

Nuevos paradigmas del diseño editorial

Por Miguel Gallego

El cambio de paradigma en el diseño editorial, al que seguirán otras ramas de la actividad, provocará un movimiento disruptivo en editoriales y profesionales del área.

El cambio de paradigma en los flujos y procesos editoriales, muy visible en los mercados centroeuropeos (Alemania, Holanda), y la necesidad en el sector de reducir los recursos necesarios para la generación de contenidos, ha generado una nueva forma de entender los procesos de diseño y los subsiguientes procesos editoriales. Esto significa un cambio en los perfiles de los diseñadores, maquetadores y editores en la industria editorial. El diseño y maquetación era, hasta ahora, el único flujo de trabajo editorial no industrializado. Podríamos decir que era un proceso artesanal, poco fiable y muy vinculado a la intervención humana en todos sus procesos. Esto comienza a cambiar cuando se empiezan a desarrollar herramientas de gestión de contenidos, allá por los años 90, destinadas sobre todo a periódicos primero y posteriormente a revistas. El salto estaba dado; sólo faltaba que la tecnología permitiese la hibridación de contenidos a través de:

- Un lenguaje de intercambio que permitiese la neutralidad de los contenidos (XML) y plataformas que pudiesen gestionar salidas multiformato.
- La existencia de sistemas para automatizar procesos de forma fiable y a precios asequibles (convertidores de imágenes o videos a múltiples formatos de forma desasistida, algunos incluso gratuitos).
- Dispositivos electrónicos móviles (smartphones y tablets), con capacidad para visualizar todos los formatos (video, imagen estática, textos, sonido).
- Una red de transmisión de datos rápida.
- Nuevos usuarios con necesidad de información *just on time*.
- Necesidad de monetización de un mismo contenido en diversos formatos y soportes (web, papel, *Tablet*, *mobile*).

Esas tecnologías ya están presentes desde hace unos años, pero su capilaridad en el sector editorial ha sido lenta, debido a los márgenes más o menos holgados de la industria durante muchos años. Al caer la publicidad en revistas y periódicos, y las ventas en el sector libros —por piratería, cambio de forma de lectura, etc.—, la opción está clara: o rebajo mis costes un 20-30%, sin disminuir la calidad, o cierro.

La evolución en todas las industrias ha venido dada por la eliminación de tareas de bajo valor

añadido, que podrían ser realizadas por una máquina de modo más eficiente, rápido y barato. Hace unos años (muchos) cayeron los componedores de texto; hace menos (¿10?) los montadores de fotolitos, ahora ha llegado la hora de los maquetadores. Su parcela de trabajo será tomada por Diseñadores, Editores y Traductores. En los nuevos sistemas, el diseñador genera plantillas, que el sistema rellena de contenidos previamente etiquetados por editores (textuales y gráficos) que se colocan de forma automática en la maqueta, y sobre ella, a través de un visualizador de Indesign, Office, o lo que sea. Se ataca directamente a la maqueta. El editor no necesita mandar un correo para que el maquetador lo vuelque: lo vuelca él. Y de forma automática puede ver si el texto se ha de editar, o hay que cambiar la geometría de una caja, o la imagen debe tener otro encuadre, y lo realiza él mismo. El diseñador «retoca» si se cree oportuno un interlineado, o genera un nuevo *template* para una nueva sección, y, sobre todo, de dedica a lo que debe: a diseñar, no a mover cajas de un lugar a otro.

Esto refuerza los perfiles del diseñador y el editor, aunque amplíe su ámbito de trabajo (esto es, sus funciones). Recuerdo cuando, dando un curso sobre maquetación y producción hace ya 6 o 7 años en una editorial perteneciente a una de las 3 editoriales de texto más grandes de España, algunos editores me decían que nunca iban a aprender a utilizar InCopy, pues eso era «trabajo de maquetadores»: «Yo seguiré corrigiendo en papel con mi *boli* rojo». No sé si alguno de ellos sigue en actividad...

Estos nuevos sistemas significan una «desintegración» de las estructuras actuales. No habrá, seguramente, una oficina donde todos estén al tiempo. Cada uno podrá, si es necesario, trabajar desde casa o desde pequeños espacios en ciudades más pequeñas. Todo el proceso será en la nube —ya lo es, de hecho, aunque no seamos conscientes—. Lugares de *coworking* pasarán a sustituir a las oficinas tradicionales. Y al eliminar desplazamientos, reiteración de tareas y trabajos sin valor añadido, el coste de producir una revista o un libro descenderá de modo paulatino.

¿Cómo prepararemos a nuestros estudiantes para ese nuevo modo de trabajo? ¿Con una forma de enseñanza que refleje el «orden y mando» de una empresa tradicional? Yo creo que no.

Publicado el 02/07/2013



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/nuevos-paradigmas-del-diseno-editorial>

