historia de las culturas populares en términos de comunicación, la lectura del individuo solo es un fenómeno moderno. La lectura del

individuo corresponde justamente al surgimiento de la subjetividad y de la intimidad; esta relación subjetividad-intimidad no tiene nada que ver con lo que fue la lectura en voz alta. Entonces, no es que la gente no haya leído nunca alguna vez solo, pero no se puede enseñar a leer sólo para que la gente lea sola en su cuarto, en su casa, en su asiento del bus. Leer es mucho más.

Leer hoy es un montón de prácticas diferentes. Primero, prácticas históricas que no han desaparecido y que se superponen a las más modernas. De otro lado, el leer en estos países ha estado determinado por la acción escolar. El leer en las culturas europeas, incluso en las nuestras, estuvo muy ligado al hecho de llegar a una cierta edad; en la propia familia los libros de la casa.

América Latina ha tenido como eje político pero no como eje cultural al libro. Esto es lo que hay que entender. La cultura letrada está ligadísima a la cultura del comendador leguleyo. De un lado, una lectura instrumentalizada por el poder colonial, muy ligada a lo religioso y político. De otra parte, cuando en América Latina se independiza vamos a tener una visión de que las mayorías no son para leer; las mayorías, habitan sus culturas y la que tiene que saber leer porque es la que tiene saber hablar y escribir, es la minoría que va a gobernar. Entonces, la ciudad letrada ha sido la ciudad que consagra la exclusión y en la que el libro es utilizado políticamente, tanto en su materialidad como en su metáfora. Ciudadano colombiano es el que tiene propiedad de bienes y el que tiene propiedad al hablar; el que no sabe hablar no es ciudadano y hablar se aprende leyendo. En Ciudad Bolívar y en mucho de la educación colombiana a los muchachitos se les quita su saber cultural (palabras, tonos, modos de hablar e imaginar) para enseñarles a hablar con propiedad, como se escribe. En este acto, la cultura es destruida como afirmación de la

identidad para dar paso a un alfabetismo transculturalizado que establece como base de la cultura a la tradición. Hoy día los que defienden el libro y la lectura no se están planteando ni la historia de América Latina, su historia real, la de las mayorías. Por eso, es una estupidez que se diga que se lee menos.

Nunca se ha leído tanto como se está leyendo hoy. No sólo la cantidad de libros que se venden, sino la cantidad de gente que lee. Eso es agarrar la quejumbre de los apocalípticos europeos y ponerla en América Latina.

La lectura se encuentra fragmentada. Primero: Cada institución no tiene que ver con las otras; la escuela no tiene nada que ver con la biblioteca, la biblioteca no tiene nada que ver con la escuela, los intelectuales no tienen nada que ver con la lectura de la gente, la gente no tiene nada que ver con los intelectuales; la relación de los diversos sectores que tienen que ver con la lectura es nula. Segundo: Ni la oralidad, ni la cultura oral, ni la cultura de la imagen aparecen como claves del mundo de lectura. Tercero: todo lo que se habla de leer como parte de un ejercicio de participación ciudadana queda completamente anulado y no se ve ni en la escuela ni en las bibliotecas; la noción de lectura es una noción instrumental que está muy ligada a la función o bien escolar, o bien después, la función laboral.

La escritura es la forma de salir de la impotencia, el modo de asumir la palabra, de hacerla real. Es un hecho, hay mucha más gente que escribe por Internet, ejemplo advenedizo en lo imagológico, hoy en día Internet incita y facilita el escribir, exige el escribir. Esa apropiación de la palabra tiene una función clarísima en términos de tomar posición frente a la palabra pública que son los medios masivos. Se sigue diciendo que lo único que genera pensamiento son los libros, cuando lo que en realidad necesitamos es

saber leer un noticiero de televisión. La información básica de la mayoría de los colombianos es la que obtienen por televisión; si no se sabe descifrar eso, si no se sabe responder a eso, si no hay capacidad interpretativa de eso, si no podemos ver la televisión con un poquito de inteligencia lectora, no estamos haciendo nada. Hay que saber leer el periódico y saber leer la televisión en términos de información a partir de la cual se toman decisiones.

La otra lectura que tiene que ver con el mundo de la imagen, desde el cómic hasta el videoclip, donde pasan todas las nuevas narrativas que están reinventando la literatura, es el caso con el cine y la fotografía, que la literatura entraba en evolución, no podía ser la misma. "Nos hallamos en el corazón de un enorme proceso de refundición de las formas de literatura en el que las posiciones desde las cuales estamos habituados a pensar pueden estar perdiendo vigencia"

7.1 Funciones de la imagen gráfica

Abraham Moles define la imagen como soporte de la comunicación visual en el que se materializa un fragmento del universo perceptivo y que presenta la característica de prolongar su existencia en el curso del tiempo. Sus características esenciales son pues, su materialidad y su independencia respecto al objeto representado.

Así mismo podemos hablar de del grado de figuración (representatividad); del grado de iconicidad (frente a la noción de abstracción); el grado de complejidad (elementos constitutivos y competencias del observador); del tamaño (ocupación del espacio visual); grosores de trama y grano; dimensión estética y normalización (condiciones de reproducción y difusión) (Carmona, 1996; 15).

En Occidente, la imagen responde a dos funciones básicas: a) el poder ostensivo, como fiel copia de la realidad, de las apariencias ópticas del mundo visible, de la fenomenología de la visión, como simulacro de la realidad, y b) como símbolo intelectual y como laberinto. En esta segunda función, como imagen críptica, sigue una tradición hermenéutica cultivada por las más antiguas culturas, desde la prehistoria a nuestros días.

El simbolismo egipcio, paleocristiano, alquimista y masónico, entre otros, han creado verdaderos sociolectos. Los símbolos mitológicos, en su caso (Campbell, 1992; 24), tocan y excitan centros vitales que están fuera de los vocabularios de la razón y de la conciencia. La primera función de una mitología es reconciliar a la conciencia que despierta con el *mysterium tremendum et fascinans* del universo. La imagen laberinto no dice lo que muestra o lo que aparenta. , pues nace, con voluntad de ocultación. Bien distinta es la imagen ostensiva isomórfica de la cultura de masas.

Consideramos todo texto visual, como un sistema semiótico puesto en proceso a través de una serie de estrategias enunciativas, tanto más pertinentes, en cuanto que, a diferencia de lo que sucede con la mirada de un sujeto sobre el mundo que llamaremos "natural", en el proceso interactivo entre sujeto-observador y objeto-observado, se desprende, en el caso de las imágenes, el hecho de que la mirada del observador (como instancia efectivamente productora de la ocurrencia textual), se halla inscrita en el mismo texto enunciado, en términos estrictamente perceptivos y como necesaria constricción del acceso al texto visual, en su doble vertiente de lenguaje de de manifestación y de dimensión semántica (Zunzunegui, (1989, 54).

La tendencia humana general es precisamente gráfica, visual, más que literal. Entender las cosas fácil y rápidamente, de un vistazo, por complejas que sean. Pero todos

los lenguajes se mezclan constantemente a la vez y en el tiempo, dándose difícilmente uno de ellos en estado puro, aunque es en ese estado donde hay que congelarlo para su estudio, teniendo en cuenta que tanto la realidad como el lenguaje que la expresa están en continuo cambio.

Si bien existe la posibilidad de asumir la imagen como documento, es debido a que se erige como texto, como discurso de estructura intrincada, nada transparente con relación a su determinación como entidad semiótica dinámica. Es a través de dicha textualidad de la imagen donde tiene lugar la función pragmática de la comunicación (los signos), donde establece un nivel de reconocimiento de la sociedad, posibilitando datos de su realidad inmediata, es decir, en términos de Castoriadis, donde permite "elucidar" tanto a la sociedad misma como su realidad; dicha especificación es, concretamente, la posibilidad de pensar lo que hace y saber lo que se piensa (Castoriadis, 1983, 52).

Los libros en este aspecto son productos fabricados, tienen por semántica valor de signo y mercancía, ejercen una función (sugestión) artificial por su propia existencia, ellos como objetos no son la construcción surrealista de la propia función, no pertenecen a esa realidad poética que solo en el arte puede discriminarse, los libros y en lo singular el bolsilibro se ilumina a sí mismo en su género de objeto. El bolsilibro puede despojarse de su sentido sin esfuerzo alguno, sin la necesidad de señalar su razón y procedencia gráfica a partir de su propia representación ajena de la superficialidad que su contexto le confiere. La semiosis procura en el objeto el precedente del signo operacional, todas las cosas del mundo objetual son íntimas en su percepción, condenadas a la existencia subjetiva, las cosas como los libros, son intrínsecos en su secreto, en palabras de Rocca (2006)

Dedicatoria:

Es el texto con el cual el autor dedica la obra a alguien en especial, se suele colocar en el anverso de la hoja que sigue a la portada.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- MELENDO, Rosa, "El libro de bolsillo en España", "Delibros", junio 1996
- SANTANTONIOS, Laurence. Tantqu'il y aura des livres; Bartillat, 1993, Pág. 177-179
- MEGG, Philip. Historia del diseño gráfico. Editorial Trillas. México, 1991.
- HERRALDE, Jorge; El observatorio Editorial; Adriana Hidalgo, 2003 pág. 158.
- HERRERA, Camilo (2003). Investigación Presentada en el III Foro de Cultura y Desarrollo de la UNESCO.
- ZUNZUNEGUI, Santos. "Pensar la imagen", 1989, 1ra Ed., Editorial Catedra, Barcelona.
- CURBEIRA Cancela, Ana. "La conciencia estética y la valoración objetual", en Paz JACQUIER, Maria y PEREIRA Ghiena, Alejandro, Editores Objetividad - Actas de la VII Reunión de SACCoM, (Sociedad Argentina para las Ciencias Cognitivas) 2003, pág. 217.
- GIBSON, James J. (1974), "La Percepción del Mundo Visual" Buenos Aires, Ediciones Infinito. (Edición original en Boston, Houghton Mifflin, 1950), Págs. 113-114.
- CAO, Marián. "La Retórica visual como análisis posible en la Didáctica del arte y de la imagen", en <http://revistas.uec.es/bba/11315598/articulos/ARIS9898110039A.PDF>.
- BARBERO, Jesús Martín, los modos de leer, Bogotá, 2005, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net
- CASTORIADIS, Cornelius. La institución imaginaria de la sociedad. Tusquets Editores. Barcelona, España. 1983.

- VASQUEZ Rocca, Adolfo, "Cultura, Narcisismo y Régimen de Mortandad en el Sistema de los Objetos", en Revista Almiar, Margen Cero (Madrid, España) / Nº 31 / diciembre2006, enero 2007, <http://www.margencero.com>, (artículos).

- CARMONA, R.(1996): Como se comenta un texto filmico. Madrid, Cátedra.

II. CITAS

[1] Alberto Manguel nació en 1948 en Buenos Aires es escritor, traductor y editor. Manguel trabajó en libros de no ficción como El diccionario de lugares imaginarios (junto con Gianni Guadalupi) e Historia de la lectura (1996), también novelas como Stevenson bajo las palmeras y ensayos como Nuevo elogio de la locura. Por más de 20 años editó una gran cantidad de antologías literarias de una gran variedad de temas.

[2] Jan Tschichold (pronunciado /chijold/), tipógrafo, fue el autor de la obra Die neue Typographie (La nueva tipografía) que sentó las bases de tipografía actual, siendo, posiblemente, el libro más famoso sobre tipografía del siglo XX.

[3] Sir Allen Lane (21 de septiembre 1902 - 7 julio 1970) (Allen Lane nació Williams), fue un británico editorial que fundó Penguin Books, con lo que de alta calidad, rústica ficción y no ficción para un mercado de masas.

Allen Lane Williams nació en Bristol a Camilla (de soltera Lane) y Samuel Williams, y estudió en Bristol GrammarSchool. En 1919 se incorporó a la empresa editora Bodley Head como aprendiz a su tío y fundador de la empresa John Lane. En el proceso, y el resto de su familia cambió su apellido para Se levanta rápidamente en el editor de la gestión de cada empresa en 1925 tras la muerte de su tío.

[4] International Federation of Library Associations and Institutions (Federación Internacional de Asociaciones e Instituciones de la Biblioteca).

[5] Control Bibliográfico Universal.

[6] Disponibilidad Universal de Publicaciones

[8] Miembro de una de las familias más célebres de impresores de Venecia, Aldo Manuzio il Giovane fue nieto por línea paterna del insigne Aldo Manuzio il Vecchio (Aldo Manucio el Viejo, 1449? – 1515), de quien no sólo heredó el nombre, sino también el gusto y el celo por la preservación del legado de la cultura clásica. Las ediciones producidas en sus talleres se hicieron famosas con gran celeridad por su alta calidad tanto en la tipografía como en el contenido. Manucio contrató como jefe de imprenta con el fin de que realizara las fundiciones de los tipos a Francesco de Bologna más conocido como Grifo que era un experto grabador de troqueles. Éste realizó bajo la supervisión de Manucio tipos griegos, hebreos, y es el que funde los primeros tipos itálicos. Es por esto que a Manucio y Grifo debemos la creación de la tipografía bastardilla o itálica en 1501. Aldo Manucio y Grifo estudian la letra que se hacía en la cancillería papal, la regularizan y la sistematizan para hacer un diseño para una tipografía de imprenta. A esta letra se le llama itálica, Grifa y Aldina y todas las ediciones hechas con esta tipografía cursiva son denominadas ediciones Aldinas. Estos tipos surgen para ahorrar espacio en las impresiones puesto que con la cursiva entran mayor número de palabras por hoja. Gracias a la itálica Manucio logró abaratar considerablemente los costos de impresión y con ello pudo cubrir los gastos y abaratar los libros de modo que fueran asequibles para la población. Junto con esto, Manucio disminuirá el formato, creando así un nuevo formato llamado Enchirridi forma que es aproximadamente la medida actual de un libro de bolsillo.

[9] La reprografía es un proceso que permite reproducir documentos impresos mediante técnicas como la fotocopia (o xerocopia), el facsímil o la fotografía. Palabra compuesta por

dos vocablos, Reproducción + Grafía. Según su impresión, está compuesta por dos raíces: Razón física- Prensa acción que se produce mediante un instrumento que ejerce fuerte presión sobre una cosa. Razón química- Impregnación es la necesidad de pigmentos que posee para que se transfiera de un soporte a otro cuando se ejerce esta presión. Es el traspaso de tinta a un soporte mediante presión, el objetivo final será el de reproducir gráficamente la cantidad "n" de copias que sean iguales (reproducción masiva de piezas) y consta de tres momentos: Pre-Impresión Impresión Post-Impresión.

[10] <http://www.papelenblanco.com/tag/libro+de+bolsillo>, Magalí Urcaray, descargado el 23 de febrero de 2009.

[11] En tiempos de crisis triunfa el libro de bolsillo. Ése es el mensaje que transmiten las editoriales que mejoran la oferta, las ediciones y las estrategias de venta. Por ello, Babelia dedica un especial a un formato surgido en España hace 71 años, en www.elpais.com/articulo/semana/Valor/seguro/elpepuculbab.

[12] <http://opiniones.ebay.es/Libro-de-bolsillo-vs-libro-de-calidad>.

[13] Jesús Ferro Bayona, rector de la Universidad del Norte, Barranquilla-Colombia, en <http://opiniones.ebay.es/Libro-de-bolsillo-vs-libro-de-calidad>.

[14] Mejía Vallejo, Miguel, Revista estudiantil "Altus en Línea", Facultad Social y periodismo, en www.usergioarboleda.edu.co/altus/paradoja_libro.htm, altus@usa.edu.co.

[15] Bechara, Eduardo, escritor independiente para periódicos y revistas literarias. El ser humano y su comportamiento dentro de la urbe contemporánea es su tema de fondo. Publicado en: El Tiempo, Opinión, Vida de hoy, escarabajomayor@gmail.com, www.eduardobecharanavratilova.blogspot.com, descargado el 21 de Abril 2009 9:38 AM.

[16] Ossa, Felipe. Librería Nacional Sede de Unicentro. Bogotá, en:

<http://www.elespectador.com/opinion/cartas-de-nuestros-lectores/columna120137-de-los-libros>, descargado el 05 mayo de 2009.

[17] Título: Comunicación-Ayuda de tareas sobre español, Autor: Biblioteca Virtual del Banco de la República, Edición original: 2005-07-13, Edición en la biblioteca virtual: 2005-07-13, Creador: Biblioteca Virtual del Banco de la República.

<http://www.lablaa.org/blaavirtual/ayudadetareas/espanol/espa158.htm>