

Confluencias entre el diseño y la literatura. Las portadas como paratextos gráficos

DARÍO GONZÁLEZ GUTIÉRREZ

Departamento de Métodos y Sistemas, CyAD, UAM Xochimilco
dgong@correo.xoc.uam.mx

PALABRAS CLAVE

Portada de libro

Diseño de la Comunicación Gráfica

Literatura

Paratexto

Erwin Panofsky

KEYWORDS

Book cover

Graphic Communication Design

Literature

Paratext

Erwin Panofsky

La portada de un libro cumple un papel muy importante en su difusión al hacer visible su contenido y generar una relación paratextual en la que confluyen la literatura y el diseño de la comunicación gráfica. Con un entramado conceptual sobre la intertextualidad, en este escrito se estudian las cubiertas de los libros y las tipologías de su diseño según los objetivos de la editorial, tomando en cuenta el título, el contenido, el contexto, el autor. Se desarrollan varios ejemplos a partir del método de Erwin Panofsky para interpretar la cubierta de *El doctor Zhivago*, de Boris L. Pasternak. Las portadas revelan los vínculos del diseño con el arte literario, mostrando que ambos campos tienen tareas y objetivos particulares, aunque se retroalimentan mantienen sus fronteras y especificidades.

The cover of a book plays an important role in selling the book by making its content visible and generating a paratextual relationship in which literature and graphic communication design come together. Within a conceptual framework on intertextuality, this paper studies book covers and the typologies of their designs according to the publishers' objectives, taking into account the title, the content, the context and the author. Several examples are examined, using Erwin Panofsky's method, to interpret the covers of *Doctor Zhivago* by Boris L. Pasternak. The covers reveal links between design and literary art, showing that each of these fields have particular tasks and objectives. Although they have a mutual feedback relationship, they maintain their boundaries and specific roles.

INTRODUCCIÓN

Los libros transmiten información y son parte de cadenas discursivas que continúan discusiones sobre temas específicos. Las editoriales y los autores buscan posicionar sus ideas utilizando recursos para dar a conocer sus libros; entre éstos, las portadas ocupan un lugar predominante, al ser la parte del libro que se muestra al público.

En la portada de un libro se presenta un cruce textual con el contenido del mismo, es decir, una relación paratextual que influye sobre el futuro lector. El diseño de una portada está determinado por lo que se quiera destacar –la editorial, el título, el contenido, el contexto, el autor–; algunos diseñadores se enfocan en uno de estos elementos, otros los combinan de forma equilibrada.

Para comenzar, en la primera parte del artículo, se aborda la noción de intertextualidad y se muestran las cualidades paratextuales de las portadas y de otros componentes del libro. Posteriormente, se presentan algunos tipos de portadas, según los objetivos de diseño. En la tercera parte, se analizan las portadas que enfatizan el contenido del libro. Finalmente, con base en el método de Erwin Panofsky para interpretar obras de arte, se estudia la representación del contenido de *El doctor Zhivago* en una portada de Ediciones Cátedra.

LA PORTADA COMO PARATEXTO DEL LIBRO

Concebir al libro como flujo discursivo de lenguaje escrito con una significación completa –como un texto–, quiere decir que su mensaje comienza y termina con él. Pero no está aislado, pues se enlaza con cadenas diacrónicas y sincrónicas sobre el mismo tema. El autor de un libro considera la producción cultural anterior y prevé la que está por venir, así como los comentarios y las críticas que desencadenará su obra; también, atiende lo que escriben sus contemporáneos. El libro es, pues, un punto de cruce de textos, es un producto intertextual en diálogo constante con la producción cultural presente, pasada



Figura 1. Colección *Nuestros Clásicos*, Coordinación de Humanidades, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Ejemplos de los libros: *La tempestad*, de William Shakespeare; *Cuentos frágiles*, de Manuel Gutiérrez Nájera; *Las vidas de los más excelentes pintores, escultores y arquitectos*, de Giorgio Vasari; *Walden*, de Henry David Thoreau; *El Cortesano*, de Baltasar de Castiglione.

y futura. Sobre los conceptos de diálogo e intertextualidad, ver Bajtín (2011: 27, 33; 2012: 192-195) y Kristeva (1981: 188-195).

Para darse a conocer e insertarse en este diálogo, la portada,¹ la contracubierta² y el lomo³ son fundamentales y se le presentan directamente al lector en los puntos de venta (librerías y páginas de internet). Estos componentes dicen algo acerca del libro, llevan su discurso del interior al exterior y generan un cruce de textos al que Gerard Genette (1989, 10-12) denomina paratextual. La portada y los demás elementos funcionan como paratextos que refieren al contenido del libro y al contexto temático, con gráficos y textos sustentados en conocimientos avalados por la editorial.

TIPOS DE DISEÑOS DE PORTADAS

La portada contiene otros paratextos, como el título y el subtítulo.⁴ Su diseño es fundamental para atraer al futuro lector y provee información sobre el libro y su entorno, sin embargo, no hay uniformidad en los criterios de diseño, por ejemplo, en la colocación del título y el nombre del autor predominan dos convenciones: la española, que ubica primero al autor y la sajona que lo hace a la inversa.⁵

Según Rosa Llop (2014: 31), las cubiertas de los libros se diseñan con tres objetivos: representar la editorial, el libro o ambos. Si lo que cuenta es la marca, los diseños estan-

darizados remiten a la editorial sin importar el contenido del libro o la personalidad del autor. Algunas colecciones adoptan este diseño, por ejemplo en las portadas de *Nuestros Clásicos*, editada por la Coordinación de Humanidades de la UNAM, el diseño se reduce a una superficie de color uniforme con un rectángulo color beige, centrado hacia arriba, en el que se incluye el nombre de la colección, un filete de puntos, el autor y el título con tipografías color negro y patines; en la parte inferior está el nombre completo de la universidad con tipografía color beige y patines. La colección está constituida por diferentes libros con el mismo diseño, sólo cambian los colores de la portada. La tipografía con serifas –que remite a obras antiguas– y los otros elementos que le dan uniformidad a estas portadas, minimizan la particularidad de cada obra y destacan la marca editorial colocada en la parte inferior: UNAM (Figura 1).

Otro motivo alude al autor más que al contenido, los más directos utilizan su fotografía. El diseño de la *Biblioteca de filosofía*, de Amorrortu Editores, divide la cubierta en dos: del lado izquierdo se compone con un color plano que abarca más de la mitad de la superficie de la portada, sobre el que se colocan el nombre de la colección, el título, el autor y la editorial, todo sin patines; del lado derecho, en la superficie restante, se sitúa la fotografía del autor en blanco y negro: resulta muy llamativa, pues abarca todo lo largo del libro y remata la vista. Este diseño también destaca a la editorial en la parte inferior de la zona de color donde se ubica su logotipo, se compone de su nombre en tipografía inalterada con serifas. La zona se repite en los libros de la colección con diferentes matices (Figura 2).

¹ Primera de forros, también llamada *cubierta*, *plano de adelante* o *fachada* (De Buen, 2000: 353, 364).

² Cuarta de forros, también llamada *plano de atrás* (De Buen, 2000: 353).

³ Sobre la importancia del diseño del lomo véase Garone (2011: 33-34).

⁴ Las sobrecubiertas, la segunda y la tercera de forros, los prefacios, los epílogos, las advertencias, los prólogos, las notas, los comentarios son otros paratextos considerados por Gerard Genette (1989: 10-13).

⁵ Criterio utilizado principalmente en Alemania, Estados Unidos e Inglaterra (De Buen, 2000: 365).

Una propuesta diferente son los diseños de portadas que destacan al autor y el contenido del libro, se trata de las colecciones de escritores como la de Alianza Editorial sobre Fiódor Dostoyevski, con imágenes alusivas a los contenidos o al título que abarcan toda la portada, pero dos filetes blancos cruzan la parte inferior: el primero de tamaño mediano con el título del libro; el segundo del doble de alto, con el apellido del autor en letras grandes y negritas del lado izquierdo y del lado derecho el nombre de la editorial con letras pequeñas, pero “Alianza” con negritas. Toda la tipografía sin patines (Figura 3).

También están los diseños de portadas que se remiten al autor y al contenido del libro con referencias indirectas, es decir, que utilizan imágenes para expresar algo sobre la época, el lugar, la cultura, el contexto de su creación. Por ejemplo, la *Obra reunida* de José Revueltas, en siete tomos, coeditada por Ediciones Era, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, el Gobierno de Durango, la Secretaría de Cultura del Estado de Guerrero y la Universidad Autónoma de Coahuila. En la parte superior de las portadas—diseñadas por Juan Carlos Oliver— encontramos, centrado, el nombre del autor en letras grandes, con serifas y un color diferente en cada tomo; abajo, entre dos filetes la leyenda OBRA REUNIDA, a continuación un subtítulo del tomo, como NOVELAS II con algún color que puede ser diferente al del nombre del autor, debajo los títulos de las obras compiladas, como *En algún valle de lágrimas*. Al centro y hacia abajo, ilustraciones de cuadros de Fermín Revueltas, hermano del autor, en cada libro uno diferente. En la parte inferior, en el centro, los logotipos de las editoriales en el mismo color que el subtítulo y en el ángulo derecho el número del tomo en el mismo color del nombre del autor. Todas las portadas de los libros con el fondo blanco. Lo que más destaca son el nombre del autor y las imágenes de las obras de Fermín, que no fueron realizados para ilustrar cubiertas y no aluden directamente a los contenidos de los libros, pero son un referente de la época, la cultura, el arte de las vanguardias mexicanas con un valor adicional, pues se trata de la obra del hermano del escritor (Figura 4).

EL CONTENIDO DEL LIBRO COMO MOTIVO PRINCIPAL

Cuando el objetivo de una portada se centra en destacar el contenido del libro, el diseña-



Figura 2. Biblioteca de Filosofía, Amorrortu Editores. Ejemplos de los libros: *Estudios*, de Gaston Bachelard; *Diferencia y repetición*, de Gilles Deleuze; *Escritos franceses*, de Walter Benjamin; y *Consignas*, de Theodor Adorno.

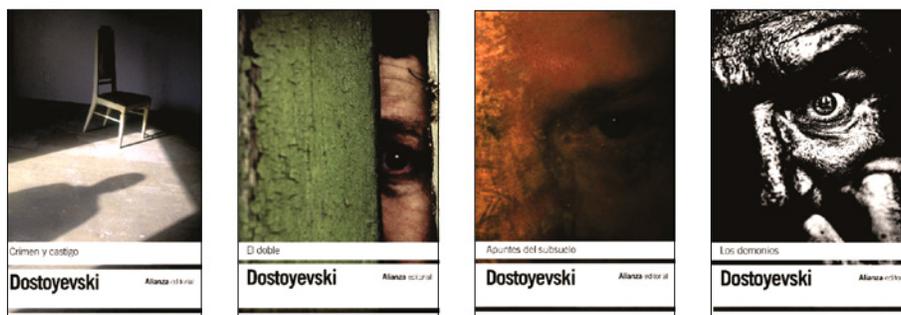


Figura 3. Colección sobre Fiódor Dostoyevski, Alianza Editorial. Ejemplos de los libros: *Crimen y castigo*, *El doble*, *Apuntes del subsuelo*, *Los demonios*.

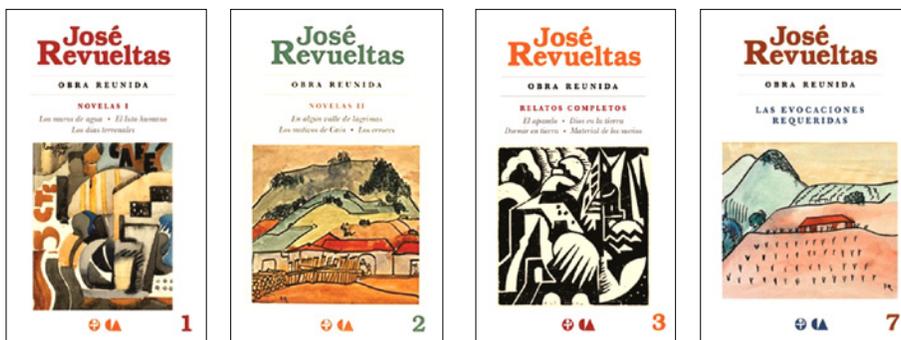


Figura 4. *Obra reunida* de José Revueltas, siete tomos. Coedición: Ediciones Era, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, el Gobierno de Durango, la Secretaría de Cultura del Estado de Guerrero y la Universidad Autónoma de Coahuila. Ejemplos de los tomos 1, 2, 3 y 7.

dor utiliza recursos específicos para componer la cubierta, según Llop son los siguientes: la lectura del libro, el contexto de creación o el título (2014: 34-35). Sobre todo, el título condensa el contenido del libro, el cual se descubre a detalle con su lectura, por lo que son fuentes sustanciales para el diseñador, mientras que el contexto refiere al momento histórico y social, como en el ejemplo anterior sobre la *Obra reunida* de José Revueltas.

El contenido puede ser representado de manera simbólica, como lo observamos en

algunas portadas de la colección de Alianza Editorial. En la de *Yo, Claudio*, de Robert Graves, la diseñadora Elsa Suárez coloca sobre el título la fotografía de una serpiente; aunque en la novela no aparezca ninguna, Suárez la utiliza como símbolo debido a la gran cantidad de envenenamientos que se presentan en familia imperial romana, llevados a cabo por Livia, la esposa de Augusto (Graves, 2018) (Figura 5).

También encontramos este recurso en la colección sobre Fiódor Dostoyevski, dise-

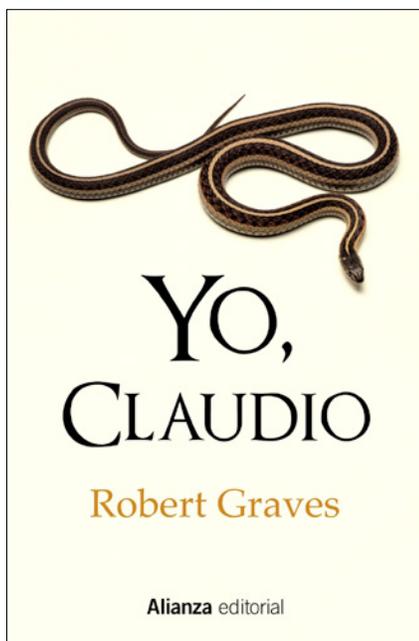


Figura 5. *Yo, Claudio* de Robert Graves, Alianza Editorial.

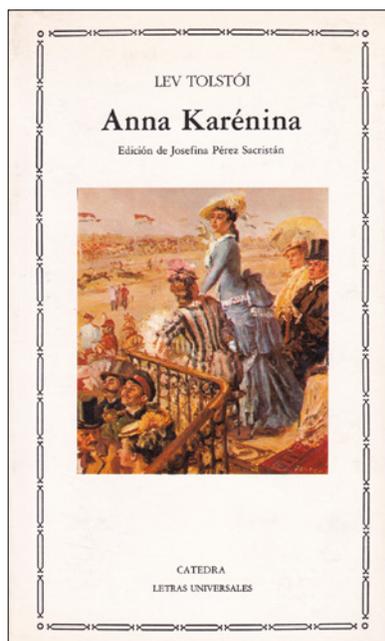


Figura 6. *Anna Karénina* de Lev Tolstói, colección *Letras Universales*, Ediciones Cátedra.

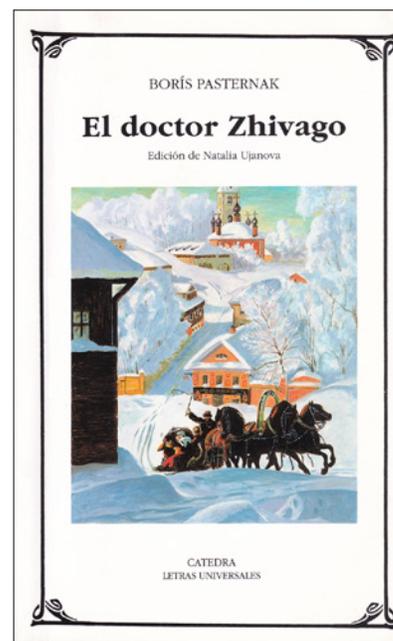


Figura 7. *El doctor Zhivago* de Boris Leonidovich Pasternak, colección *Letras Universales*, Ediciones Cátedra.

ñada por el Estudio Manuel Estrada.⁶ La portada de *Crimen y castigo*, no refiere algún pasaje de la obra de forma literal, sino simbólica: la silla vacía en un cuarto gris en el que aparece la sombra de una persona, sugiere un espacio para interrogar a un criminal, sin embargo, los escenarios en los que se le piden explicaciones a Raskolnikov no corresponden con la imagen que, sin embargo, dice mucho sobre la obra, es decir, la acusación a un criminal, interrogatorios, el sentido de culpa del personaje, su pobreza, su soledad... (Dostoyevski, 2015). Las cubiertas de *El doble*; *Apuntes del subsuelo* y *Los demonios* se caracterizan por mostrar el fragmento de una cara con un ojo, con ello, más que explicitar contenidos, las ilustraciones simbolizan la perspicacia de los personajes y la profundidad psicológica de las novelas de Dostoyevski (2014; 2016; 2017) (Figura 3).

En otros casos, el diseño de la portada presenta de forma explícita el contenido del libro con la ilustración de algún pasaje narrativo. El diseñador se compenetra con el texto, lo interpreta y lo sintetiza en una imagen gráfica para cumplir con los propósitos de la

comunicación. Lo anterior lo podemos observar en algunas portadas de la colección *Letras universales*, de Ediciones Cátedra, diseñadas por Diego Lara, como *Anna Karénina*, de Lev Tolstói. Predomina la ilustración en la que aparecen Anna Karénina, su esposo Alexéi Alexándrovich Karenin, la princesa Betsi y otros personajes observando una carrera en el hipódromo; Anna está de pie con el semblante tenso, preocupada por la caída de Vronski, su amante, quien participa en esta competencia. El pasaje es muy relevante, ya que Anna no contiene su angustia y evidencia su amor por Vronsky; al regresar a casa, en el carruaje el marido la acosa, ella lo desafía y le confiesa todo. En el resto de la novela Tolstói (2013) narra el rompimiento del matrimonio, el castigo y el desprecio de la sociedad hacia Anna y su frustrada relación con Vronski (Figuras 6 y 10).

LA PORTADA DE *EL DOCTOR ZHIVAGO*

Otro libro de esta colección es *El doctor Zhivago*, de Boris Leonidovich Pasternak, y su portada se analiza con el método progresivo que Erwin Panofsky ideó para interpretar obras de arte, señalando tres pasos: descripción pre-iconográfica, análisis iconográfico e interpretación iconológica. En su adaptación al estudio de un producto de diseño de la comunicación gráfica sólo se emplean los

dos primeros, pues la interpretación iconológica sirve para dilucidar la naturaleza de las ideas humanas que se expresan en una obra artística, es decir, las tendencias filosóficas y políticas del creador. Pero el diseño de una portada representa el contenido de una novela para darla a conocer al público y persuadirlo de su lectura.

La "significación primaria o natural" y el "universo de los motivos" se obtienen por medio de la descripción pre-iconográfica. Con base en la sensibilidad y la experiencia práctica se identifican *formas puras*: las configuraciones de líneas, planos, puntos, colores y masas tridimensionales; también se examinan las relaciones y las particularidades expresivas de estas formas (Panofsky, 2008: 47). Por razones de espacio, obviaré la descripción pre-iconográfica de la portada (Figura 7).

El análisis iconográfico consiste en identificar la relación entre los motivos y los temas, lo que da a los primeros una significación "secundaria o convencional" con *historias* o *alegorías*. Los colores blanco y negro del fondo, el marco tipo *Art Nouveau* y la tipografía con patines nos remiten a valores clásicos. El gran tamaño y la tipografía en negritas del título de la obra lo destacan sobre el autor y la editorial, esto refuerza el valor de lo "clásico literario" y se retroalimenta con

⁶ En colaboración con Roberto Turégano y Lynda Bozarth. Las cubiertas referidas fueron diseñadas por Manuel Estrada.



Figura 8. La homogeneidad del diseño de la colección *Filosofía* del Fondo de Cultura Económica destaca principalmente la marca editorial, pero tiene una pequeña imagen cuadrada que alude al contenido del libro. Fuente: Fondo de Cultura Económica, Colección *Filosofía*. En www.fce.com.ar/ar/libros/listado.aspx?cat=c&idCol=19.



Figura 9. Idéntico propósito lo encontramos en la colección *Sociología* de la misma editorial, sin embargo, el contenido del libro tiene más importancia: se equilibra con la marca. Fuente: Fondo de Cultura Económica, Colección *Sociología*. En www.fce.com.ar/ar/libros/listado.aspx?cat=c&idCol=29.

el nombre de la colección: *Letras universales*. El título refiere a un profesionista con nombre ruso, la imagen sugiere que iría a bordo del vehículo –que es un trineo jalado por tres caballos negros– con el jinete y otras dos personas. La escena se desarrollaría en los paisajes nevados de Rusia; las formas de las torres de la iglesia del fondo muestran que es de confesión ortodoxa, lo que coincide con los otros datos.

Para interpretar la portada es sustancial conocer la historia que se narra con el fin de dilucidar el pasaje ilustrado y valorar su importancia en la significación de la obra. Se comienza con el elemento predominante, que Roland Barthes (2018) denomina *punctum*: el trineo con cuatro figuras humanas. Su tamaño y resolución no permiten determinar quiénes viajan, pero en la novela un pasaje hace referencia a esta escena y son el jinete, Larisa Fiódorovna Antípova (amante del doctor Yuri Andriéevich Zhivago), su hija Katia y Víktor Ippolítovich Komarovski (ex amante de Larisa). La narración cuenta cómo huyen sobre el trineo de la aldea Varýkino, en los Urales, hacia Yuriatin, una ciudad cercana. Ahí subirán a un tren que los llevará al

puerto de Vladivostok, en la República del Extremo Oriente. Al parecer, la ilustración muestra el momento en que estarían llegando a Yuriatin, pues la iglesia del fondo sólo podría estar aquí y no en la aldea.

La escena escogida para realizar la ilustración de la portada sintetiza bien la novela, en otras palabras, expresa su esencia. Poco antes de la huida en trineo, el doctor Zhivago se enfrentó al dilema más difícil de su vida: aceptar o rechazar la ayuda de Komarovski para huir de Varýkino. La decisión era difícil, pues Komarovski robó y maltrató a su padre y sedujo a Larisa cuando era menor. Pero Larisa sólo escaparía si Zhivago lo hacía, de otra manera los tres se quedarían en la aldea a merced de los lobos, los delincuentes y las fuerzas represivas del Estado. Se trataba de una oportunidad única y no había tiempo para prolongar la decisión. Finalmente, Zhivago no acepta ponerse en manos de Komarovski y engaña a Larisa para que salve su vida y la de Katia; le dice que los alcanzará en unos minutos, pero se queda en la aldea, y así se separa definitivamente de su amante.

Después se presenta la resolución de la novela: Komarovski, Larisa y Katia se van a

la República del Extremo Oriente y Zhivago regresa a Moscú para tratar de reunirse con su esposa Antonina Alexándrovna Gromeko y sus hijos; no lo logra, pues fueron expulsados del país y nunca regresarán.

La vida del doctor Zhivago fue muy difícil, viajaba constantemente para servir a los ejércitos, huir de ellos, esconderse de los diferentes bandos, buscar a su familia, encontrar a su amante... La imagen dinámica de la portada del libro, con la escena de la huida de la amante de Zhivago, es representativa de una vida itinerante, de un constante ir de aquí para allá corriendo, fugándose, escondiéndose. El *contrapunctum* de la iglesia ortodoxa completa la significación de la ilustración: aunque en la novela ninguna iglesia juega un papel relevante, serán recurrentes las disertaciones de los personajes sobre la religión y otras temáticas espirituales, psicológicas, filosóficas, políticas, artísticas, literarias. El diseño de la portada se enriquece con la utilización del marco *Art Nouveau*, referente de la sociedad burguesa de finales del siglo XIX y principios del XX, destruida en la Revolución de Octubre (Figura 7).



Figura 10. Anna Karénina, su esposo Alexéi Alexándrovich Karenin, la princesa Betsi y otros personajes observando una carrera en el hipódromo. Fuente: Lev Tolstói (2013).

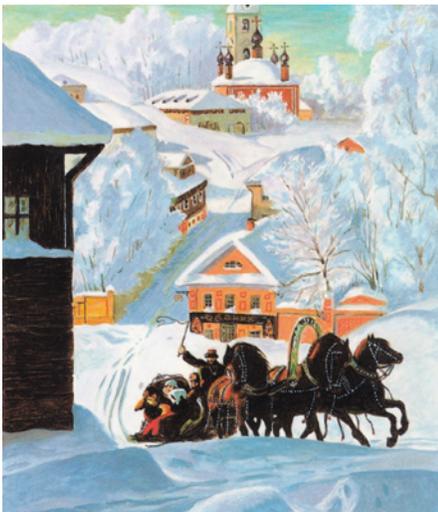


Figura 10. Huida de Larisa Antípova (amante del doctor Zhivago), su hija Katia y Víktor Komarovski de la aldea Varýkino, en los Urales, hacia Yuriatin, una ciudad cercana. Fuente: B. L. Pasternak (2011).

CONCLUSIONES

Los discursos de la literatura y los del diseño de la comunicación gráfica entablan relaciones paratextuales en las portadas de los libros y alimentan las cadenas de significación diacrónicas y sincrónicas de la interminable producción cultural. Las portadas son los principales paratextos para proveer información sobre el libro, darlo a conocer al público y persuadirlo para su lectura.

Los objetivos de la casa editorial y el género discursivo del libro establecen variables para el diseño de cubiertas. En los de literatura, la intertextualidad traspasa los

confinos disciplinarios, pues su flujo discursivo cruza el del diseño, sobre todo cuando el contenido es el motivo de la portada y el diseñador lee el libro, lo asimila y realiza una cubierta que lo muestra de manera singular.

El diseño de la portada de una novela emplea varios recursos: la ilustración de un pasaje importante de la trama, una imagen simbólica sobre el contenido, la tipografía del título, el contexto de creación, la foto del autor. Los tres primeros casos propician el cruce textual entre la literatura y el diseño de la comunicación gráfica. Aunque las disciplinas confluyen, sus fronteras las limitan y marcan sus especificidades: la editorial se propone, por medio del diseño, promover la obra en el mercado, y persuadir al público de la compra y de su lectura; el literato expresa emociones e ideas para difundirlas en la sociedad, producir efectos estéticos y propiciar la reflexión de los lectores.

Esta modalidad de intertextualidad se encuentra en las portadas estudiadas de José Revueltas, Fiódor Dostoyevski, Robert Graves, Boris Leonidovich Pasternak y Lev Tolstói. Las de *Anna Karénina* y *El doctor Zhivago* utilizan ilustraciones realistas de un pasaje de la trama para significar toda la novela; los discursos de la literatura y del diseño de la comunicación gráfica confluyen, se cruzan en este ejercicio de síntesis del lenguaje escrito en el visual, las últimas portadas mencionadas fueron diseñadas por Diego Lara; en la primera, una ilustración destaca al personaje principal poco antes de llegar al clímax, mientras la ilustración de *El doctor Zhivago* representa un pasaje posterior a la cúspide de la trama y el personaje principal no aparece.

FUENTES CONSULTADAS

- Bajtín, M. (2011). *Las fronteras del discurso*. Buenos Aires: Las cuarenta.
- Bajtín, M. (2012). *Problemas de la poética de Dostoievski*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Barthes, R. (2018). *La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.
- De Buen, J. (2000). *Manual de diseño editorial*. México: Santillana.
- Dostoyevski, F. (2014). *Apuntes del subsuelo*. Madrid: Alianza.

Dostoyevski, F. (2015). *Crimen y castigo*. Madrid: Alianza.

Dostoyevski, F. (2016). *Los demonios*. Madrid: Alianza.

Dostoyevski, F. (2017). *El doble*. Madrid: Alianza.

Garone, M. (2011). *Historia en cubierta. El Fondo de Cultura Económica a través de sus cubiertas (1934-2009)*. México: Fondo de Cultura Económica.

Genette, G. (1989). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.

Graves, R. (2018). *Yo, Claudio*. Madrid: Alianza.

Kristeva, J. (1981). *Semiótica*. vol. I. Madrid: Fundamentos.

Llop, R. (2014). *Un sistema gráfico para las cubiertas de libros. Hacia un lenguaje de parámetros*. Barcelona: Gustavo Gili.

Panofsky, E. (2008). *El significado en las artes visuales*. Madrid: Alianza.

Pasternak, B. L. (2011). *El doctor Zhivago*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Tolstói, L. (2013). *Anna Karénina*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Referencias electrónicas

- Amorrortu editores. En www.amorrortueditores.com/resultados.aspx?c=Filosof%3%ada&tema=11&por=coleccion&orden=fecha&coleccionproducto=Filosof%3%ada
- Alianza Editorial. En www.alianzaeditorial.es/
- Ediciones Cátedra. En www.catedra.com/subcoleccion/letras-universales/
- Ediciones Era. En www.edicionesera.com.mx/search/?q=jose+revueltas+obra+reunida
- Enciclopedia de la literatura en México, Colección Nuestros Clásicos. En www.elem.mx/obra/coleccion/391