



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO División de Ciencias y Artes para el Diseño

MDPE

MAestrÍA EN DISEÑO
Y PRODUCCIÓN EDITORIAL

S. XXI. Las imágenes del cine mexicano. Costuras y resortes

Un libro desde la retórica

Comunicación de Resultados que presenta el alumno

Héctor Zavala Sánchez

para optar por el grado de
Maestro en Diseño y Producción Editorial

Tutor:

Mtro. Luis Antonio Rivera Díaz

Lectores:

**Mtra. Sofía de la Mora Campos
Dr. Carlos Vega Escalante**

Ciudad de México, México, abril de 2017.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA XOCHIMILCO
DIVISIÓN DE CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO
MAESTRÍA EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN EDITORIAL

Índice de contenido

Presentación _ _ _ _ _	5
EL PROYECTO _ _ _ _ _	7
Retórica del compendio _ _ _ _ _	9
<i>El libro sillón</i> _ _ _ _ _	13
La lectura del compendio _ _ _ _ _	14
El campo de la enseñanza del cine _ _ _ _ _	17
El diseño editorial y gráfico _ _ _ _ _	19
Difusión, promoción y distribución _ _ _ _ _	22
DISEÑO EDITORIAL _ _ _ _ _	23
Cuidado editorial _ _ _ _ _	23
<i>Lineamientos de estilo</i> _ _ _ _ _	25
<i>Tipografía, formato y papel</i> _ _ _ _ _	26
<i>Hoja de estilos tipográficos</i> _ _ _ _ _	30
<i>Caja</i> _ _ _ _ _	30
Gestión y cálculo editorial _ _ _ _ _	30
Aspectos legales _ _ _ _ _	32
ANEXO _ _ _ _ _	35
BIBLIOGRAFÍA _ _ _ _ _	38

De los diversos instrumentos del hombre,
el más asombroso es, sin duda, el libro.
Los demás son extensiones de su cuerpo.
El microscopio, el telescopio, son extensiones
de su vista; el teléfono es extensión de la voz;
luego tenemos el arado y la espada,
extensiones de su brazo. Pero el libro
es otra cosa: el libro es una extensión de la
memoria y de la imaginación.

JORGE LUIS BORGES, *El libro*

Presentación

El libro *S. XXI. Las imágenes del cine mexicano* es un proyecto de producción editorial que tiene la intención de contribuir con la bibliografía sobre cine mexicano, en especial con los libros que se emplean en las escuelas de cine de nuestro país. Mi experiencia como docente del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC) de la UNAM y mi labor profesional en el campo de la dirección de arte me han mostrado que falta difundir y explorar las capacidades de la imagen en el cine mexicano actual. Esta experiencia y conocimiento los conjunto con las diversas herramientas del diseño editorial y la retórica a fin de proponer un libro que aporte a la reflexión sobre el poder narrativo y expresivo de la imagen en las películas mexicanas. La retórica es empleada para analizar la percepción de la imagen cinematográfica y los hábitos lectores entre estudiantes de cine y cinéfilos a fin de proponer un discurso que ayude a trasladar la idea fundamentalmente técnica y práctica de la imagen hacia una más integral que considere sus potencialidades narrativas y expresivas; en cuanto al diseño editorial del libro, la retórica también se utiliza para delimitar su estructura discursiva.

Desarrollar este proyecto de libro –desde estructurar su discurso hasta la lectura de planas y su encuadernación– me ha permitido recorrer con la óptica de una maestría los muy diversos campos del trabajo editorial, con lo cual mi conocimiento de la edición se fortaleció con una aproximación integral. A la par que las sesiones de la maestría fui concretando el proyecto del libro, pues inició sólo con mi intención general

de elaborar un producto editorial que reforzara la idea de que la dirección de arte en el cine es más que las soluciones prácticas y que la imagen cinematográfica debía ser abordada en el CUEC como labor creativa. Esta percepción fue aclarándose y se conjuntó con el conocimiento de que un libro dirigido a un propósito y grupo de lectores específico puede ser más efectivo si se toma en cuenta el contexto, en este caso el campo de la enseñanza del cine. Descubrí que hacer un compendio era la mejor opción para influir en la manera en que se entiende la imagen cinematográfica entre quienes estudian cine, pues conocer lo que piensan al respecto cineastas activos es más valorado por los estudiantes que las opiniones de los críticos o teóricos actuales. Descubrí también que hacer un compendio no es sólo reunir diversos discursos, sino que implica elaborar uno distinto, sobre todo si se toma en cuenta que las entrevistas a los directores y demás creativos fueron estructuradas para obtener respuestas muy puntuales sobre aspectos bien delimitados respecto de la construcción de las imágenes en el cine.

Para iniciar la estructuración del discurso se aplicó una encuesta mediante Internet a estudiantes y profesores de cine con el propósito de ubicar películas mexicanas recientes valoradas por su imagen, así como también hábitos lectores y creencias sobre las maneras en que se aprende sobre cinematografía. Con esta información y con el conocimiento propio sobre imagen cinematográfica, se seleccionaron películas y cineastas a ser entrevistados para ser incluidos en el libro. Así mismo, se recurrió a tres especialistas en cine mexicano y en imagen para que ofrecieran un marco de referencia; finalmente, se decidió incluir citas textuales de grandes cineastas y creativos internacionales como argumentos de autoridad. El libro en sí contiene tres tipos de textos que en conjunto conforman un discurso especializado sobre la imagen en el cine mexicano actual: a) textos resultado de entrevistas con cineastas mexicanos; b) textos de estudiosos y especialistas en cine mexicano e imagen; y c) citas bibliográficas de grandes directores y creativos internacionales. Debido a esta conformación, el resultado es un compendio que expone las distintas maneras de emplear las imágenes así como las ideas que las provocan.

Para el desarrollo de este proyecto de producción editorial se trabajó en las distintas áreas de elaboración de un li-

bro: a) como compilador para estructurar un discurso a partir de las diversas posturas e ideas expresadas en las entrevistas dirigidas hacia las intensiones de las imágenes; b) como editor para ubicar al compendio dentro de un nicho de lectura y distribución, así como para dotarlo de un diseño editorial y de las características de producción y legales que lo hicieran viable; c) como diseñador para construir el objeto libro con los elementos formales que permitieran a su contenido llegar de manera persuasiva a los lectores, y d) en el cuidado editorial para que el libro fuera un producto profesional respecto a su corrección ortotipográfica y a su uniformidad en cuanto al diseño editorial y gráfico de sus diferentes partes.

El compendio resultado de mi trabajo en la Maestría de Diseño y Producción Editorial creo que reúne mi interés personal tanto por la enseñanza del cine como por los libros como “extensión de la memoria y de la imaginación” que menciona Borges.

EL PROYECTO

En el compendio *S. XXI. Las imágenes del cine mexicano. Costuras y resortes* se analizan algunas de las películas que fueron ubicadas como importantes respecto a su imagen en la encuesta realizada a estudiantes y profesores antes mencionada, y se consideró el año 2000 como fecha inicial para tener a una película como contemporánea sobre todo porque este año es el referente más claro de lo actual, y en el caso del cine en estos años se consolidó tanto el cine digital como los procesos de postproducción y exhibición mediante computadoras. Estas condiciones han influido de manera importante no sólo en cuanto a cómo se ven las imágenes en las películas, sino también en cómo se piensan en el momento de diseñarlas.

A partir de una revisión bibliográfica de los libros sobre diseño para cine, producto de mi labor docente en este campo, y especialmente los publicados sobre cine mexicano, puedo considerar que fundamentalmente se limitan a mostrar anécdotas y soluciones prácticas que no expresan la capacidad narrativa de la imagen cinematográfica. Estos materiales son los que comúnmente leen quienes diseñan y construyen directamente los escenarios y decorados como apoyo práctico, pero no hay una bibliografía específica sobre cine mexicano

que pueda mostrar a realizadores, fotógrafos, directores de arte y productores los alcances del diseño.

El compendio que se propone tiene valor para la reflexión y el estudio acerca de un tema poco atendido en el cine mexicano contemporáneo, y como desarrollo editorial en tanto libro que toma en cuenta algunas de las costumbres lectoras de los estudiantes de cine. Una de las formas más efectivas de impulsar el conocimiento sobre la imagen en las escuelas que enseñan cine en México consiste en poner al alcance de profesores y estudiantes bibliografía actual sobre el tema, pues de acuerdo con el investigador Lauro Zavala hay muy pocos estudios y libros sobre cine mexicano que atiendan sus aspectos creativos:

Desde el año 97 he estado haciendo un registro anual de todo lo que encuentro en el país publicado sobre cine, –los libros–. De todo lo que he podido encontrar puedo llegar a varias conclusiones que me parecen interesantes: a fines de los años 90, todavía más de 90% de los libros de investigación publicados sobre cine en México, que no eran muchos, habían sido escritos por historiadores [...] Hacia 2004-2005 empieza a haber un cambio, un quiebre, surgen poco a poco otro tipo de libros y de investigaciones –y claro los libros son el lugar de llegada de un trabajo que inicia en las tesis, en los salones de clase– [...], y empiezan a aparecer estos libros ya escritos desde el punto de vista de las humanidades, en los que se plantean preguntas sobre la imagen, el sonido, la estructura narrativa, la construcción de personajes, etcétera, no solamente libros de historiadores. El año pasado [2013], creo que fue el primer año en que se acerca a 90% en número de autores de libros de investigación sobre cine mexicano que no son historiadores. En 15 años se ha revertido la proporción, es como una oscilación pendular, tal vez va a empezar a regresar el péndulo y se va lograr un equilibrio entre las aproximaciones humanísticas y las de las ciencias sociales.¹

El compendio *S. xxi. Las imágenes del cine mexicano* reúne ideas alrededor de la imagen cinematográfica, con especial atención a sus contenidos de diseño de producción y direc-

¹ Entrevista a Lauro Zavala realizada por Héctor Zavala, junio de 2014, UAM-Xochimilco.

ción artística,² a partir de películas en las cuales se pueda distinguir un diseño de imagen estructurado. Se conjuntarán ideas, testimonios e imágenes que ofrezcan la posibilidad de apreciar la imagen desde varias perspectivas a fin de destacar el carácter interdisciplinario del cine. Además, se conjuntarán opiniones e ideas sobre la imagen cinematográfica de personalidades nacionales e internacionales vinculadas directamente con las películas.

Retórica del compendio

La retórica es empleada como instrumento de análisis ya que ofrece una manera eficaz de identificar los componentes de una situación en la que se quiera influir, así como las ideas y prácticas involucradas en un proceso de acercamiento a algún tipo de conocimiento, en este caso a lo referente a la imagen cinematográfica. Para la estructuración del compendio se vinculará su propósito –influir primordialmente en los estudiantes de cine– con la situación de falta de valoración de las posibilidades narrativas del diseño de producción en el medio profesional (*intellectio*), se identificarán los tópicos más pertinentes y los “argumentos” (*inventio*) para estructurar el libro (*dispositio*). La forma de vincular citas textuales, testimonios e imágenes, creará un estilo (*elocutio*) presente ya en la forma “libro” del trabajo proyectado a fin de que la ejecución del acto retórico sea posible con la lectura (*actio*).

La idea central del diseño editorial del compendio es considerar que en la manera de crear un orden y una forma gráfica está contenida la posibilidad de influir de manera persuasiva en los lectores. Richard Buchanan considera que: “El diseño es el arte de darle forma a los argumentos sobre el mundo artificial o creado por el ser humano...”³

² El diseño de producción es la disciplina encargada de estructurar de manera integral el discurso visual de una película. Comúnmente en México se usan de manera indistinta los términos “dirección de arte” y “diseño de producción”, aunque el primero se refiere de manera específica a la coordinación de las áreas de escenografía y decoración.

³ Richard Buchanan, “Retórica, humanismo y diseño, introducción”, tomado de *Discovering Design: Explorations in Design Studies*, University of Chicago Press, Chicago, 1995, <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:WVdpvn7at-McJ:www.mexicanosdisenando.org.mx/articulos.php%3Fmaxart%3D12%26artipo%3D1%26src%3Dall+Richard+Buchanan,+Ret%C3%B3rica,+humanismo+y+dise%C3%B1o&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=mx> (consultado 25/junio/13).

A continuación se presenta de manera esquemática la estructura retórica del compendio:

<i>Intellectio</i>	El libro como herramienta persuasiva (respecto del diseño cinematográfico entre los estudiantes de cine y el medio profesional) dentro de la situación actual de la enseñanza en nuestro país y del cine mexicano contemporáneo. Metáforas cognitivas e imágenes mentales vinculadas al cine para identificar los motivadores afines al modo de pensar de los posibles lectores.
<i>Inventio</i>	Búsqueda de: argumentos de grandes teóricos del cine y cineastas respecto del diseño cinematográfico; procesos creativos de directores de arte mexicanos con reconocimiento en el medio; conceptos fundamentales de diseño en nuestro cine.
<i>Dispositio</i>	Estructura discursiva: <i>exordium</i> (por qué importa); <i>narratio</i> (exposición de hechos); <i>argumentatio</i> (argumentación), y <i>peroratio</i> (conclusión).
<i>Elocutio</i>	Diseño editorial que efectivamente considere a las imágenes y la escritura como textos, a fin de lograr un libro dinámico que refleje el movimiento como característica esencial de la imagen cinematográfica.
<i>Actio</i>	<i>Dummy</i> , con propuesta de publicación específica, a fin de que la lectura como acto retórico sea posible.

En México se editan pocos libros sobre nuestro cine y menos aún que tengan que ver con la imagen. Es cierto que muchos autores se refieren a la imagen de una u otra película del cine mexicano, pero sus puntos de vista están dispersos en textos que tienen como columna vertebral otros aspectos. Los caminos para enfrentar el rezago son variados, pero la falta de atención editorial en español, y sobre nuestro cine en particular, es clara por lo escaso de los materiales publicados. En otros países, ciertamente, hay un gran camino recorrido en cuanto a los esfuerzos por valorar el diseño cinematográfico, una tradición de análisis que incluye a la imagen, sobre todo

si se habla del cine norteamericano o europeo, no solamente a través de libros, sino también de revistas y cursos diversos.

El compendio tiene la intención de influir en el auditorio para que la imagen cinematográfica sea valorada de distinta manera al desplazar su percepción de una posición técnico-práctica a una más integral (*intellectio*). Los directores de cine con preocupaciones visuales, así como algunos cinégrafos, resuelven conceptualmente sus películas pero no siempre la "comunicación creativa" opera y muchas ideas no se materializan en las pantallas: los directores de arte suelen tener una participación acotada como agentes creativos y el diseño de los discursos visuales queda trunco o es poco significativo como valor de producción.

Algunas tesis previas y entrevistas, así como avances en la investigación bibliográfica, han permitido la identificación y estructuración de algunos tópicos, acuerdos previos y argumentos (*inventio*). El auditorio para este compendio lo constituyen quienes hacen, estudian o critican y analizan el cine; se trata de un grupo especializado, incluidos los cinéfilos, que

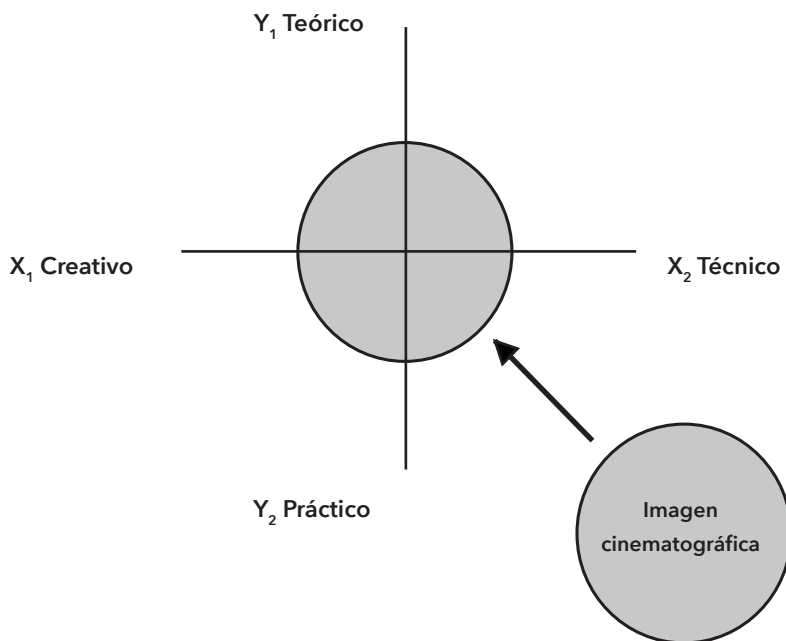


Figura 1. Posicionamiento analítico de la imagen cinematográfica en el que se consideran los ejes teórico-práctico y creativo-técnico para indicar el desplazamiento que se busca impulsar en su percepción.

está pendiente de las tendencias y avances del cine mexicano debido a su participación directa o a un interés cultural ya formado.

A continuación se presentan algunos preceptos respecto a la *inventio* del proyecto a partir de la encuesta antes mencionada, que fue contestada mediante internet, así como con base en mi experiencia docente en el campo del cine:

Tópicos: 1) leer es bueno; 2) el poder de la imagen; 3) el cine es el séptimo arte.

Acuerdos previos: 1) quienes hacen cine deben mantenerse actualizados, la lectura y el análisis de películas son los mejores medios para lograrlo; 2) hay pocos títulos sobre cine mexicano; 3) hace falta capacitar a quienes hacen cine acerca del poder expresivo y narrativo de la imagen cinematográfica.

Argumentos: 1) los actuales hábitos de lectura –condicionados en cierta manera por internet– hacen más fácil captar la atención del lector con textos breves y cerrados que le permiten seguir un orden determinado por él mismo, de modo que un libro estructurado como compendio muy segmentado es un buen medio para comunicar conceptos e información; 2) los libros sobre cine son más persuasivos si recurren a lo visual, debido a que sus lectores atribuyen a las imágenes un poder importante; 3) el cine es un arte colectivo, por lo tanto, la imagen se construye a partir de un equipo creativo; 4) la imagen cinematográfica es una construcción intelectual, por lo que se convierte en un recurso de expresividad conceptual y emocional; 5) una película es un todo audiovisual, por eso los vínculos entre narración, imagen y sonido están presentes en toda película y dan cuenta de su construcción interdisciplinaria; 6) la imagen cinematográfica adquiere significados independientemente de la voluntad de sus creadores, por lo que la estructuración de un discurso visual consciente permite cerrar el abanico de interpretaciones a fin de que los conceptos, ideas y emociones de los equipos creativos puedan ser mejor recibidos.

La *dispositio* es la herramienta de la retórica que nos permite estructurar y organizar un discurso tanto desde el punto de vista de sus conceptos e ideas vinculados con la situación retórica (personas, relaciones y acontecimientos que motivan el discurso), como en cuanto a su arreglo y disposición en un producto editorial. El proceso del discurso se desarrolla en un espacio y tiempo que “ordena” sus argumentos, el mismo

orden sugiere lo creado, le confiere significados propios de sí al discurso.

S. XXI. Las imágenes del cine mexicano es la respuesta que se propone a la situación retórica del desarrollo actual de la imagen del cine mexicano, en el cuál se pueden observar avances desiguales producto de relaciones que parten, en alguna medida, de la idea de cine de autor, muy valorada anteriormente, que confería al guionista-director, y algunas veces también al fotógrafo, capacidades exclusivas para concebir y objetivar una película de principio a fin.

El compendio incluye textos breves con máximas de grandes cineastas y fundadores de la teoría cinematográfica a manera de argumentos de autoridad y sustento conceptual de nuestras películas, así como conceptos de teóricos actuales y especialistas en las diversas áreas de la creación de imágenes; estos textos breves son citas textuales. Por otra parte, los juicios y opiniones de críticos y estudiosos del cine mexicano brindan un panorama actual como marco de referencia de las entrevistas con realizadores, directores de arte y cinefotógrafos en las que expresan sus ideas e intenciones respecto a los elementos visuales de sus películas.

Ordenar el compendio a partir de las unidades anteriormente mencionadas, así como las características físicas de los libros sobre cine, dan pie a la toma de decisiones editoriales en cuanto a formato, papel, cuidado editorial, requerimientos de diseño, autorizaciones y aspectos legales, etcétera.

En el compendio, las entrevistas y las citas textuales son parte de discursos diferentes que al ser integradas en un solo libro adquieren un significado distinto, conforman un nuevo cuerpo de significado. Un texto escrito como un todo adquiere al publicarse características distintas por su disposición. Hay un cambio sustancial en el texto que ya como producto editorial es "vestido" con la ropa que el editor le da para una ocasión particular.

El libro sillón

El compendio metaforizado como un sillón tapizado, con costuras (citas textuales) y resortes (las ideas creativas e intenciones). Nuestro cine no es industrial, parte de su valor está en lo diverso, en la película única y artesanal, en la multiplicidad de

realizadores, fotógrafos, directores de arte, actores, que surgen, muchas veces con una presencia efímera que deja marca por debajo del tapiz. Nuestro cine como distintos sillones hechos a mano. Solamente los artistas conocen el interior de sus obras.

La lectura del libro permitirá hurgar en las ideas que construyen la imagen cinematográfica como si desarmáramos un sillón para ver sus entretelas, su estructura de madera, sus costuras, resortes y rellenos. Con textos independientes, seccionados, que permitan la lectura discontinua (navegación) el lector podrá conocer en su superficie o en profundidad los contenidos del compendio.

El movimiento está presente en las páginas como símil entre el cine y este libro mediante una caja tipográfica en la que aparecen citas, texto común e imágenes con un acomodo desalineado verticalmente. La parte inferior de la caja en las páginas no contiene el sustento del cine actual mediante las citas textuales; en la parte superior los textos e imágenes de quienes hacen y estudian el cine en nuestro país.

Los significados visuales de estas páginas se encuentran en las imágenes de las películas y en las tipografías empleadas, y serán “leídos” para complementar los significados textuales: no son simple ilustración sino parte integral de los contenidos. Una tipografía de palo seco –actual, con formas sutiles que no gritan su intención gráfica– para el texto común, y una que nos insinúa la tradición y al “maestro” mediante serifas y mayor ornato (las dos de los mismos tipógrafos, vinculadas en su origen).

Los índices son los planos y patrones de nuestro libro-sillón, por lo que aparecerán al principio con una estructura gráfica clara.

La lectura del compendio

Cualquier libro, al igual que este compendio, encierra de cierta manera la historia de la lectura, la escritura y la edición, exhibe los hábitos lectores y es una muestra representativa de la cultura escrita; este mismo libro, aunado al contexto de lectura en medios digitales, nos da indicios del futuro de la comunicación escrita. Las estructuras fundamentales del libro han permanecido casi invariables durante varios siglos: pá-

ginas encuadernadas que ofrecen un ordenamiento fijo del discurso, propiedad autoral perpetuada en el impreso material y maneras de leer que privilegian la profundidad del conocimiento y otorgan al discurso completo gran valor cultural. Ahora, con la pantalla que gana terreno poco a poco a la página impresa, las tres estructuras mencionadas se transforman: amalgaman pasado y futuro en un presente de revolución lectora.

La relación entre la materialidad del libro, su difusión amplia mediante el impreso y las funciones y hábitos de la lectura, como se aprecian en la historia de la edición empiezan a cambiar rápidamente: en los últimos 30 años han sucedido más cambios que en los cuatro siglos anteriores. La lectura fragmentada en las pantallas, la falta de noción acerca del cuerpo completo de un escrito, la volatilidad y carácter efímero del conocimiento nos colocan frente a libros que traen a cuenta nuevamente la idea de la enciclopedia –o la del más antiguo almanaque–, aunque hay que tener en cuenta que esos viejos y pesados libros pretendían resumir el conocimiento, mientras que la segmentación de la lectura nos coloca hoy más ante las expectativas que Bauman señala respecto a la manera en que queremos presidir y persuadir:

El juego de la dominación en la modernidad líquida ya no disputa entre “los más grandes” y “los más pequeños” sino entre los más rápidos y los más lentos. Dominan aquellos que son capaces de acelerar excediendo el poder de alcance de sus oponentes.⁴

La historia de la lectura está ligada indisolublemente con la de los medios tecnológicos para reproducir lo escrito, pero leer también tiene un antes y un ahora vinculado con la oralidad y con nuestra disposición al conocimiento. No cabe duda que los libros han influido enormemente en la forma en que pensamos y estructuramos nuestros discursos, sin embargo la oralidad está presente en muchos impresos, sobre todo en los que pretenden establecer un contacto más “personal”. Los escritos con residuos orales nos parecen más amenos, personalizados y accesibles:

⁴ Zygmunt Bauman, *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica de Argentina, Buenos Aires, 2004, p. 198.

Los textos impresos reproducían a menudo lo que Ong ha llamado «residuo oral», que son giros idiomáticos o construcciones gramaticales más apropiados al habla que a la escritura, al oído que a la vista. Los libros en forma de diálogo, populares en el periodo moderno temprano, desde *El cortesano* (1528) de Castiglione a *El sobrino de Rameau* (escrito en la década de 1760, aunque no se publicó hasta 1830) de Diderot, se nutrieron de los intercambios orales en patios, academias y salones.⁵

La transmisión oral de los “secretos de las artes” es algo muy valorado incluso en la actualidad, junto con la propensión a una lectura más extensiva que intensiva; esto ha dado lugar a que muchos libros que enseñan un arte busquen los mencionados residuos orales. Así, este libro sobre la imagen cinematográfica recurre a los giros del habla para ser expresión de la herencia del escrito íntimo y conservar el sabor antiguo y profundo de la relación maestro-discípulo. Las entrevistas para “hablar” entre colegas son un vehículo valorado por quienes estudian o hacen cine, de la misma manera que las memorias y las conferencias transcritas que hacen posible acercarse a la persona, aunque sea por medio de la interface texto.⁶

La forma lingüística no es la única que determina la calidad de un libro, también están todos los componentes visuales y físicos que lo conforman y que deben ser entendidos como un sistema de relaciones capaz de producir la acción de la lectura. Situar adecuadamente un producto editorial en el presente necesita de la reflexión en sus formas, funciones y significados, sólo así puede proponerse un libro acorde con su tiempo; si se toman en cuenta tanto las costumbres lectoras, las tecnologías de reproducción y distribución, así como los tópicos y argumentos idóneos en el contexto cultural en el cual desatará acciones. Cada libro, como objeto, implica un discurso paralelo a sus contenidos textuales.

Todo libro es una expresión conjunta de autor, editor y diseñador: los textos junto con su corrección gramatical, disposición formal, las imágenes, los criterios editoriales y las ideas, se concretan en un objeto que rebasa con mucho a su contenido temático al ofrecer no sólo información o una opi-

⁵ Asa Briggs y Peter Burke, *De Gutenberg a internet. Una historia social de los medios de comunicación*, Santillana Ediciones Generales, Madrid, 2002, p. 60.

⁶ Véase el Anexo.

nión específica, sino toda una concepción cultural. S. XXI. *La imagen del cine mexicano* pretende hacer eco de esfuerzos como el de Comenio, quien realizó en el siglo XVII los primeros libros con una idea pedagógica de las imágenes.

Incluso más interesante que su arreglo exterior es la concepción del libro *como un todo*. La organización del *Orbis Pictus* [El mundo en imágenes] ejemplifica la creencia en la unidad de toda la experiencia humana y una manera particular de interpretar al mundo perceptual. La relación entre palabras e imágenes expresa para Comenio la dependencia del mundo de las ideas respecto de la experiencia sensorial; esto es, a la vez, una postura política, religiosa y educacional.⁷

S. XXI. *Las imágenes del cine mexicano* apuesta por una estructura híbrida que reúna las bondades del impreso con la "liquidez" de los textos digitales, que lo son no únicamente por sus medios técnicos de difusión sino, sobre todo, por la estructuración de sus discursos. En este compendio están dispuestos textos que pueden leerse de manera discontinua; también puede explorarse un tema mediante el índice temático que se coloca no al final del libro como suele hacerse, sino al inicio para sugerir esta posibilidad más claramente. De igual manera, las citas textuales que aparecen en las páginas no tienen una estructura propia y pueden leerse como secuencia que ofrece ideas respecto a distintos aspectos de la imagen en el cine o como prontuario que nos saca momentáneamente del texto de las entrevistas.

El campo de la enseñanza del cine

La distribución social del conocimiento permite considerar al impreso como un factor determinante en la socialización secundaria, es decir, en la que se da fuera del entorno familiar y segmenta por áreas y especialidades a los individuos. Esta distribución social del conocimiento, si nos referimos a la instrucción escolarizada solamente, crea procesos educativos diferenciados por edades, condiciones socioeconómicas, especialidades y objetivos institucionales, y da lugar a campos

⁷ *Ibid.*, p.95. [T. de Héctor Zavala.]

muy delimitados entre editores, lectores, tipos de libros y escritos, etcétera. La segmentación del conocimiento, considerado sólo en el ámbito educativo, permite esclarecer las relaciones y procesos que se desarrollan entre estudiantes, educadores, editores, libreros e instituciones educativas.

El compendio *S. XXI. Las imágenes del cine mexicano* toma en cuenta la relación entre campo y *habitus* para aumentar las posibilidades de que sea leído y aprovechado.

Los actores sociales no abordan los procesos comunicativos, o no se enfrentan con textos y obras de forma aislada. Se hayan inmersos en espacios sociales y pertenecen a clases o grupos multifactorialmente reconocidos.⁸

Así, el concepto de campo, como espacio social estructurado con reglas específicas, con autonomía relativa, sirve para delimitar el auditorio al cual está dirigido este libro y para identificar al menos un aspecto del juego social existente entre quienes hacen, enseñan y estudian cine: la relación jerárquica que reconocen entre los directores y fundadores de la teoría cinematográfica, los teóricos actuales, los directores con reconocimiento internacional, los profesores de cine, los críticos y los técnicos especializados. Así mismo, el *habitus*, entendido como la disposición adquirida, generadora de comportamientos habituales, ayuda a identificar las costumbres lectoras y de adquisición de conocimientos entre su auditorio para hacerlo atractivo y convincente.

Para obtener información a partir de estos dos conceptos se realizó la encuesta a estudiantes de cine, profesores y cineastas que contribuyó con el esclarecimiento de los tópicos, acuerdos previos y argumentos, así como con el orden (*dispositio*) del discurso sobre la imagen cinematográfica.⁹

El auditorio identificado para *S. XXI. Las imágenes del cine mexicano* forma parte del campo del cine mexicano contemporáneo. Una de las características de este campo es que incluye prácticas artísticas, las cuales tienen un fuerte sistema de creencias, así como reglas bien definidas en cuanto a la creatividad y la jerarquización de sus agentes (se dice que los equipos de producción cinematográfica tienen una estruc-

⁸ Diego Lizarazo Arias, *La fruición fílmica. Estética y semiótica de la interpretación cinematográfica*, UAM, México, 2004, p. 251.

⁹ Véase Anexo.

tura vertical militar, pues sólo así es posible garantizar el cometido de filmar una película). Las características de quienes hacen las películas, estudian cine y las de quienes lo aprecian y analizan constituyen el foco de atención, pues a ellos está dirigido este compendio. Para la estructuración y disposición de sus contenidos se han tomado en cuenta varias particularidades de los posibles lectores del compendio, sobre todo respecto a sus hábitos de lectura con fines de actualización o para conocer más sobre cine, y también en cuanto a la jerarquía que establece quiénes tienen mayor autoridad para opinar y enseñar sobre la materia.¹⁰

El diseño editorial y gráfico

Para el diseño del compendio *S. XXI. Las imágenes del cine mexicano* se parte de que todo libro es un objeto peculiar debido a que tal vez es el que menos puede separar su significado del lenguaje: un libro tradicional está tan hecho de páginas y forros como de palabras. Es vehículo de funciones, pues sirve para algo, para ser usado e incidir en nuestra conciencia, nuestro conocimiento –si pensamos en su función primaria y más convencional–, pero no sólo es un utensilio con contenidos dispuestos para mediar una acción sino también tiene un sentido que desborda su función. Todo objeto no es un instrumento puro, sino forma parte también de un sistema de signos y en el caso de los libros la información que comunican, su sentido, hace posible diferenciar, por ejemplo, un libro de matemáticas –grueso, con su portada resuelta con tipografía y texto corrido lleno de fórmulas, con una caja tipográfica amplia que casi llega al borde de las páginas– de un libro de fotografía –en papel *couché*, pastas duras y camisa, muchas imágenes a color y poco texto–. Dar identidad y carácter al libro permite hacer clara su función y su sentido para el lector.

La interface media entre el usuario, el utensilio y la acción, es el espacio que representa el acto constitutivo del utensilio. Así, el objeto libro debe ser ideado dentro de una situación pragmática de comunicación, tomando en cuenta sus funciones y sentido, la acción que pretendemos suscitar y al lector, todo esto dentro del sistema de signos que conforman una

¹⁰ *Idem.*

cultura. Definir sus características con una intensión determinada equivale a “diseñar su significado”.

El sistema semiótico está regulado de tal manera que las normas y usos permiten la construcción de significado en dos niveles: el social (*langue*) y el individual (*parole*). El sistema está conformado por diversos subsistemas de carácter sintáctico que pueden adscribirse a códigos o subcódigos que interactúan y se complementan para ser efectivos. Dentro de este todo, el libro tiene particularidades que requieren de competencias que el lector debe accionar para interactuar con el objeto libro como contenedor de características semánticas propias; estas competencias del lector implican un código de reconocimiento para “leer” el objeto y otro de acción que le permitirá expresarse de manera activa como resultado de la interacción dentro de un contexto que necesita de su conocimiento enciclopédico. Todo un sistema de relaciones que permite accesos parcializados de acuerdo con el *langue* y la *parole* de cada lector.

Las diferentes dimensiones significantes en cuanto la materialidad del libro permiten observar al diseño desde varios puntos de vista y tener un planteamiento pragmático a partir del principio de cooperación entre el autor, el texto y el receptor para que el proceso comunicativo del libro sea mejor logrado. Considerar estas dimensiones durante el diseño editorial y gráfico hacen posible construir una especificidad más significativa para el lector.

El libro no solamente se lee, también se hojea, se transporta, se coloca junto a otros objetos, se muestra y observa; una gran cantidad de interacciones tienen lugar. Su dimensión estética, las sensaciones que produce por su presencia como objeto, está expresada en su formato, el tipo de papel, su grosor y peso, etcétera, mientras que la patémica, las pasiones que se derivan de las interacciones con el libro, traen a cuenta, entre otras cosas, la información que contiene, la temática y su valor simbólico en el contexto pragmático del lector. La dimensión estética está presente mediante la expresión y recepción de los códigos y normas propios de la edición, el diseño, la impresión y todo el mundo del libro a través de un solo ejemplar. Así mismo, su dimensión cognitiva está relacionada con el conocimiento que el libro aporta con su materialidad como objeto de diseño y sus contenidos; la alética está vinculada con la verosimilitud de un libro, y con su

condición de falso o verdadero, dentro del conjunto temático y tipológico al cual pertenece, finalmente, su dimensión ontológica tiene que ver con la ética de su concepción editorial y sus valores de diseño.

Tener en cuenta estas dimensiones al momento de las decisiones editoriales y de diseño implica ver al libro como un objeto polisémico complejo, y no sólo como información puesta a disposición.

Se pretende que el compendio que nos ocupa sea identificado como libro de cine para la educación superior, por lo que en su diseño editorial he considerado mi experiencia docente de más de 20 años y la información obtenida de la encuesta antes mencionada. Los actuales estudiantes de cine leen más a menudo fragmentos de libros, varios textos de diferentes autores, y atribuyen especial valor al contacto personal con cineastas y técnicos, así como a las ideas de los grandes cineastas internacionales. Estas consideraciones me sirvieron para disponer los textos de las entrevistas con apartados relativamente pequeños que pueden servir para que su lectura ocurra en distintos momentos o para que se siga un tema a través de las distintas entrevistas. A la par que estos textos de entrevista se encuentran las citas textuales que no tienen una relación directa con aquéllos, sino que constituyen breviaros temáticos que pueden leerse por separado o integrarse a una lectura temática. En cuanto a los índices, se encuentran al principio del libro y sugieren tanto la lectura convencional como la temática, similar a como se lee una revista, saltando de un artículo o imagen a otro, o las páginas de internet. Finalmente están las referencias: las semblanzas de todos quienes participan en el compendio, la bibliografía –que más que ser empleada directamente en el compendio sugiere textos para profundizar en el tema de la imagen cinematográfica–, la filmografía que reúne todas las películas mencionadas con especial atención a los cargos vinculados con la imagen, y los créditos iconográficos.

En cuanto al diseño gráfico del compendio, se busca tener páginas con cierto movimiento a través de dos cajas que provocan blancos desfasados (una para las entrevistas y la otra para las citas bibliográficas y las imágenes), así como una ligera insinuación de la metáfora de las películas mexicanas recientes, como sillones hechos a mano, mediante las costuras que se incluyen en la portada, el índice temático y los re-

cuadros que delimitan las citas textuales. La imagen del sillón en la portada tiene este mismo propósito. Las dos tipografías que se emplean tienen la intención de calificar a los textos: la Avenir Next, de palo seco, para las entrevistas pues tiene un aspecto ligero y contemporáneo, y la Frutiger Serif Lt Pro para las citas textuales que con sus serifas y estilización es grandilocuente.

Difusión, promoción y distribución

La difusión de un libro apunta a lo general, a los objetivos de las entidades editoras, a sus propósitos de incidencia en la cultura y el conocimiento, a las áreas de atención a las cuales están abocadas. La promoción es dar a conocer un libro específico o una colección a los medios de comunicación, a los libreros y a los lectores mediante lo especial y diferente que tiene una publicación frente a otras. Y la distribución es el efecto de la difusión y la promoción: después de los resultados de éstas el libro adquiere una cualidad diferente, como mercancía, que competirá en el mercado con otros más, unos mejor impresos, otros mejor o peor editados, unos con menos o más promoción. Tener los ejemplares impresos da inicio a un nuevo proceso que tiene como objetivo llevarlos a los ojos y la inteligencia de los lectores.

La cadena editor-librero-lector señala el camino que sigue un libro pero no muestra las interrelaciones ni todos los actores involucrados en este tránsito. En este camino del libro la labor del editor no debe concluir con los ejemplares impresos recién salidos de la imprenta, sino debe seguir con las sinopsis, las reflexiones y la información que los equipos de difusión y promoción requieren. Después del autor, el editor es quien mejor conoce los contenidos de un libro, pero también es quien seleccionó y decidió lo que un sello editorial publica y por lo tanto es corresponsable de la vida del libro. La difusión y promoción requiere también de contenidos y los editores deben convertirse en autores, pero ahora de los materiales necesarios para difundir y promover el trabajo editorial en su conjunto. Desde la decisión editorial para publicar un libro, el editor debe considerar la difusión, promoción y distribución al identificar públicos lectores posibles, al pensar que un libro va dirigido a lectores habituales o a los ocasio-

nales; requiere también determinar el tiraje en función de las condiciones del mercado y las prácticas lectoras. El editor no es una persona, sino una instancia de decisión y producción que maneja las políticas de difusión, las estrategias de mercado y los aspectos financieros de la producción editorial, y como tal extiende el conocimiento que posee hacia la materialización de una campaña de promoción y un esquema de distribución que generalmente ya realiza la librería.

La difusión, promoción y distribución del compendio *S. XXI. Las imágenes del cine mexicano* está pensada para que opere desde el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC), pues desde su inicio se consideró su inclusión en el catálogo editorial del Centro. Las publicaciones del CUEC tienen actualmente un doble camino andado, por un lado una importante presencia entre quienes leen sobre cine debido a su interesante catálogo y tradición y, por otro, a que —a diferencia de la mayoría de los libros publicados por la UNAM— se encuentran en mesas de cine de muchas librerías no universitarias y universitarias en todo México. El compendio se sumará al libro *El diseño en el cine. Proyectos de dirección artística* (Héctor Zavala, 2008), que cuenta con una reimposición, y que junto con tres números de la revista *Estudios Cinematográficos* y uno de *Cuadernos Cinematográficos* constituyen un pequeño conjunto de publicaciones que tienen como tema central la imagen y la dirección artística en el cine. Las publicaciones del CUEC cuentan con un público especializado pequeño que permite que tirajes cortos encuentren a sus lectores. Considero que el número de ejemplares de *S. XXI. Las imágenes del cine mexicano* estará entre los 500 y mil, pues es lo habitual en el CUEC, que a optado por tiros pequeños que pueden ser reimpresos.

DISEÑO EDITORIAL

Cuidado editorial

Los autores deben ser siempre los principales beneficiarios de la llamada corrección de estilo, sus textos son reflejo de sus ideas e intentar mejorar los contenidos pondría a los correctores en el papel de enmendadores de ideas. Se requiere pues, en todo momento, dejar claro lo que los autores

dicen, son sus textos. Los correctores no tratan con “el estilo”, deben concentrarse en los aspectos formales del lenguaje escrito: en la gramática, la ortografía y la propiedad tipográfica de acuerdo con los criterios editoriales en los cuales vaya a inscribirse el impreso. Preparar el texto para su publicación tiene que ser el objetivo de la intervención en el lenguaje escrito del autor.

Los textos de *S. XXI. Las imágenes del cine mexicano* son de dos tipos, y cada uno de éstos requiere un tratamiento distinto debido a su naturaleza:

- **Transcripciones de entrevistas** a realizadores, cinefotógrafos, directores de arte, teóricos y críticos. Como estos textos provienen del lenguaje hablado requerirán un trabajo arduo de adaptación al escrito aun cuando se mantenga la expresión coloquial y ligera propia de una plática. Sin embargo, pese a lo intensivo de la intervención, habrán de respetarse completamente los planteamientos de los autores y se requerirá de su autorización previa a su publicación a fin de que sean reflejo fiel de lo dicho. En cuanto a la ortotipografía, la corrección de estilo se ceñirá completamente a los criterios de todo el libro.
- **Citas textuales.** Al ser traídas de ediciones ya existentes, únicamente se marcarán los criterios tipográficos pertinentes a fin de que sean claramente identificadas como extractos de textos ya publicados; de manera exhaustiva se indicarán las fuentes con los criterios establecidos para toda la publicación; finalmente, cabe señalar que en varias ocasiones se incluirán fuentes secundarias y, al igual que en el caso de las primarias, se incluirán todas las referencias formales.

La profesionalización de la corrección de estilo es sumamente necesaria, en particular cuando se trata de textos especializados como es el caso del presente libro. Se requiere que quienes trabajan con un texto no solamente sepan de los procesos editoriales y sus normas, sino también que conozcan el área o especialización de un libro a fin de que tomen en cuenta todas las características propias de la disciplina en cuanto a terminología y usos del lenguaje: las palabras no significan lo mismo en todos los campos y no se marcan tipográficamente de la misma manera.

Lineamientos de estilo

Las características distintivas de los lineamientos de estilo en S. XXI. *Las imágenes del cine mexicano* obedecen a las particularidades de la disciplina del cine y a la intención de que el libro sea publicado por el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC) de la UNAM. A continuación algunos de los criterios:

- Todas las palabras que no estén en español o castellanizadas van en cursivas.
- Apodos con alta inicial en redondas: el Indio Fernández.
- Conceptos en cursivas, por ejemplo: *acuerdos sociales*.
- Años de las décadas en singular: la década de los ochenta, los años noventa, etcétera.
- Etcétera siempre desatado.
- Con acentos diacríticos.
- Guion (sin acento).
- Lenguaje indirecto con comillas: "oye, por qué, corta ya, esto se está haciendo pesadísimo, ten cuidado, vas a aburrir a todo el mundo".
- Siglas y desatado entre paréntesis sólo la primera vez en cada capítulo.
- Nombres de pinturas, películas y libros en cursivas.
- Con letra del uno al diez, con número del 11 en adelante.
- Estándar con e y acento.
- *Per se* con cursivas.

La marcación tipográfica en el CUEC también tiene características fijas en algunas colecciones y en la revista *Estudios cinematográficos*, y puesto que el compendio no formará parte de ninguna de ellas ni puede adoptar mecánicamente la marcación tipográfica de la revista, se considerarán los criterios tipográficos generales y se adaptarán al compendio que tendrá una marcación especial.

Respecto a la corrección de estilo y cuidado editorial se recurre al *Diccionario de la lengua española*, al *Diccionario panhispánico de dudas* y al *Diccionario esencial en línea de la Real Academia Española de la Lengua*. Así mismo, los criterios del *Prontuario de normas editoriales y tipográficas, 2000/2001*¹¹

¹¹ Subgerencia de Producción Editorial del Fondo de Cultura Económica, *Prontuario de normas editoriales y tipográficas, 2000/2001*, 1ª ed. digital, FCE, México, 2001.

del Fondo de Cultura Económica (FCE) serán considerados junto con *El libro y sus orillas*¹² de Roberto Zavala.

Por tratarse de una transcripción de entrevista se encontraron palabras o frases repetidas, muletillas, oraciones inconclusas o sin el orden natural de la escritura, así como faltas de concordancia de género y número. La transcripción presentó errores de puntuación y fallas ortográficas en algunos nombres propios y términos cinematográficos. Estas características hicieron necesaria una intervención importante, por lo que todos los escritos contarán con la autorización de los entrevistados antes de ser publicados.

Tipografía, formato y papel

La tipografía ya aplicada debe tener en cuenta un orden espacial, la composición visual, la armonía, la proporción y la textura en la página. Se han traspuesto varios conceptos de la composición musical a la tipográfica; entre los autores que han hecho esto cabe destacar a Robert Bringhurst:

Como la música, [la tipografía] puede usarse para manipular el comportamiento y las emociones. Pero no es ése el lugar en que los tipógrafos, músicos y demás seres humanos nos muestran su mejor perfil. Cuando es excelente, la tipografía es un lento arte de representación, que se merece la misma apreciación informada que a veces damos a la representación musical y es capaz de dar el mismo enriquecimiento personal y el mismo placer a cambio.¹³

O también:

La única tarea esencial del tipógrafo es interpretar y comunicar el texto. Su tono, su tempo, su estructura lógica, su tamaño físico: todo eso determina las posibilidades de su forma tipográfica. El tipógrafo es al texto lo que el director teatral al guion o el músico a la partitura.¹⁴

¹² Roberto Zavala Ruiz, *El libro y sus orillas*, Colección Libros sobre Libros, FCE, México, 2012.

¹³ Robert Bringhurst, *Los elementos del estilo tipográfico*, FCE, Col. Libros sobre Libros, México, 2008, p. 26.

¹⁴ *Idem.*

Los factores que determinan las propuestas tipográficas son de carácter pragmático –es decir, toman en cuenta a quien interpretará el texto–, de comunicación entre emisor y destinatario, pues hay una intención expresa del primero para comunicar sus contenidos de manera persuasiva. Por lo anterior, estos factores son: los lectores a los cuales está dirigido el texto (auditorio particular), el tipo de contenidos y naturaleza del texto (enunciados), así como los materiales y tecnologías empleadas para fijar el texto en impreso o pantalla y la manera en que el lector lo usará o se apropiará de él (situación pragmática). La composición de un texto en las páginas de un escrito debe ofrecer también un discurso paralelo –para “leerse entre líneas”–, que ofrezca además de los valores que propicien la legibilidad otros vinculados con la armonía, la proporción, el equilibrio y la estética general de la página: tipografía, cajas, tamaño de página, imágenes, etc. deben construir un sistema que pueda ser distinguido y disfrutado por el lector.

Seleccionar tipografía involucra diferentes factores. Para los textos cortos como títulos o frases que aparecen comúnmente de buen tamaño la “personalidad” de la letra es lo más importante a tomar en cuenta. En textos medianos o grandes la legibilidad (facilidad para distinguir los diferentes caracteres del alfabeto) es el primer factor a considerar, por lo que valorar la estructura de la letra es lo más importante; finalmente, para los textos largos la lecturabilidad (la comodidad que ofrece la tipografía y su disposición en la página para leer durante lapsos prolongados) es otro factor muy importante, aunado claro está a la disposición de espacio. Al elegir una tipografía para cada uno de estos tipos de texto los factores a tomarse en cuenta se verán reflejados en las características morfológicas, el puntaje, el interlineado y los criterios de subordinación de la tipografía seleccionada.

La tipografía influye en la legibilidad y en la representación de los textos por parte del lector tanto desde lo técnico como a través de lo sensorial. Las características técnico-formales de la tipografía, su tamaño, interlineado, color, jerarquización, etcétera, además del medio impreso o la pantalla en que se encuentre, intervienen en qué tan fácil o no pueda ser leído un texto; por otro lado, lo sensorial de la tipografía presenta al lector una dimensión estética y cultural que dan contexto a los contenidos escritos. Los tres niveles de interpretación de

la tipografía son el lingüístico (la comunicación a través del lenguaje), el plástico y el sensorial (la visualidad y sus implicaciones tanto culturales como de contexto).

La composición tipográfica no acaba con la selección del tipo, la disposición espacial del texto en la página necesita también de jerarquización y organización lógica –que vincula forma y contenido. Mediante el marcaje tipográfico se subordinan con títulos o cabezas de tamaños y posiciones diferenciados las distintas partes de un texto, por medio del puntaje que tiene una misma tipografía pueden hacerse distinguibles varias clases de texto (contenidos normales, notas a pie de página, citas textuales, pies de foto o figura, índices y bibliografías, etcétera); junto con lo anterior, el manejo de blancos, sangrías, tipos de párrafo y el uso de letras versalitas, altas y bajas, redondas, negritas, cursivas, voladitas, etcétera, constituyen el sistema completo del lenguaje tipográfico que será leído junto con el texto.

En cuanto a los estilos tipográficos y ortotipográficos puede decirse que sus principales problemas se derivan de las múltiples posibilidades que hay para componer un texto de manera “correcta”, pues tanto las reglas gramaticales como los usos de las distintas instancias editoras hacen de estos estilos un amplio campo para las decisiones. Otros elementos a considerar, por la influencia que pueden tener en la tipografía y la ortotipografía, son el estilo de los textos y el de la editorial: las distintas áreas de conocimiento hacen usos específicos del lenguaje escrito que han conformado tradiciones tanto tipográficas como ortotipográficas y las casas editoriales de igual manera han establecido formas en que los textos aparecen ante los ojos de sus lectores. Cada texto, por su área de conocimiento, por su contexto de edición y publicación, requiere de un estilo tipográfico y ortotipográfico coherente y consistente.

Para lograr un buen diseño tipográfico se necesita en primer lugar tener una fuente profesional, completa y de calidad. Aunque se considera ya una buena fuente la que cuenta con 260 caracteres, una profesional incluye aproximadamente 580; otro factor a considerar es que la tipografía de calidad no solamente cuida la fineza y perfección de las formas en los caracteres alfabéticos, sino que también extiende esta cualidad a los demás para lograr consistencia y uniformidad estilística y de pesos.

Habría que mencionar que la tradición de los tipos sueltos de plomo ha influido de manera sustancial en la forma en que la tipografía se usa actualmente. En primer lugar, la tipometría de los tipos móviles se ha trasladado prácticamente intacta a la tipografía digital, sólo se han hecho más exactas las mediciones, de tal forma que el punto, la pica y el cuadratín, et-
cétera, siguen siendo usados; también cabría mencionar que la morfotipografía de las fuentes tradicionales es la base de prácticamente todas las fuentes digitales. El concepto de rescate tipográfico o *revival* nos informa de la influencia que ha ejercido también el sistema de tipo suelto en nuestro tiempo, aunque es necesario mencionar que la reinterpretación de tipografías antiguas se ha enfrentado sobre todo a problemas derivados de saber cómo era verdaderamente una fuente: los tipos gastados, sus versiones y remanufacturas, así como las inconsistencias en los impresos que se toman como modelo, debidas a los distintos niveles de absorción de las tintas por los diferentes papeles empleados, son tal vez los mayores problemas de esta labor de reinterpretación.

Las páginas con citas textuales y la proporción apaisada de los fotogramas hacen idóneo el tamaño de 17 × 23 cm, pues al seccionarlo horizontalmente se obtienen dos rectángulos con disposición horizontal. Así mismo, este formato corresponde con el empleado por varios libros publicados por el CUEC (Centro Universitario de Estudios Cinematográficos de la UNAM), debido a lo cual el compendio, que se propondrá inicialmente al Centro, se adecuará perfectamente con estos libros ya identificados como materiales bibliográficos sobre cine.

El pliego de 70 × 95 cm es el indicado para obtener 32 páginas de cada uno con un sobrante adecuado.

Debido a la necesidad de impresión en color, el papel que se considera es Multiart, de 100 g para interiores y de 300 g para forros con solapa, por su blancura, su acabado mate y su poca porosidad.

Para el texto común se emplea la tipografía de palo seco Avenir Next, que cuenta con todas las variantes necesarias para este libro. Esta tipografía fue diseñada por Adrian Frutiger y Akira Kobayashi para Linotype y apareció apenas en 2004; se trata de una tipografía rediseñada a partir de la Frutiger original de 1968. Para las citas textuales se propone una tipografía con serifas de los mismos tipógrafos, la Frutiger

Serif Lt Pro de 2008; esta fuente es un rediseño y ampliación de la Frutiger Meridien de 1957. Se trata de fuentes tipográficas sólidas que refuerzan el carácter de los dos tipos de texto.

Hoja de estilos tipográficos

Fuente para textos: Avenir Next

Texto común: 10/13 pts. Regular

T1, cabezas de capítulo: 18 pts. Demi Bold

T2, cabeza de sección: 10/13 pts. Demi Bold

Nombre de autor: 10/13 pts. Medium V/v

Tm, pie de foto: 9/11 pts. Regular

Tm, epígrafes: 9/11 pts. Regular

Tm, bibliografía: 9/11 pts. Regular

Fuente para citas textuales: Frutiger Serif Lt Pro de 9/13 pts. regular.

Caja

A partir de una unidad de 3 mm se estableció la progresión 4, 5, 6, 7 para determinar los márgenes de la caja en la página de 17 × 23 cm. Las medidas de esta progresión son 12, 15, 18 y 21 mm asignados a margen interior, superior, exterior e inferior respectivamente. La textura tipográfica resultante es de 14 × 19.3 cm. Esta caja tiene nueve columnas con sus espacios entre ellas.

Gestión y cálculo editorial

Todo producto editorial está inmerso en la vida económica, por lo que su viabilidad depende de que se tome en cuenta el modelo de negocios de la industria, pues aunque se trate de una propuesta para el ámbito universitario, como es el caso del presente compendio, debe llevarse a cabo considerando que los condicionantes, como costos, precio de venta al público, número de ejemplares, régimen fiscal, etcétera, siempre están presentes.

El costo de producción está formado por los desembolsos necesarios para la producción o fabricación de un libro; se dividen en fijos y variables. Los primeros incluyen todo el desarrollo del proyecto y llegan hasta la elaboración de negativos o archivos de preprensa, los costos variables los generan el proceso de impresión, encuadernación y acabados.

El libro, como objeto de comercio, tiene un precio de venta al público que sirve de base para calcular todo su circuito de producción y distribución. Este precio, también conocido como precio de tapa, es el que paga el destinatario final, el usuario o lector.

Cuadro 1. Costos fijos y variables incluidos en el costo de producción.

<i>Costos fijos</i>	<i>Costos variables</i>
<i>Editorial:</i> estudio, traducción, revisión técnica, revisión de estilo, revisión final, otros.	<i>Materia prima:</i> papel para forros e interiores, otros.
<i>Preparación:</i> diseño, marcado tipográfico, composición, lectura de galeras, formación de planas, lectura de planas, índice, original de ilustración, original de ilustración interior, imposición de pliegos, tipografía original, portada, otros.	<i>Impresión:</i> transporte e impresión de forros e interiores, laminado, otros.
<i>Negativos o archivos de preprensa:</i> forros e interiores, ya sea que se trate de selección de color, tintas separadas o escala de grises; formación de negativos.	<i>Encuadernación y acabados:</i> cosido, pegado o engrapado; rústica sin o con solapa, pasta dura; doblado y compaginado; refinado; otros.

El precio de venta al público se determina al multiplicar el costo de producción de un libro por el factor multiplicador determinado con anterioridad. Este factor se calcula en función de los gastos directos e indirectos generados por el trabajo en las editoriales. Distintas empresas o instancias editoras, en diversas situaciones económicas y con objetivos financieros diferentes para cada libro o tipo de libro, dan lugar a muy

distintos factores multiplicadores. La amplia gama de estos factores van desde 2 o 2.53, como en el caso de CONALITEG (Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos), hasta 12 o más cuando se trata de placismo, por ejemplo.

Las variables que inciden en el cálculo del factor multiplicador son: los canales de venta, el descuento por canal, la determinación del descuento de mayor incidencia en el canal de venta de la editorial, las comisiones de venta, la incidencia de los gastos generales, los costos de producción fijos y variables, la decisión del tiraje y la determinación del precio de venta al público.

Una vez establecido el precio de tapa, se requiere determinar cuántos libros necesitan venderse de cierto título para tener cubiertos los costos fijos y variables sin ningún tipo de utilidad o pérdida; el tiempo para llegar a este punto generalmente es de un año, aunque muchas veces es mayor. El número de ejemplares que requieren venderse es el punto de equilibrio y funciona como concepto financiero para ser tomado en cuenta, tanto durante la toma de decisiones para publicar o no como posteriormente para la contabilidad y los estados financieros. El punto de equilibrio (*PE*) es igual al resultado de multiplicar el costo de producción unitario (*CPU*) por el número de ejemplares (*E*), entre el precio de venta al público (*PVP*) menos los gastos de distribución (*GD*), menos 10% de derechos de autor (*DA*):

$$PE = (CPU) E / PVP - GD - DA$$

La decisión de invertir en un libro, así como el número de ejemplares de la edición, dependen de la información presentada al comité editorial (características del libro en cuanto tema e importancia en el catálogo, número de páginas, papel y acabados, presupuesto inicial, precio de venta al público sugerido, punto de equilibrio, la información financiera de la casa editorial), la experiencia y el sentido común. Nada es seguro y siempre se corre un riesgo.

Aspectos legales

La Ley Federal de Derecho de Autor (LFDA) regula lo concerniente al derecho de autor, que protege las obras de crea-

ción original cuando son la expresión personal y perceptible, resultado de la actividad intelectual, completas y unitarias, susceptibles de ser divulgadas o reproducidas de cualquier forma y por cualquier medio, independientemente del mérito, destino o modo de expresión.¹⁵ Según el Artículo 13 de la LFDA, entre ellas se encuentran las obras literarias, las musicales con o sin letra, la danza, las dramáticas, las pictóricas o de dibujo, las escultóricas o de carácter plástico, la caricatura y la historieta, las arquitectónicas, las cinematográficas y demás audiovisuales, los programas de radio y televisión, los programas de cómputo, las obras fotográficas, las de arte aplicado y las de compilación.

El presente proyecto, como libro, estará protegido por el derecho de autor debido a que se trata de una creación, selección y disposición de contenido que constituye una obra intelectual.

Las obras derivadas están basadas o provienen de una obra primigenia, o de otra obra derivada. La ley las protege en lo que tengan de originales y no pueden ser explotadas si no han sido autorizadas por el titular de los derechos patrimoniales de la obra primigenia. Entre las obras derivadas se encuentran los arreglos musicales, los compendios, las traducciones, las adaptaciones y otras transformaciones.

El autor es la persona física que ha creado una obra literaria o artística y es el titular de los derechos de autor; las personas morales no pueden tener esta categoría. Los derechos de autor se conceden desde el momento en que la obra haya sido fijada en un soporte material y no requieren registro ni documento alguno; se dividen en morales y patrimoniales.

Los derechos morales pertenecen siempre al autor o a sus herederos y son el de divulgación o de inédito, el de crédito o paternidad (el que tiene el autor de que se le reconozca la obra), el de respeto e integridad de la obra, el de modificación, el de arrepentimiento o retracto, y el de repudio.

Los derechos patrimoniales pertenecen originariamente al autor y le confieren la posibilidad de explotar o autorizar la explotación de una obra; estos derechos pueden pasar a

¹⁵ "Artículo 3.- Las obras protegidas por esta Ley son aquellas de creación original susceptibles de ser divulgadas o reproducidas en cualquier forma o medio", Ley Federal del Derecho de Autor, *Diario Oficial de la Federación (DOF)*, 24 de diciembre de 1996, última reforma publicada en el *DOF*, 10 de junio de 2013.

otros por acto entre vivos, *mortis causa* o por disposición legal, de tal manera que el titular de los derechos patrimoniales no siempre es el autor. Los derechos patrimoniales son el de reproducción, el de distribución, el de comunicación pública y el de transformación, aunque también comprenden el derecho exclusivo de realizar o autorizar las traducciones, adaptaciones, arreglos y otras transformaciones de la obra. Los derechos patrimoniales son independientes entre sí, lo cual implica que toda cesión se limita sólo al derecho o derechos cedidos; están divididos en primarios (reproducción, distribución) y subsidiarios (traducción, reimpresión, adaptación, publicación en serie, edición para débiles visuales, antologías, publicaciones electrónicas, mercadeo, reprografía o reproducciones digitales, etcétera).

Los editores de libros tienen el derecho de autorizar o prohibir la reproducción tanto directa como indirecta, total o parcial de sus libros, así como la explotación de los mismos. También pueden permitir o impedir la importación de copias de sus libros hechas sin su autorización, y tienen derecho a la primera distribución pública del original y de cada ejemplar de sus libros mediante venta u otra modalidad. Además, estos editores tendrán el derecho de exclusividad sobre las características de diagramación y tipográficas de los libros que editen en cuanto contengan de originales. La protección de derechos para los editores de libros es de 50 años a partir de la primera edición del libro de que se trate.

ANEXO

Preguntas de la encuesta y valoración porcentual de las respuestas

1. Las seis películas mexicanas estrenadas entre 2000 y 2013 que te parecen significativas por su imagen:

- 1o. *Luz silenciosa* (2007) de Carlos Reygadas
- 2o. *Heli* (2013) de Amat Escalante
- 3o. *Lake Tahoe* (2008) de Fernando Eimbcke
- 4o. *Y tu mamá también* (2001) de Alfonso Cuarón
- 5o. *Párpados azules* (2007) de Ernesto Contreras
- 6o. *Arráncame la vida* (2008) de Roberto Sneider

2. En cuanto a escenografía, decoración y vestuarios, qué te parecen los largometrajes mexicanos 2000-2013:

- Muy cuidados: 26%
- Hay buenos y malos: 43%
- Aceptables: 13%
- Deficientes: 4%
- Otros: 13%

3. En cuanto a fotografía, qué te parecen los largometrajes mexicanos 2000-2013:

- Muy cuidados: 26%
- Hay buenos y malos: 52%
- Aceptables: 17%
- Deficientes: 0%
- Otros: 4%

4. ¿Cómo consideras a la imagen del cine mexicano contemporáneo frente a otras cinematografías?

- En franca desventaja: 5%
- Con valores equivalentes pero distintos: 32%
- Con algunas buenas películas: 59%
- Otros: 5%

5. ¿Cuál de estas opciones sería más efectiva para mejorar la imagen de nuestras películas?

Dar más presupuesto y capacitación a los departamentos de arte: 8%
Capacitar acerca del poder expresivo y narrativo de la imagen: 58%
Aumentar el rigor técnico y expresivo de la fotografía: 21%
Otros: 13%

6. Crees conveniente que se den cursos sobre dirección artística a todos los estudiantes de cine?

Sí: 86%
No: 0%
Sólo a quienes quieran especializarse en esta área: 14%

7. ¿Qué es el cine para ti?

Una de las bellas artes (el séptimo arte): 8%
Un espectáculo con fuertes requerimientos técnicos: 4%
Una industria cultural: 15%

Los tres anteriores juntos: 58%
Otros: 15%

8. ¿De quiénes se puede aprender lo verdaderamente importante del cine?

De los grandes directores y fundadores de la teoría del cine: 50%
De los cineastas contemporáneos: 20%
De los técnicos experimentados: 15%
De los profesores en las escuelas de cine: 10%
De los teóricos actuales: 5%
De los críticos del cine mexicano: 0%

9. ¿Qué te ha ofrecido mayores beneficios para saber más sobre cine?

La lectura de libros y revistas impresas o digitales: 26%
Conferencias y cursos presenciales: 14%
Ver películas y analizarlas: 36%
Participar en una producción: 14%
Otros: 10%

10. ¿A qué recurres más frecuentemente para mantenerte actualizado en cuanto al cine?

- A textos impresos (libros y revistas): 31%
- A textos y contenidos digitales: 33%
- A testimonios o comentarios en video o cine: 13%
- A conferencias o cursos presenciales: 15%
- Otros: 8%

11. ¿Cuántas películas vez mensualmente?

- De 1 a 4: 4%
- De 5 a 8: 35%
- De 9 a 12: 39%
- Otros: 22%

12. ¿Cuántos artículos o libros sobre cine hojeas o lees mensualmente?

- De 1 a 4: 14%
- De 5 a 8: 45%
- De 9 a 12: 27%
- Otros: 14%

13. ¿Sobre qué área de conocimiento acerca de nuestro cine crees que hay menos desarrollo?

- Crítica y reseña cinematográfica: 21%
- Estudios teóricos y análisis cinematográfico: 50%
- Estudios culturales y socioeconómicos: 21%
- Otros: 7%

14. ¿Qué acostumbras hacer con los libros o revistas sobre cine?

- Los leo de principio a fin: 32%
- Selecciono y leo algunos capítulos o artículos: 50%
- Localizo y leo información o conceptos específicos mediante índices o buscadores digitales: 14%
- Otros: 4%

15. Al momento de seleccionar un libro o revista sobre cine ¿qué te parece más importante?

- Su calidad de diseño e impresión: 5%
- Que cuente con imágenes adecuadas: 0%
- El título e imagen de portada: 15%
- Que sea fácilmente legible y manipulable: 5%
- La información sobre su(s) autor(es): 35%
- Que se identifiquen con claridad los temas que trata: 40%

16. En cuanto a libros y revistas sobre cine mexicano ¿qué opinas?

- Hay pocos títulos y es difícil conseguirlos: 50%
- Hay pocos títulos pero se localizan con facilidad: 18%
- Hay suficientes títulos pero es difícil conseguirlos: 9%
- Hay suficientes títulos y con fácil acceso: 9%
- Otros: 14%

BIBLIOGRAFÍA

- Barthes, Roland, "Semántica del objeto", conferencia pronunciada en septiembre de 1964, en *Arte e Cultura nella civiltà contemporanea*, Sansoni, Florencia, 1966.
- Bauman, Zygmunt, *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica de Argentina, Buenos Aires, 2004.
- Berger L., Peter, y Thomas Luckmann, *La construcción social de la realidad*, Amorrortu editores, Buenos Aires, 2001.
- Beristáin, Elena, *Diccionario de retórica y poética*, Editorial Porrúa, México, 2001.
- Books (revista), "La biblioteca Google. Entrevista con Robert Darnton", en *Letras Libres*, núm. 125, mayo, México, 2009.
- Bourdieu, Pierre, *Respuestas, Por una antropología reflexiva*, Editorial Grijalbo, México, 1995.
- _____, *Sociología y cultura*, Editorial Grijalbo y Conaculta, México, 2002.
- Borges, Jorge Luis, *El libro*, UAM-A, México, 1997.
- Briggs, Asa y Peter Burke, *De Gutenberg a internet. Una historia social de los medios de comunicación*, Santillana Ediciones Generales, Madrid, 2002.
- Bringhurst, Robert, *Los elementos del estilo tipográfico*, col. Libros sobre Libros, FCE, México, 2008.

- Buchanan, Richard, *Discovering Design: Explorations in Design Studies*, University of Chicago Press, Chicago, 1995.
- Chartier, Roger, *El presente del pasado. Escritura de la historia, historia de lo escrito*, Universidad Iberoamericana, México, 2005.
- _____, *Escuchar a los muertos con los ojos*, Katz Editores, España, 2007.
- _____, *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*, Alianza Editorial, Madrid, 1993.
- De Buen, Jorge, *Manual de diseño editorial*, Editorial Santillana, México, 2000.
- Escandel, M. Victoria, *Introducción a la pragmática*, Editorial Planeta, Barcelona, 2013.
- Esqueda, Román, *El juego del diseño. Un acercamiento a sus reglas de interpretación creativa*, Editorial Designio, col. Teoría y Práctica, México, 2009.
- Goffman, Erving, *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Ammorrtu editores, Buenos Aires, 1989.
- Henestrosa, Cristóbal, Laura Meseguer y José Scaglione, *Cómo crear tipografías. Del boceto a la pantalla*, Tipo e Editorial, Madrid, 2012.
- Ley Federal del Derecho de Autor, *Diario Oficial de la Federación*, México, 24 de diciembre de 1996.
- Lizarazo Arias, Diego, *La fruición fílmica. Estética y semiótica de la interpretación cinematográfica*, UAM, México, 2004.
- McKenzie, Donald Francis, *Bibliografía y sociología de los textos*, Ediciones Akal, Madrid, 2005.
- _____, "Typography and Meaning: The Case of William Congreve", en *Making meaning: "Printers of the mind" and other essays*, Amherst, University of Massachusetts Press, 2002.
- Müller-Brockmann, Josef, *Sistemas de retículas, Un manual para diseñadores gráficos*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1982.
- Perelman, Chaïm, *El imperio retórico: retórica y argumentación*, Norma, Santafé de Bogotá, 1997.
- _____, y Lucie Olbrechts Tyteca, *Tratado de la argumentación: la nueva retórica*, Gredos, España, 1994.
- Real Academia Española, *Diccionario de la Lengua Española*, 22ª. ed., <http://www.rae.es/rae.html>
- Rendueles, César, "Del código al Hipertexto. Entrevista con Roger Chartier", en *Letras Libres*, núm. 125, mayo, México, 2009.
- Santiago Gómez, Arnulfo Uriel de, "Las ciencias sociales en América Latina. Siglo XIX: Ediciones como primeras fuentes", *Argumentos*, 71, UAM-X, México, enero-abril, 2013.
- Sesma, Manuel (comp.), *Tipo elige tipo*, Tipo e Editorial, Madrid, 2012.
- Subgerencia de Producción Editorial del Fondo de Cultura Económica,

Prontuario de normas editoriales y tipográficas, 2000/2001, 1ª ed. electrónica, FCE, México, 2001.

Weston, Anthony, *Las claves de la argumentación*, Editorial Ariel, Barcelona, 2006.

Wurman, Richard Saul, "Hats", en *Design Quarterly*, 145, Minneapolis, EUA, 1989.

Zavala Ruiz, Roberto, *El libro y sus orillas*, col. Libros sobre Libros, FCE, México, 2012.

Recursos de Internet

Mercado, "Segmentación de mercado", presentación realizada por Dog Comunicación, <http://www.slideshare.net/Agallo/7-segmentacin-de-mercado>

Sitios web, catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/...f.../capitulo3.pdf

Tipografía, <http://www.carbonetipografia.com.ar/tipo1/clasificacion>

Vox-AtypI (2010), <http://www.atypi.org> y http://en.wikipedia.org/wiki/VOX-ATypI_classification

Recursos audiovisuales

Lewis, Ben, Google y el cerebro mundial, 2013.