

Jaime HERNÁNDEZ VERA, ed. *El diseño de revistas. Las publicaciones periódicas de investigación de la ULL*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna (Materiales didácticos Universitarios). 2003.



No es fácil poner orden en el diseño corporativo editorial de las revistas universitarias. Como constata este libro, en los servicios de publicaciones de las distintas universidades españolas no se da con frecuencia la preocupación por la calidad gráfica de sus ediciones. Suele ocurrir que los responsables del diseño son los mismos miembros del consejo de redacción de las diferentes revistas. Esta forma amateur de afrontar la imagen pública de las ediciones suele ir acompañada de una descoordinación estética entre los distintos departamentos, lo que convierte el aspecto formal de las publicaciones periódicas universitarias en una auténtica Torre de Babel.

Jaime Hernández Vera cuenta con el mérito nada desdeñable de haber conseguido, primero, unificar la imagen editorial de la Universidad de La Laguna, y después, haber logrado una coherencia absoluta en el diseño corporativo editorial de sus revistas de investigación. De paso, ha conseguido revitalizar y convertir en una verdadera editorial a su Servicio de Publicaciones, que en la actualidad dirige. Este logro es el fruto de una larga trayectoria en la industria de las artes gráficas que ha sabido trasladar con éxito al ámbito universitario.

Gracias a haber sabido compaginar el mundo profesional, del que procede, con la docencia universitaria, el autor ha logrado que en Canarias se produzcan importantes cambios que han permitido modernizar el sector editorial. Me atrevería a afirmar que, en mayor o menor medida, todos los implicados en esa industria deben agradecerle de algún modo su labor. Como director de varios proyectos de investigación,

Jaime H. Vera ha contribuido a revitalizar el sector editorial canario al dotarlo de ese rigor a través de la comunicación que sólo se consigue aplicando seriamente las premisas del diseño moderno. También ha sabido derivar su investigación universitaria hacia esa realidad industrial que ha contribuido a consolidar, creando nuevos contenidos docentes en los programas de diseño de la Facultad de Bellas Artes, impartiendo cursos de doctorado y, en definitiva, formando sólidamente a los profesionales que hoy encuentran trabajo en las distintas empresas del sector.

Sus trabajos de investigación se han plasmado en este libro y en su predecesor, *Diseño corporativo editorial del Servicio de Publicaciones de la ULL*, publicado en la misma colección, sin el que no es posible entender el trabajo en su totalidad. Gracias a ellos, la Universidad de La Laguna cuenta en la actualidad con una imagen editorial que la sitúa en una posición privilegiada dentro de la universidad española.

La revista es uno de los campos más fécondos de desarrollo del diseño contemporáneo a través de sus grandes posibilidades de experimentación gráfica. Gracias a ello, las publicaciones periódicas han venido aportando muchos y muy importantes cambios al diseño gráfico moderno. Por eso es imprescindible reivindicar una política seria de aplicación del diseño que erradique un intrusismo que, aunque sin duda es bienintencionado, en nada beneficia a los editores y a las instituciones que los financian. En ese sentido, nos hallamos ante un libro que es un excelente ejemplo, a través de la descripción de la práctica profesional, de cómo se lleva a cabo un buen proyecto de diseño corporativo editorial.

Este trabajo resultará de consulta imprescindible para aquellos que deseen conocer de primera mano el riguroso proceso por el que se elabora un manual de estilo en diseño corporativo editorial. Incluye una exposición pormenorizada de la fase de investigación, que analiza las publicaciones periódicas de cinco universidades españolas, además de, naturalmente, las revistas de investigación de la Universidad de La Laguna. Posteriormente, detalla con la precisión de un manual de estilo el diseño adoptado definitivamente.

vamente y todo su proceso de elaboración. En un sentido más didáctico, es una excelente ocasión para que aquellos interesados en el diseño gráfico editorial contrasten su método de trabajo con el expuesto en el libro y éste pueda ayudarles a mejorarlo.

Como material concebido con un espíritu fundamentalmente pedagógico, este trabajo interesará por igual a profesionales del diseño editorial como a docentes y alumnos. A los primeros, les ayudará a contrastar su forma de afrontar los proyectos que, en muchas ocasiones, pro-

viene del autodidactismo. A los segundos, que no siempre tienen la fortuna de estar en contacto con el mundo profesional, les brindará la ocasión de poder ver por dentro todo el proceso de trabajo que se sigue en un proyecto real de diseño. Un interés indudable teniendo en cuenta que la mayoría de los libros que podemos adquirir sobre el tema nos muestran la obra acabada y no nos desvelan nunca los pasos seguidos en su proceso de elaboración.

ALFONSO RUIZ RALLO

