

La estética gráfica de un libro impreso

Una exploración en la temática de ficción narrativa

Rafael Pozo-Puértolas, Universitat Pompeu Fabra. Barcelona; rafael.pozo@icloud.com

recepción: 28-08-2018, aceptación: 12-02-2019, publicación: 15/07/2019

RESUMEN

El objeto de estudio de este trabajo describe un nuevo término, estética gráfica, como el resultado final que se manifiesta a un receptor cuando sostiene y observa un libro impreso entre sus manos. Nuestra área de estudio se sitúa en la temática editorial de la ficción narrativa en España por tres razones: por representar el porcentaje más elevado en cuanto a volumen de negocio editorial; por considerar el objeto libro como un medio de comunicación entre la realidad y la ficción; y por las particularidades del flujo de tareas que intervienen en la edición impresa.

Con esta finalidad exploramos, mediante una metodología cualitativa, la edición en la temática de la ficción narrativa desde el año 2010 hasta el año 2015 en el sector editorial español. La información obtenida la hemos corroborado mediante una serie de entrevistas en profundidad realizadas a profesionales seleccionados en base a su posición laboral, trayectoria editorial y prestigio profesional en este sector. Todo ello nos ha permitido describir el término “estética gráfica” y cómo se manifiesta a partir de tres variables: aspecto estético, forma estructural y estilo gráfico.

El alcance de nuestro trabajo nos ha permitido plantear una teoría sobre la estética gráfica de un libro impreso y, a modo de ensayo preliminar realizado durante tres cursos académicos, desde el 2015 hasta el 2018, recabar evidencias con las que aportar una primera evaluación desde las perspectivas cualitativa, educativa y científica.

Los resultados obtenidos en este trabajo nos permiten aportar indicios que evidencian que la configuración, aleatoria o estratégica, de una estética gráfica se determina a través de un enfoque holístico entre el conjunto de tareas que se realizan en la edición impresa. Y también sostener que una inadecuada estética gráfica puede condicionar de alguna forma la comunicación entre la obra literaria impresa en un libro y la interpretación que realice un receptor.

Palabras clave

Estética gráfica; aspecto estético; forma estructural; estilo gráfico; libro impreso; ficción narrativa

The graphic aesthetics of a printed book. An exploration in narrative fiction theme

ABSTRACT

The object of study of this work describes a new term, graphic aesthetics, as the final result that manifests itself to a receiver when he holds and observes a printed book in his hands. Our area of study is in the editorial field of fiction in Spain for three reasons: to represent the highest percentage in terms of volume of publishing business; for considering the book object as a means of communication between reality and fiction; and by the particularities of the flow of tasks that take part in the printed edition.

With this purpose, we explored through a qualitative methodology the edition in the theme of narrative fiction from the year 2010 to 2015 in the Spanish publishing sector. The information obtained has been corroborated through a series of in-depth interviews with selected professionals based on their work position, editorial career and professional prestige in this sector. All this has allowed us to describe the graphic aesthetic term and how it manifests itself from three variables: aesthetic appearance, structural form and graphic style.

The scope of our work has allowed us to propose a theory about the graphic aesthetics of a printed book, and as a preliminary essay carried out during three academic years, from 2015 to 2018, to gather evidence with which to provide an initial evaluation from the qualitative perspectives, educational and scientific.

The results obtained in this work allow us to provide evidence that the configuration, random or strategic, of a graphic aesthetic is determined through a holistic approach among the set of tasks carried out in the printed edition. And also argue that an inadequate graphic aesthetics can condition in some way the communication between the literary work printed in a book and the interpretation made by a receiver.

Keywords

Graphic aesthetics; aesthetic aspect; structural form; graphic style; printed book; narrative fiction

Introducción

Como expresa Zavala (2012), *“un libro impreso es muy engañoso, todo en él parece listo para ser leído y más de un lector creerá que así fue preparado por el autor”*. Posiblemente pueda ser así en algunas ocasiones. Más allá de esta expresión nuestra investigación se ha focalizado en la idea de que todo se inicia cuando un autor redacta su obra original tras el proceso creativo para su posterior salida al mercado. En este contexto la función que ese autor espera del objeto libro impreso es que se comporte como un medio de comunicación eficaz para la correcta transmisión de este mensaje a sus potenciales receptores. Ahora bien, no podemos obviar que en el momento que un editor decide publicar la obra original de un autor intervienen otros muchos factores que tener en cuenta, que condicionarán su conversión en una obra literaria y materialización en un libro impreso. Situados en este punto pensamos que pueden ocurrir varias cosas: que el proceso de edición solo materialice un simple objeto impreso que “transporta” dicha obra desde convenciones comerciales normalizadas o específicas; o bien puede editarse un libro impreso configurado como un medio de comunicación gráfica que potencie la interpretación del mensaje que el autor dirige a sus posibles receptores.

Entendemos, pues, que se puede editar un libro “sin alma” como una estructura funcional con múltiples páginas, solo atendiendo a la importancia del objeto: el formato; los materiales; los procesos; la composición del texto; el sistema de reproducción de la obra; el proceso de construcción del objeto final. O bien, editar un libro “con alma”, que emita las particularidades y singularidades de la obra literaria que contiene, lo que el autor pretende y el propósito del sello que lo edita.

Según Pujol (2008), *“la comunicación del pensamiento o de un mensaje pasa ineludiblemente por algún tipo de simbolización, y las dos formas más potentes de simbolización son la palabra y las imágenes”*. Esto nos lleva a pensar que el libro impreso tiene como particularidad su doble naturaleza, derivada del hecho de ser un mensaje materializado en un objeto tridimensional. No hay que olvidar que el libro impreso es también un producto que se vende, es también una mercancía y, como tal, está sujeta a determinadas formalidades y llevará ciertas indicaciones que pertenecen al ámbito empresarial del editor (no del autor, como las anteriores reseñadas) o que vienen marcadas por la legislación. Es cierto que algunas de estas decisiones forma-

les pueden estar condicionadas por el editor, sobre todo en las obras por encargo, no pudiendo el autor asumirlas como propias antes de empezar su creación.

A juicio de Herralde (2013) podemos pensar que el autor es quien mejor podría cuidar de todos los detalles del libro. Siempre que estuviera capacitado para ello, claro. Hay que entender que el libro no es un mensaje abstracto, sino un producto destinado a un público concreto, y la habilidad que se requiere para realizarlo no es algo común.

De estas reflexiones, en esta investigación nos hemos encaminado hacia la exploración del resultado editorial que denominamos “libro impreso” como un objeto contenedor de una obra literaria, en el que sus particularidades técnicas y estéticas se definen a través de la formalización precisa de relación de variables objetivas y atributos subjetivos para que el conjunto cumpla las funciones que se pretende que cumplan.

Fundamentación teórica

El propósito de este trabajo es la exploración del proceso de edición del libro impreso y cómo se desarrolla en las diferentes temáticas editoriales. Para ello, nos situamos en el panorama del sector editorial español desde el año 2010 hasta el año 2015 para llevar a cabo una primera aproximación e intentar interpretar los múltiples cambios tecnológicos que han condicionado su evolución, y que se muestran en la actualidad. El análisis de los datos recabados nos encamina a focalizar nuestra atención en la temática editorial de la ficción narrativa impresa como el epicentro de la actividad sectorial.

Según Aparicio Maydeu (2015) es importante puntualizar que la presente estructura editorial de la ficción narrativa deriva del concepto anglosajón “fiction”¹ y remarca que si definiéramos la narrativa como el arte de contar historias, incluiríamos la interpretación entre ficción, mezcla de asuntos reales, asuntos imaginados, lo que puede ser o no real, lo que puede tener interés, y para todo ello tendremos una amplia baraja de posibilidades a escoger. Desde otra posición sirva como ejemplo del interés del tema de esta investigación, los datos de la nota de prensa del informe sobre la estadística de producción editorial

1. Aunque no existe una traducción exacta al español de este concepto, estamos hablando de conceptos similares que se rigen por las mismas premisas de edición y comercialización.

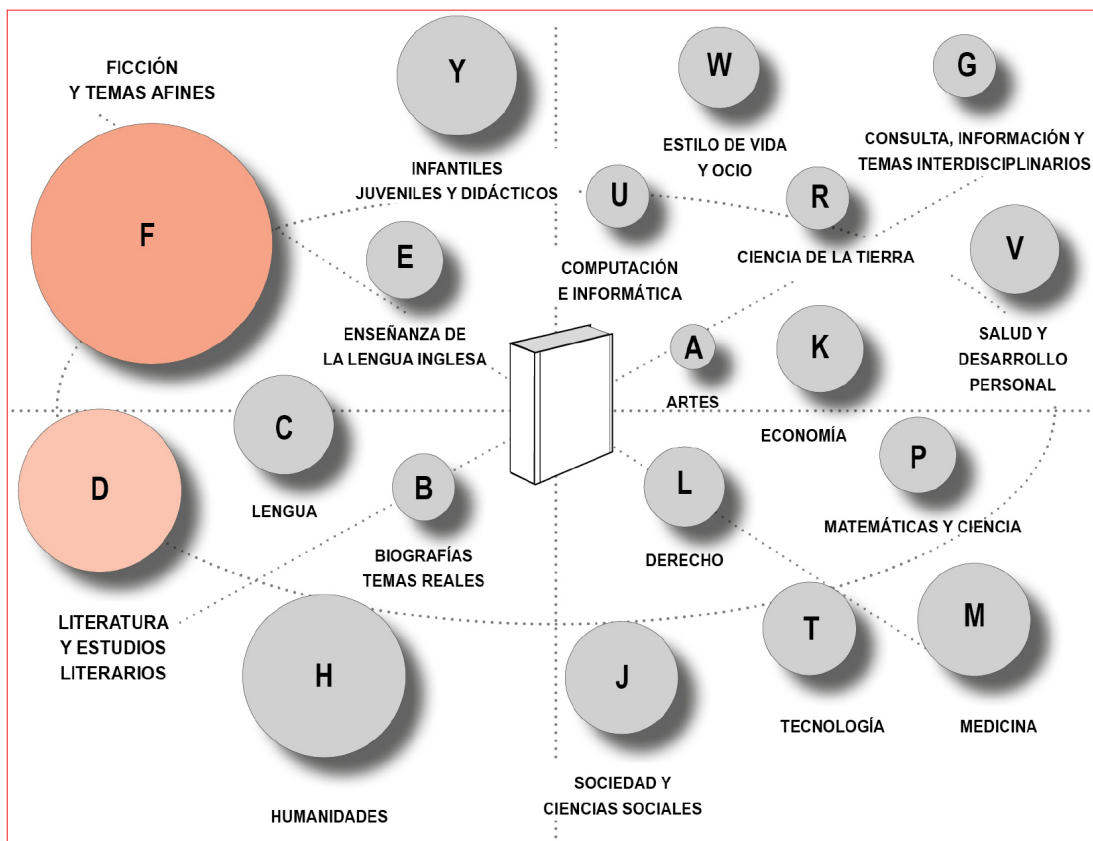


Diagrama 1. Representación gráfica de las 19 categorías de materias IBIC, según su importancia en el mercado español. Realización propia.

español del año 2016, publicado el 28/02/2018², en los que observamos la cifra de publicaciones cercana a los 59.000 títulos, de los cuales el 35,8% correspondieron a la temática literatura, historia y crítica literaria, donde la temática de ficción narrativa tiene un lugar destacado.

Para valorar la posición que ocupan las temáticas editoriales en España, en las fechas de este estudio (véase el [diagrama 1](#)) en éste se ofrece una representación gráfica de las 19 temáticas que define el IBIC³ en función del volumen de negocio que desarrolla. Aquí podemos apreciar una dimensión aproximada de la ficción narrativa y los temas afines con respecto a las demás temáticas.

Según Schmidt (1999), el proceso editorial del libro impreso, en la temática de la ficción narrativa, la comunicación de las diferentes tareas, decisiones y estrategias constituye uno de los principales pilares donde se apoya el flujo de la edición y producción del libro. Y define cómo el grado de efectividad de este flujo puede llegar a condicionar la calidad del producto editorial que se pretende comercializar. Nos permite determinar que el flujo de la comunicación en el proceso editorial se inicia con la entrega del manuscrito u original literario, cuando un autor entrega este documento escrito, en soporte impreso o digital, a un editor para que valore la conveniencia de su posible edición. Para definir este flujo de comunicación (véase el [diagrama 2](#)) ofrecemos una representación gráfica de la evolución y pasos de la edición de una obra literaria y cómo llega a los posibles receptores. Ahora bien, también se ha observado que no siempre los editores disponen de todo el tiempo material y físico necesario para leer y analizar todos los manuscritos que les llegan a sus manos, lo que entendemos como una

2. INE. Instituto Nacional de Estadística. Informe sobre la estadística de producción editorial español del año 2016 <http://www.ine.es/dynt3/inebase/index.htm?type=pcaxis&path=/t12/p401/a2016&file=pcaxis> [consultado en julio 2018].

3. IBIC (International Book Industry Categories) es un sistema internacional de clasificación de materias, estándar y con orientación comercial. https://www.dilve.es/dilve/dilveweb/dilve_IBIC.jsp#quees [consultado en julio 2018].

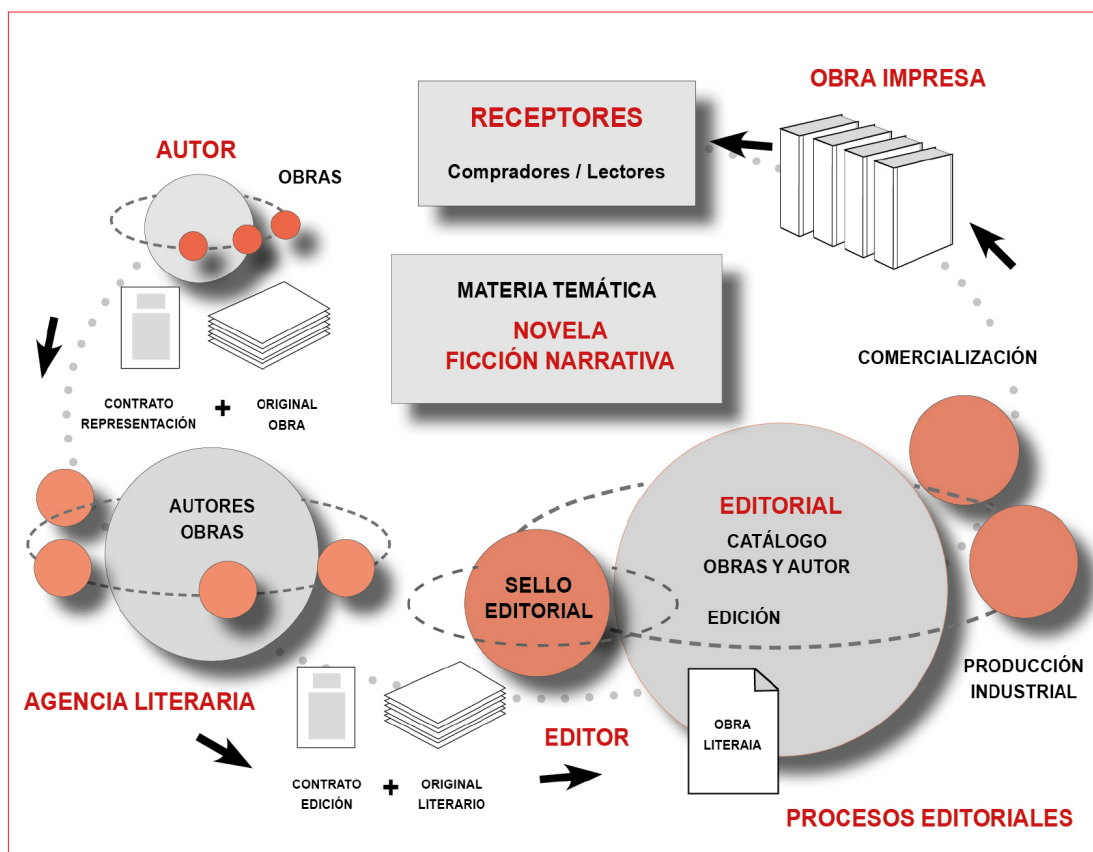


Diagrama 2. Representación gráfica que muestra la evolución y pasos de la edición de una obra literaria y cómo llega a los posibles receptores. Realización propia.

de las causas que puede llegar a condicionar las comunicaciones posteriores.

Es cierto que la lectura de los informes que realizan expertos en cada materia, serán decisivos en la toma de decisiones antes mencionadas. La observación de algunos informes de lectura nos muestra, como una práctica habitual, la transmisión de los resultados de la lectura realizada a través de un código técnico específico que se utiliza para definir de forma sintetizada los indicadores objetivos y los atributos⁴ subjetivos del original literario y así poder informar de forma detallada al editor que lo solicita. Por lo que entendemos que el editor, a partir de esta información puede iniciar un proceso de comunicación lo suficientemente exhaustivo y preciso que sea entendido y, a la vez, que posibilite la consecución

de los objetivos previstos. En este caso entendemos que el *brief* o informe editorial puede desempeñar un trabajo relevante, sobre todo en la definición de los indicadores y atributos desde una perspectiva técnica. Si partimos de los datos recabados, observamos que no existe actualmente un formato predefinido y común, ya que cada editorial tiene su propia forma de elaborarlo. Entendemos que la definición de una teoría que ayude a establecer las variables y los indicadores principales que intervienen en la definición de una estética gráfica del libro impreso puede ser de utilidad para potenciar la comunicación del flujo editorial, con el objetivo de que los resultados que se obtengan sean los esperados y, en el caso de no obtenerlos, que este resultado pueda ser analizado, valorado y medido para una revisión o posteriores revisiones.

Objeto de estudio

Nuestro objeto de estudio se ha centrado en determinar la configuración de un nuevo concepto

4. Empleamos "atributo" en el sentido en que lo definimos en *La estética gráfica como estrategia de comunicación* (tesis doctoral), p.11.

que denominamos *estética gráfica*, como el resultado final que se manifiesta a un receptor cuando observa un libro impreso. En nuestra exploración no contemplamos la interpretación de las diversas manifestaciones de la estética como expone Iser Wolfgang (1989), sino que valoramos la estética desde la perspectiva técnica, es decir, del resultado del producto final que surge a través de un proceso industrial que se obtiene a partir del proceso de edición y la aplicación de las diferentes técnicas gráficas.

Nuestra área de estudio se sitúa en la temática editorial de la ficción narrativa en España por tres razones: a) Volumen de negocio editorial: los datos que aporta la evolución de la edición en la temática de la ficción narrativa son relevantes y pueden extrapolarse a otras temáticas editoriales. b) El objeto libro, en este caso denominado como libro de bolsillo, representa la esencia de un potente medio de comunicación entre la realidad y la ficción, en el que el objeto cobra una importancia sustancial para que la obra literaria se manifieste al lector. c) La jerarquía del proceso de edición impresa y las particularidades de los procesos industriales aportan un marco contextual idóneo para este estudio desde diferentes perspectivas.

Con el propósito de determinar los parámetros que configuran una determinada estética gráfica nos basamos en las aportaciones del profesor Tena (1997) y su propuesta de conceptos como: *estado estético*, *preferencia* y *visualidad*⁵. Aunque Tena se centra esencialmente en la página publicitaria, sus aportaciones nos han servido de base para valorar si estos conceptos pueden ser aplicados al diseño de un libro impreso. A partir del análisis deducimos que un estilo gráfico de una determinada propuesta o pieza, propicia la percepción de un determinado estado gráfico que emite un determinado mensaje a un público receptor. Por tanto, si pretendemos analizar el resultado que se obtiene de un proceso de edición, debemos utilizar el concepto “estética gráfica” de una forma

más amplia y eficaz, para determinar aquello que el receptor observa cuando tiene el libro impreso entre sus manos.

Estos criterios nos llevan a plantearnos que la estética gráfica inicialmente se pueda describir como el producto final que se manifiesta a través de los sentidos a un receptor, cuando el objeto y la persona interaccionan de algún modo. También que el proceso de edición de un determinado libro impreso requiere de cientos de decisiones estratégicas, operativas o simplemente tomadas por la gestión editorial, y que todas éstas deben ser aceptadas por las partes que configuran un determinado proceso editorial. Pero también pensamos que estas decisiones pueden estar condicionadas por factores internos que afectan a la fluidez y las carencias de la comunicación técnica que se manifiestan en un flujo de trabajo; y de factores externos como el coste de la edición, el tiempo, la experiencia profesional y otras. En definitiva, es acertado plantearse que el resultado final de un libro impreso es fruto las decisiones tomadas, o las que no han podido ser, como culminación de las circunstancias particulares de todo un flujo editorial que le precede.

Metodología

Nuestra misión se ha centrado inicialmente en determinar la existencia de la estética gráfica y, posteriormente, en identificar su estructura para hallar algún patrón de trabajo que nos permita controlar o evaluar el resultado final de la edición de un libro impreso.

Con este propósito exploramos mediante metodología cualitativa la edición en la temática de la ficción narrativa desde el año 2010 hasta el año 2015 en el sector editorial español. La información obtenida la hemos corroborado a través de una serie de entrevistas en profundidad realizadas a profesionales seleccionados sobre la base de su cargo, trayectoria y prestigio en el sector editorial⁶. Todo ello, nos facilitó la definición de los principales sujetos, la visualización del marco contextual y la exploración de la temática.

Esta investigación ha evitado entrar en las apreciaciones cuantitativas que los propios sectores implicados emiten de forma regular. A través de una metodología cualitativa la información obtenida ha sido analizada de una manera interpretativa, subjetiva, impresionista o, incluso, diagnóstica. En nuestro caso, el investigador ha

5. Investigación de Daniel Tena Parera (1997), titulada *La influencia de la composición gráfica en la elección de un bloque de texto escrito*, parte de la página y determina las categorías visuales que influyen en la eficiencia de los mensajes impresos. Estado estético: el estado estético es aquella formulación –tratamiento formal– que proporciona al lector percepciones visuales que le provocan una actitud de preferencia frente al producto gráfico. Preferencia: la preferencia es la elección de determinados elementos de la página o de determinadas publicaciones que están en competencia, entre los que el lector elige unos en detrimento de otros. Visualidad: concepto que define como la capacidad que tiene la composición gráfica y los elementos que la integran, es decir, un impreso en su totalidad, de atraer la atención del lector.

6. Por razones expresas de confidencialidad, en este artículo no se mencionan los nombres y cargos de las personas entrevistadas.

sido el principal instrumento de recolección de datos. Se han empleado diversas estrategias de recolección de datos, dependiendo de la orientación o el enfoque de la investigación, fundamentalmente subjetivo, ya que se trata de comprender las conductas o decisiones, y cómo estas acaban determinando los parámetros de una estética gráfica. Finalmente, para evaluar desde una perspectiva cualitativa la idoneidad de la teoría que se propone, se planificaron una serie de seminarios durante tres cursos académicos, en los que, como investigadores, participamos de forma indirecta e inductiva, proponiendo que el estudiante participara de un ensayo controlado en tiempo y formato.

La metodología cualitativa empleada se basa en las contribuciones sobre este método que aportan Jensen & Janjowski (1993) y de Denzin & Lincoln (2005) para explorar, describir, validar y evaluar: por una parte, la información principalmente verbal que proviene de los oficios vinculados y de los expertos del sector editorial e industrial; por otra parte, del estudio contrastado de las referencias mencionadas a lo largo del trabajo.

A partir de estos criterios metodológicos los objetivos de esta investigación han sido:

- Determinar los parámetros de la estética gráfica.
- Proponer una teoría sobre la estética gráfica del libro impreso.

Desarrollo

Con el propósito de determinar los parámetros que configuran una determinada estética gráfica, este estudio y análisis de los datos recabados, nos ha permitido diseccionar este concepto complejo para definir su posible estructura, con la finalidad de determinar las principales variables que lo componen y, también, identificar todos los indicadores o atributos que interactúan.

De ahí que podamos determinar que la estética gráfica de un libro impreso se compone de tres variables: aspecto estético, forma estructural y estilo gráfico. Y que estas, a su vez, se configuran a partir de una serie de indicadores objetivos y atributos subjetivos. Para favorecer la interpretación de este concepto complejo (véase [diagrama 3](#)) donde aportamos una representación gráfica de la configuración de una estética gráfica.

Una vez determinadas las variables de la estética gráfica, se procedió a diseñar una ficha técnica que sirviera de base para, posteriormente, realizar una serie de ensayos con los que valorar su efectividad. Para evaluar de forma cualitativa la idoneidad de los datos que configuran nuestra teoría sobre la estética gráfica del libro impreso, realizamos

una serie de seminarios durante tres cursos académicos consecutivos desde el año 2015 hasta el año 2018. En estos seminarios participaron un total de 152 estudiantes, de forma individual y de tres perfiles académicos: del área de conocimiento de Artes, Humanidades y Ciencias sociales; por un lado, estudiantes de Grado en Diseño Gráfico de ELISAVA *Escuela Universitaria de Diseño e Ingeniería de Barcelona*, centro adscrito a la UPF Universitat Pompeu Fabra (perfil creativo); por otro lado, futuros profesionales de la edición estudiantes del Máster en Edición - UPF / BSM *Barcelona School of Management* (perfil empresarial).

A todos los participantes se les propuso participar en un ensayo controlado en tiempo y formato. Para ello, se les explicó: la teoría de la estética gráfica del libro impreso, se les facilitó un modelo de ficha técnica para cumplimentar y se les planteó la siguiente práctica:

1. Seleccionar un libro impreso de ficción narrativa.
2. Estudiar su estética gráfica.
3. Describir en una ficha técnica las variables, indicadores objetivos y atributos subjetivos.

Las condiciones estipuladas para ambos perfiles y cursos fueron las mismas. El tiempo aproximado para la realización del seminario fue de 6 horas lectivas para las explicaciones y apoyo, con un espacio de tiempo autónomo de 10 días para que el estudiante pudiese valorar el contenido de la obra literaria en relación con la estética gráfica que el libro impreso muestra. Los participantes entregaron el resultado de su práctica (ficha técnica) en un documento escrito apoyado con imágenes de los detalles más relevantes observados.

Aquí aportamos una breve explicación de las tres variables y del contenido que se utilizó para configurar la propuesta de ficha técnica:

1. Aspecto estético

Define las cualidades que emite un libro impreso a través de indicadores objetivos de la edición y los atributos subjetivos que el receptor es capaz de detectar e interpretar:

- a) *Los indicadores objetivos*: informan de los datos tangibles o de reconocimiento de la obra representada como: título; subtítulo; editorial y sello; colección; título original; autor/es; idioma; traducción; ilustraciones; diseño; composición; impresión; depósito legal; páginas; ISBN; precio; mes y año de edición; edición; rango de edad; temática; clasificación IBIC; producto editorial; sinopsis de la obra; y otros indicadores complementarios.



Diagrama 3: Representación del concepto Estética Gráfica del libro impreso. Realización propia.

b) *Los atributos subjetivos*: informan de los datos intangibles de la obra representada y que diferenciamos entre: – Sensoriales: se detectan a través de los sentidos del receptor cuando está en contacto con el objeto libro impreso (vista, olor, olfato, gusto y tacto). – Competitivos: son recursos que se utilizan para emular u copiar otros productos editoriales parecidos de la competencia. – Innovadores: señala el/ los atributo/s relevantes que no estén presentes en los títulos de la competencia.

2. Forma estructural

Define la anatomía del objeto y los diferenciamos entre:

- Los indicadores externos*: definen las características técnicas de la anatomía estructural del objeto y las piezas que lo componen, que se definen a partir de un diseño estructural.
- Los Indicadores internos*: definen la estructura interna de las partes y apartados que se utilizan para presentar la obra literaria.

3. Estilo gráfico

Define una apariencia o estilo de diseño, comunicación o publicidad que emite el objeto, y es el resultado de una composición gráfica y los diferenciamos entre:

- Los indicadores de la composición gráfica*: son indicadores que se configuran a partir de las decisiones estratégicas o corporativas de un proceso de edición, y estos son: – *Colores (tintas)*: descripción técnica de la forma colorimétrica de impresión de la cubierta o tapa y en el interior del libro. – *Tipografías (fuentes)*: descripción de las fuentes tipográficas utilizadas para la narración de la obra literaria. – *Imágenes*: descripción técnica de las imágenes utilizadas tanto en el exterior, como en el interior del libro. – *Gráficos vectoriales*: descripción técnica de los recursos gráficos (dibujos, ilustraciones, etc.) para potenciar la legibilidad y la comunicación de los mensajes de la obra literaria.
- Los indicadores técnicos*: están relacionados de forma directa con la herramienta informática que

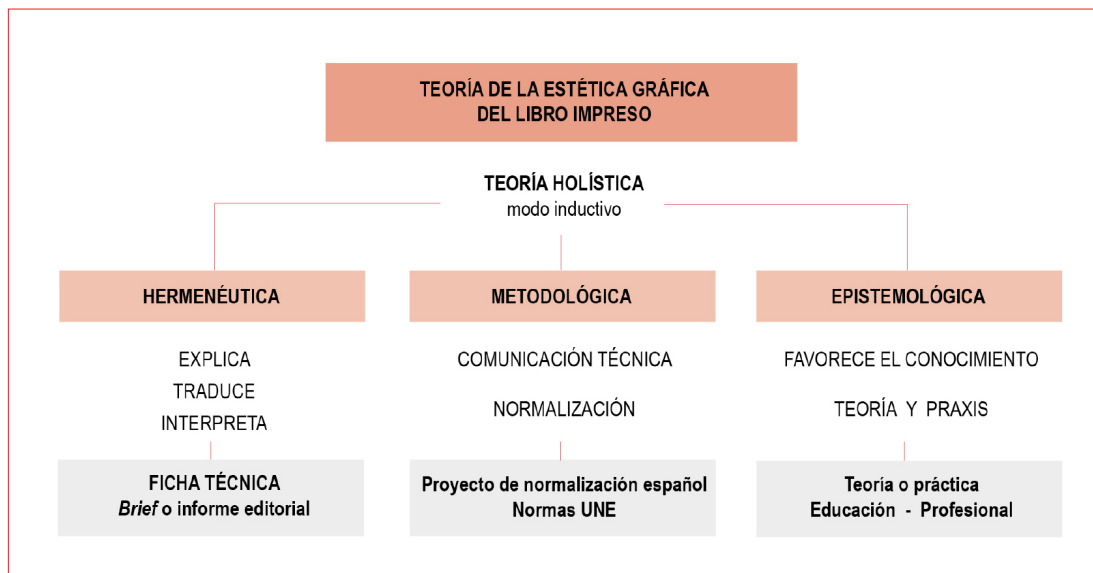


Diagrama 4: Teoría de la estética gráfica del libro impreso. Realización propia.

se utilizan en el proceso de diseño, y estos son:

- *Para la realización del original gráfico:* los parámetros técnicos implicados en la realización de los originales gráficos para la producción industrial, establecidos en la Norma UNE 54117 *Directrices para la realización, entrega y recepción del original digital para la producción.*
- *Para la formalización técnica de la producción gráfica:* establecido por la serie de Normas UNE 54131. *Formalización de las características técnicas del producto gráfico impreso desde el proceso de diseño.*
- *Para la información complementaria:* las observaciones que aglutinan toda aquella información relevante o particular del libro impreso que deban conocer los proceso industrial, logística y comercialización.

Resultados

La evaluación de los ensayos se realizó por tramos y en diferentes espacios de tiempo según el perfil, grupo y curso. Una vez valorados los últimos trabajos presentados, y de comparar los trabajos de los diversos cursos, podemos emitir nuestros resultados desde tres perspectivas: cualitativa, educativa y científica.

Cualitativa:

- Observamos como el volumen de datos recabados en los diferentes ensayos, más allá de entrar a valorar el grado de su exactitud, nos muestran la idoneidad y eficacia que puede suponer la

aplicación de nuestra teoría como una metodología de análisis técnico del libro impreso.

- Observamos como la exactitud de los datos recabados en los resultados que los participantes aportan están relacionados con el perfil académico o profesional del participante. Y comprobamos que cada uno de estos perfiles de participantes selecciona la variable de la estética gráfica que pueda conocer más para ampliar su análisis de la muestra.
- Observamos como los participantes han interaccionado de forma intuitiva con la jerarquía de los apartados en la descripción de las tres variables y la posterior identificación de los indicadores y atributos. Esto nos indica la idoneidad del modelo de ficha técnica utilizado en los ensayos.

Educativa:

- Observamos cómo los estudiantes del Grado en diseño gráfico han sido capaces de argumentar su capacidad creativa para proponer nuevas propuestas de diseño.
- Observamos cómo los estudiantes del Máster en Edición han sido capaces de mostrar su opinión crítica del producto editorial analizado.
- Observamos cómo los estudiantes de ambos perfiles han demostrado su capacidad de deducir el posible *brief*, o informe editorial, que posiblemente se utilizó en el proceso editorial del libro impreso analizado.

Científica:

- Los resultados nos permiten validar nuestra teoría, desde una perspectiva cualitativa, dado que aportan una solución a la necesidad de índole pedagógica y de utilidad para los estudiantes de cualquier disciplina vinculada al proceso editorial como un recurso eficaz para mejorar el diseño de la estética gráfica del producto gráfico impreso.
- Los resultados nos permiten validar nuestra teoría desde una perspectiva holística, dado que aportan los fundamentos metodológicos y epistemológicos que posiblemente conectarán la práctica profesional y la teoría mediante el conocimiento compartido.

Conclusiones y discusión

Comprobamos la idoneidad del nuevo concepto “estética gráfica” y la de sus variables: aspecto estético; forma estructural; y estilo gráfico, para definir las características del producto final que se obtiene de la intervención de las diferentes partes que configuran el flujo de trabajo del proceso editorial.

Constatamos que el resultado final del libro impreso tiene una relación holística entre la estrategia y la toma de decisiones de las diferentes partes que configuran el flujo secuencial y unidireccional del proceso editorial e industrial, y esto nos lleva a sostener que la teoría de la estética gráfica del libro impreso es eficaz para analizar o determinar estas sinergias.

Fundamentamos nuestra aportación desde tres perspectivas: *metodológica*, pues potencia

la comunicación técnica entre las partes del flujo de trabajo de la edición; *epistemológica*, ya que explora las verdades y las creencias del oficio de la edición, sirve de modelo para capacitar a nuevas generaciones de profesionales y establece las bases teóricas de posteriores investigaciones; y *hermenéutica*, al formular una ficha técnica como herramienta y medio de formalización de las variables, indicadores y atributos para el diseño de una nueva propuesta de estética gráfica de un libro impreso (véase [diagrama 4](#)).

Con todo ello, sostenemos que la teoría de la estética gráfica del libro impreso se puede extrapolar a cualquier temática y tipología de edición, dado que favorece el control de la esencia del producto editorial impreso y se puede adaptar a cualquier otra temática editorial. Esta investigación abre nuevas líneas de trabajo que sirve para cuestionar la eficacia de la teoría y su potencial aplicativo a favor de la comunicación técnica en el flujo de trabajo editorial.

“La teoría de la estética gráfica del libro impreso propone: el autor, define su obra; el editor, dispone los medios; el objeto, materializa la propuesta “continente y contenido”; el lector “receptor” en el momento de su interacción con el libro impreso visualiza e interpreta la obra literaria. Por estas razones, hay libros que tienen alma y se convierten en un medio eficaz de comunicación y otros son meros objetos inertes que existen en nuestro entorno” Pozo-Puértolas (2015)

Referencias bibliográficas

- APARICIO MAYDEU, J. (2015). *La imaginación en la jaula. Razones y estrategias de la creación coartada*. Madrid: Ed. Cátedra.
- DENZIN, N. K. y LINCOLN, Y. S. (Eds.) (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (3o. Ed.). London: Sage Publications.
- HERRALDE, J. (2013). *Por orden alfabético. Escritores, editores, amigos*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- ISER Wolfgang (1989). La realidad de la ficción. En Rainer Warning (Ed.). *Estética de la recepción*. Madrid: Visor Dis., S.A
- JENSEN, K. B. & JANJOWSKI, N.W. (Eds.) (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Editorial Bosch.
- POZO-PUÉRTOLAS Rafael (2015). *La estética gráfica como estrategia de comunicación* (tesis doctoral) Facultad de Comunicación. Universitat Pompeu Fabra.
- PUJOL, J. M. (2008). *Reflexiones para una teoría del diseño del libro*. En J. Arrausi, (Ed). *Diseño e impresión de la tipografía*. Barcelona: Ediciones CPG.
- SCHMIDT, S. J. (1999). "La comunicación literaria". En Mayoral J. A. (Ed.). *Pragmática de la comunicación literaria*. Madrid: Arco Libros.
- TENA, D. (1997). *La influencia de la composición gráfica en la elección de un bloque de texto escrito*. (Tesis doctoral). Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- SANDÍN, M.P. (2003). *Investigación cualitativa en la educación: Fundamentos y tradiciones*. Madrid: McGraw-Hill.
- ZAVALA RUIZ, Roberto (2012) *El libro y sus orillas*. México, D.F.: col. Libros sobre libros. Fondo de Cultura Económica.
- Norma UNE 54117: 2014. *Directrices para la realización, entrega y recepción del original digital para la producción*. Madrid: UNE.
- Serie de Normas UNE 54131: 2014 Partes 1 y 2. *Formalización de las características técnicas del producto gráfico impreso desde el proceso de diseño*. Parte 1: Requisitos generales. Parte: 2 Método de formalización de las características técnicas de los productos editoriales impresos. Madrid: UNE.