Los caminos de la edición de libros infantiles



Ilustración de Rafael Barajas El Fisgón, tomada de *La peor señora del mundo* de Francisco Hinojosa, FCE, México, 1995

I objetivo del diseño editorial no es la creatividad en ese sentido amplio en que podría aplicarse en otras áreas, sino la legibilidad del libro en cuanto a tipografía, papel, tamaño de la caja y pliego obtenida con el menor costo posible, afirmó la diseñadora gráfica Martha Llorens, editora y creadora en México de la colección de libros infantiles de Alfaguara, durante la conferencia que impartió en la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica.

La conferenciante planteó los retos a los que se enfrenta el diseñador en la edición de libros para niños. "Me parece un reto el diseño de una página legal que no rompa con el diseño, igual que el colofón, ya que es imprescindible por toda la información que trae", al igual que las guardas, que deben ser atractivas en un libro infantil.

Hay gran variedad de papeles en el mercado, pero en la industria editorial se usan pocos por su costo. A veces grandes editoriales mandan a hacer sus papeles de tamaños especiales para libros especiales. Otras tienen más experimentación, con juego de papel, que fue una moda en un tiempo.

La ingeniería de papel, con pestañitas y ventanas carac-

Amelia Rivaud Morayta
SINTESIS CREATIVA

da para hacerlos. La primera vez que lo hicimos en Alfaguara, editorial perteneciente a Santillana, uno de los más importantes grupos editoriales de España, se trataba de un libro de pasta dura, que no tenía ni siquiera una pestañita, pero los ejemplares fueron retenidos en la aduana cante más de dos meses donde se empezaron a

durante más de dos meses, donde se empezaron a endurecer, a deformar, porque los consideraban juguetes. Hay muchos problemas, pero afuera cuestan un tercio de lo que valen en otros lados. Se mandan a China, a Italia o a Colombia.

Para Martha Llorens, la portada es muy importante, pues le permite al diseñador explayarse un poco más, junto con el ilustrador. Indicó que ahora se usa un barniz ultravioleta que realza la portada, pero a veces es un capricho que se refleja en un costo adicional. "En todo diseño debemos tener claro por qué hacemos las cosas, si no, no vamos a comunicar lo que estábamos pensando".

El lomo es otro de los grandes retos de los diseñadores, "hay duendes en las imprentas y el lomo se mueve". Lo mejor es hacer una maqueta con el papel que se vaya a imprimir, medir su espesor cerca del lomo, y agregar dos milímetros. Además, se debe saber de costuras, de puntadas. La encuadernación es manual y los primeros ejemplares están jalados, o con un pliego de cabeza.

"Tienen que estar muy en contacto con la gente de producción, que ellos los asesoren. Conocer todo el proceso hasta el retractilado, el celofán que envuelve al libro para que no se maltrate en librerías. Hay que tener control de calidad porque ello repercute en la imagen de la editorial", recomendó la diseñadora gráfica por la Universidad lberoamericana.

La gran tentación

Desde su experiencia, Martha Llorens recomienda usar Garamond en los libros infantiles, por lo menos de 12 o 14 puntos. A veces se puede usar de 18 puntos, porque el texto es muy pequeñito y el formato muy grande. Si así lo pide el formato, incluso se puede usar hasta de 24, dependiendo del diseño.

Una tipografía como la Univers no es legible, no es fácil de leer. "La tipografía es una tentación para los diseñadores, sobre todo ahora con la cantidad de familias que hay. Es muy fácil caer en extravagancias que finalmente no van a cumplir el objetivo de comunicar y de hacer que un chavito que está aprendiendo a leer pueda decodificar lo que dice ahí y se aburra. Los públicos son distintos en cada país, por ejemplo en España, se lee más".

La editora invita a acercarse a los niños, observar qué están haciendo en las escuelas, ver programas para niños en la televisión, así como comprar revistas y las secciones infantiles de los periódicos. La retroalimentación también proviene de otras editoriales. "Lo fundamental es el trato con los niños, aunque no siempre vas a acertar. No hay una receta para decir que un libro va a ser exitoso".

La mayor participación del diseñador es en preprensa, "donde se las ve negras". Es su mayor reto, porque los formatos ya están dados y las colecciones establecidas. Lo más que puede hacer es ayudar a colocar una ilustración en un diseño ya establecido. Tendrá que hablar con el ilustrador, quien va a decir: yo voy a hacer ilustraciones que van a tener un fondo negro. Con lo que el diseñador se va a poner como loco, porque va a tener que retocar ilustraciones.

Generalmente a esos problemas se enfrenta y tiene que ayudar a que la publicación quede de la mejor manera, que no haya problemas en preprensa, en el refine.

Debe ser muy perfeccionista y revisar las cosas tres veces o las que haga falta, porque es un costo para la empresa: por esos descuidos se han llegado a repetir ediciones, que no se les cobran a los diseñadores, pero sí puede llegar a suceder.



A sus cinco hijos les pegaba cuando sacaban malas calificaciones en la escuela, y también cuando sacaban dicces. Los castigaba cuando se portaban mal. Les echaba jugo de limón en los ojos lo mismo si hacían travesuras que si le ayudaban a barrer la casa o a lavar los platos de la comida.



Además de todo, en el desayuno les servía comida para perros.



El que no se la comiera debía saltar la cuerda ciento veinte veces, hacer cincuenta sentadillas y dormir en el gallinem.

Ilustración de Rafael Barajas El Fisgón, tomada de La peor señora del mundo de Francisco Hinojosa, FCE, México, 1995



Ilustración de Alain Espinosa, tomada de El rey que se equivocó de cuento de Antonio Granados, FCE, México, 1999

El diseñador tiene que trabajar a la par con el editor y con el ilustrador. No puede hacerlo solo, porque la responsabilidad es compartida finalmente. El editor es responsable de la edición, pero el diseñador se hace cargo de lo que el editor no maneja, como que no estén manchados los negativos por ejemplo, lo cual representa muchos problemas.

Hay que pensar en las dificultades técnicas, es difícil imprimir un libro en negro sin que salgan piojos. Cada entrada de un color a la máquina significa un costo, que a veces se sacrifica.

Como habrán visto, "finalmente el diseño editorial es uno sólo, con ciertas variantes en cuanto al género, ficción, no ficción, temas de ciencia, así como diferencias respecto a los formatos, al diseño, pero, en general, las bases del diseño editorial son las mismas para cualquier género.

Un libro es un objeto delimitado por cierto formato, número de páginas, al que le vamos a dar un uso especial".

El proceso editorial, ese misterio

Martha Llorens lo reveló: a la editorial llegan muchos autores, algunos conocidos, otros noveles, y el texto se somete a un dictamen. Lo difícil es decir que no ¿qué les dices? En cambio, si es una idea innovadora, una historia que haga que el niño piense, con ironía, críticas divertidas, que tenga valores universales, seguramente se aceptarán.

Importa la calidad literaria, el lenguaje, que no se proyecten imágenes negativas, destructivas, ni se usen palabras altisonantes, sin caer en la moralina.

Una vez que se selecciona lo que se va a publicar, se hace un convenio con el autor y se le da un anticipo a cuenta de lo que se le va a pagar de regalías, lo cual fluctúa entre ocho y diez mil pesos, en el área infantil.

Si llevas un texto por primera vez, la editorial está apostando, porque la gente no te conoce. El porcentaje de regalías fluctúa entre 8 y 10 %, que se pagan cada seis meses según se va vendiendo el libro.

En este caso la editorial hace una inversión, conocida como costo de prototipo, en las ilustraciones, lecturas, traducción, diseño de portadas, negativos; constituye un gasto único que se va ha hacer por este libro único y se va a prorratear por el número de ejemplares del tiraje.

Lo anterior puede representar un costo de prototipo de unos cinco pesos, hasta 10 o 12 pesos, cuando muy alto. Este costo no incluye el anticipo. Un prototipo puede costar entre 20 mil y 40, aunque ya es altísimo, más el costo de producción, que puede ser de unos 7 pesos, y si se imprimen entre 2,000 y 4,000 ejemplares, junto con el 4% de costos indirectos, un libro puede costar entre 50 y 60 mil pesos de inversión inicial. De ahí que las editoriales no quieran invertir en papeles ni en formatos caros; si pueden imprimir a una tinta, mejor.

Pero a un niño lo primero que le llama es el color, la imagen y después el texto. A la larga sale más barato un libro de pastas duras con cartoné, dos pliegos, que uno de un tamaño especial, con una bolsita pegada, con papelitos que deben suajarse, porque implica mayor mano de obra, no maquinaria.

Se nos puede ocurrir una idea genial, pero la editorial nos puede "mandar a volar" porque esté absolutamente fuera de presupuesto.

El editor, quien debe poseer ciertas cualidades como conocimiento de autores y ortografía impecable, además de sensibilidad y sentido estético, decide cómo se va a ilustrar, a qué colección pertenece un texto, tamaño, pliegos. Muchos autores ya tienen a su ilustrador, esto ayuda porque se obtiene un producto más integrado. Otros autores le dan su voto a la editorial y ésta selecciona al ilustrador con base en el texto y según la edad lectora de los niños.

Aquí interviene la sensibilidad del editor para hacer un libro que atraiga al niño, que no lo aburra; que si el texto no es muy bueno, la ilustración compense esa deficiencia, tratamos que realce el texto, no que compita con él, que tenga calidad estética. "No estoy de acuerdo en que la ilustración debe retratar fielmente lo que el texto está diciendo, se vuelve repetitivo, aburrido. Hay que atreverse, para no caer en lugares comunes".

Las ilustraciones generalmente se pagan como una obra por encargo: queremos que se ilustre este texto. En general se incluyen unas 12 y se paga alrededor de \$600 por cada una, independientemente del tamaño y las tintas, y unos \$3,000 por la portada.

En algunas editoriales se firman contratos con los ilustradores como si fueran autores y se les pagan regalías. A veces los autores ceden parte de sus regalías al ilustrador, cuatro y seis u ocho y dos. "Vale la pena trabajar, aunque paguen poco, para que los empiecen a conocer otros editores".

La ilustración es una actividad maravillosa, pueden trabajar en su casa, es bien pagada. Si se dan a conocer tiene "chamba" segura. En México cada vez hay más ilustradores jóvenes. Los maduros han formado una escuela: Fabricio, Mauricio Gómez, Rapi.

El reto es que los niños lean, el texto, la imagen, su mundo. Algo muy importante en la literatura infantil es que si los adultos no leemos, los pequeños menos. Entonces tenemos que hacer libros sumamente atractivos para ellos, que les llamen la atención, que se prendan; que el niño decida.

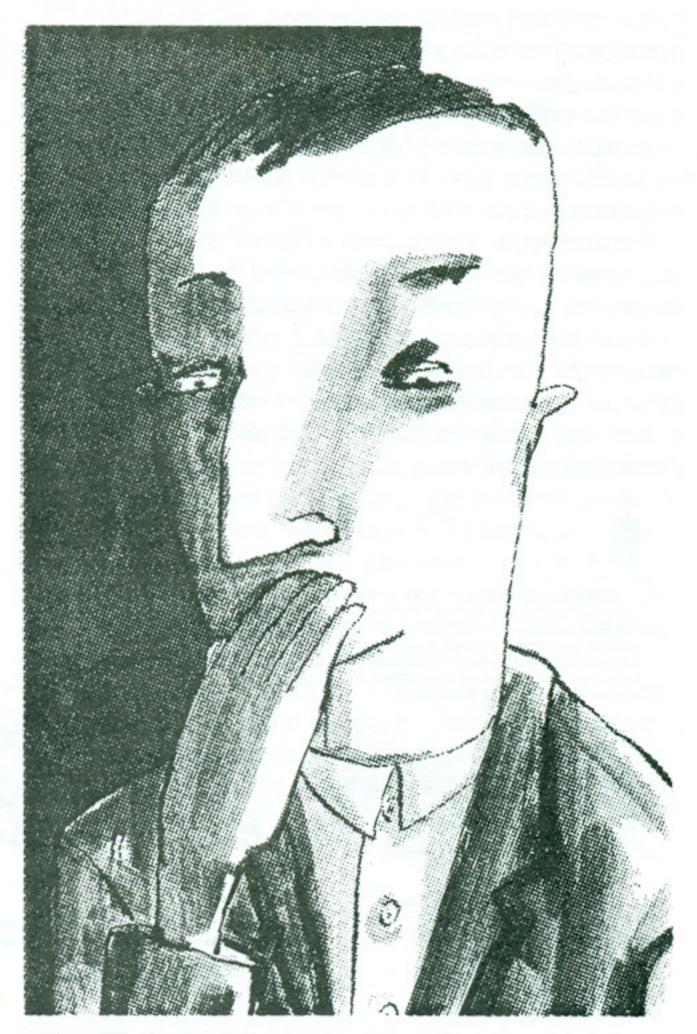


Ilustración de Carme Solé, tomada de *El niño que vivía en las estrellas* de Jordi Sierra i Fabra, Alfaguara, Madrid, 1999