

Mecanismos de diseño del catálogo contemporáneo

A lo largo de las dos últimas décadas, varios factores han ido transformando la formalización del catálogo de carácter visual (el dedicado al arte, la arquitectura, la fotografía o el diseño). El efecto de “remediación” del diseño editorial a través de las nuevas disciplinas audiovisuales y del contexto digital ha aportado al diseñador nuevos mecanismos para resolver la página tanto gráfica como estructuralmente, así como la secuencia narrativa y el propio libro como objeto.

*Este libro no va de cómo diseñar libros, sino de cómo son diseñados los libros.*¹

RICHARD HENDEL

El año 1944 György Kepes (1906-2001) —diseñador gráfico que emigró a Estados Unidos desde Europa— publicó *Language of Vision*,² un libro que plasmaba su visión de la imagen como motor de una nueva narrativa visual, como ya había desarrollado antes su colega László Moholy-Nagy. Kepes creía que “el diseñador tiene que repensar las funciones del libro desde aspectos físicos, ópticos y psicológicos”.³ Con este nuevo planteamiento, que se desmarcaba de la concepción de base compositiva y tipográfica de la escuela suiza defendida por Jan Tschichold, Kepes introducía nuevos puntos de partida desde los que plantear el diseño de libros. Afirmaba que “el libro tiene un peso, un formato, un grosor y unas cuali-

dades táctiles, cualidades que son calibradas por la mano, al igual que su forma visual es calibrada por el ojo [...]. El libro puede ser concebido igual como se concibe el mango de una herramienta o utensilio, y ha de ser moldeado de tal forma que la mano lo pueda manejar con un control perfecto”.⁴

A lo largo del siglo xx podemos encontrar varios momentos en los que el catálogo de carácter visual, recogiendo esta concepción de Kepes, se ha reconfigurado en alguno de sus aspectos formales y estructurales, lo que ha supuesto la aparición de nuevas categorías de publicaciones que cuestionaban temas tanto compositivos como narrativos. Cuatro categorías concretas, resumidamente, nos pueden servir de ejemplo al respecto y guiarnos en algunos rasgos del catálogo contemporáneo:

— *Photobook*. Definido por Martin Parr como un “ensayo extenso hecho con fotografías”,⁵ el *pho-*

1 Hendel, R. *On Book Design*. New Haven: Yale University Press, 1998, p. 11.

2 Kepes, G. *Language of Vision*. Chicago: Paul Theobald, 1944.

3 *Graphic Forms. The Art as Related to the Book*. Cambridge: Harvard University Press, 1949, p. 8. Citado en Hollis, R. “Ways of Seeing Books”. En: De Bondt, S.; Muggeridge, F. *The Form of the Book Book*. Londres: Occasional Papers, 2009, p. 49.

4 *Ibidem*.

5 Parr, M.; Badger, G. *The Photobook: A History*. Vol. 1. Londres: Phaidon, 2004, p. 8.

tobook es un tipo de publicación en el que “las fotografías pierden su carácter fotográfico para convertirse, tras pasadas a tinta, en partes de un hecho dramático llamado ‘libro’”.⁶ El hecho narrativo del montaje de imágenes en secuencia lo probaron, en revistas y otros soportes, fotógrafos y diseñadores de las vanguardias, como László Moholy-Nagy en su publicación seminal *Painting, Photography, Film* (1925), para experimentar “con las relaciones espaciotemporales que se basan en los principios de la fotografía y el cine”.⁷

— Libro de artista. Se trata de una pieza artística que adopta el formato de libro. De tirada limitada, sin distribución comercial, el libro de artista ha sido un campo apto para experimentaciones, tanto desde la parte conceptual y narrativa como desde la parte objetual y física. La obra de artistas como Ed Ruscha, Dieter Roth o John Baldessari ha influido a la edición desde los años sesenta del siglo xx, en lo relativo al uso de materiales y formatos ajenos a los estándares de la producción industrial.

— *Picture book*. También desde mediados de los años cincuenta, pero sobre todo durante los años sesenta, el libro ilustrado de temática infantil (*picture book* en inglés) ha sido territorio de investigación de soluciones innovadoras relativas a la producción, que explotan al máximo su carácter de objeto tridimensional pero también su configuración narrativa. La obra de Bruno Munari sería un claro ejemplo de esta categoría.

— Ensayo visual. *The Medium is the Massage*, de Marshall McLuhan y Quentin Fiore (1967), ejemplifica esta categoría. El concepto del libro de ensayo se rompe a partir del formato, reducido a libro de bolsillo, y de “la explotación del potencial cinematográfico que da la repetición de imágenes de una página a otra en diferentes escalas y encuadramientos”.⁸ Es un caso de hibridación de formatos: en parte libro, en parte revista y en parte *storyboard*.

El catálogo contemporáneo

En las últimas décadas, el catálogo visual no ha dejado de experimentar cambios en su diseño, cambios que han modificado la forma en que se accede a él y cómo se coge, se lee y se comprende. Estas alteraciones han sido responsabilidad de diseñadores gráficos y de editores independientes que han ido buscando nuevas direcciones para la formalización de las publicaciones. Los diseñadores gráficos han explorado y explotado todas las opciones nuevas que iba ofreciendo el *software* y las han aplicado en la práctica y en la representación formal, como también han hecho con los nuevos tipos de papel y con otros materiales. Por su parte, los editores procedentes de posiciones más independientes han ofrecido identidad a espacios y públicos nuevos para distanciarse de las editoriales tradicionales, utilizando el diseño gráfico como una herramienta básica de comunicación y diferenciación.

“El catálogo ha adaptado configuraciones de los nuevos medios para reivindicarse como un dispositivo visual y narrativo plenamente vigente”

El catálogo contemporáneo, al igual que otros medios de comunicación, ha recogido la influencia que ha ejercido la imagen sobre la palabra, debido al crecimiento de medios y plataformas audiovisuales y digitales producido desde el último cuarto de siglo. La imagen ha invadido toda forma de comunicación, y los catálogos también han “crecido” en lo visual. Se han acentuado aspectos como la narrativa visual, la expresividad gráfica de la tipografía, el color, los soportes utilizados o los nuevos materiales. La palabra escrita ha sido cuestionada o,

cuando menos, examinada para buscar su capacidad más expresiva.⁹

El diseño editorial no ha dejado de buscar nuevas direcciones para la evolución del catálogo frente a otros medios de comunicación, sobre todo los no impresos. Podríamos considerar que esta evolución es también una especie de supervivencia ante todos los anuncios de muerte de los medios impresos formulados desde los años noventa. Trasladando la idea de Bolter sobre la “remediación” entre distintos medios,¹⁰ el catálogo también ha hecho una “remediación”, es decir, de alguna forma ha adaptado configuraciones de los nuevos medios para no perder protagonismo ni cuota de mercado, y reivindicarse así como un dispositivo visual y narrativo plenamente vigente en su rol comunicativo.¹¹

Mecanismos de diseño

En los últimos años se han publicado numerosas referencias en torno al diseño editorial. Sin embargo, la mayoría aportaban un carácter inspirador —ilustrando colecciones interminables de ejemplos sobre la materia— o se articulaban como un manual de recetas, describiendo cómo abordar la práctica del diseño a partir de un catálogo de opciones gráficas. Todas estas referencias iban dirigidas a estudiantes y profesionales básicamente para la resolución inmediata de proyectos, pero raramente hacían una reflexión más conceptual.

En este sentido, y tras una investigación, observación y análisis del panorama editorial europeo de las últimas décadas,¹² propongo una serie de rasgos y conceptos —que llamaré “mecanismos”— para poder definir tipológicamente el catálogo en el momento contemporáneo.

La observación de los catálogos se ha hecho partiendo de tres escalas de aproximación que señalan directamente hacia tres tipos de mecanismos:

A) una visión global permite ver el libro como un “objeto” y define rasgos de tipo físico que denominamos “mecanismos matéricos”; B) una visión del conjunto interior permite ver el libro como un soporte “transitable” y define rasgos de tipo narrativo que llamamos “mecanismos estructurales”; y C) una visión en detalle permite ver el lenguaje gráfico y las estructuras compositivas localizadas en cada página, y define rasgos de tipo representativo que llamamos “mecanismos compositivos”.

Mecanismos matéricos

El término “matérico” se refiere en principio a los materiales con los que está hecho el catálogo y, por lo tanto, a todo lo relativo a sus características físicas. Se puede hablar del peso, de los materiales empleados (papeles, telas, cartones, plásticos...), de los efectos táctiles que provocan, de su respuesta a la manipulación del usuario, etc.: todos los aspectos que percibimos en el exterior del catálogo, que le dan identidad y a la vez sintetizan las cualidades del interior. En cierta forma, el catálogo crea su propio carácter icónico.

Esta percepción estrictamente “objetual” acerca el catálogo a otras disciplinas claramente centradas en la creación de objetos, como el diseño de producto o el arte. Al diseño de producto se vincula por su usabilidad, si se entiende el catálogo como un artefacto que se activa con la participación del usuario —se toca, se abre, se hojea, se despliega, se almacena, se arrancan las hojas, etc.—, y al arte se aproxima por una cuestión de concepción “escultórica”, en la que se valora la entidad estética y conceptual que tiene el libro como pieza.

Se pueden observar y describir, entre otros, cuatro mecanismos matéricos: la hibridación, el libro-escultura, la caracterización del papel y la sección-sumario.

6 Ralph Prins en una conversación con Cas Oorthuys in 1969, citada en *Photography between Covers: The Dutch Documentary Photobook after 1945*. Amsterdam: Fragment Uitgeverij, 1989, p. 12.

7 Stetler, P. “The New Visual Literature: László Moholy-Nagy’s *Painting, Photography, Film*”. *Grey Room*, núm. 32 (verano de 2008), p. 89.

8 Lupton, E.; Abbott Miller, J., “McLuhan/Fiore. Massaging the Message”. *Design Writing Research. Writing on Graphic Design*. Londres: Phaidon, 1999, p. 92.

9 El tema de la legibilidad de los catálogos ilustrados fue uno de los grandes debates de los años noventa del siglo pasado, debate avivado por la obra de diseñadores gráficos (David Carson), revistas (*Emigre*) o académicos (desde la Cranbrook Academy of Art).

10 Bolter, J. D.; Grusin, R. *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press, 1999.

11 Manovich, L. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, Col. Comunicación, núm. 63, 2005.

12 Lorente D. *El catàleg contemporani. Mecanismes de disseny*. Proyecto final de estudios del B.A. Top-UP - Bachelor of Arts in Design, ELISAVA, curso 2011-2012 [inédito]. Tutora del proyecto: Raffaella Perrone.

— **Hibridación.** La acción consiste en realizar una apropiación tipológica, tomando rasgos conceptuales o formales de un tipo de publicación para aplicarlos a otro. Los resultados consiguientes tienen que ver sobre todo con la alteración del lenguaje gráfico y del formato.

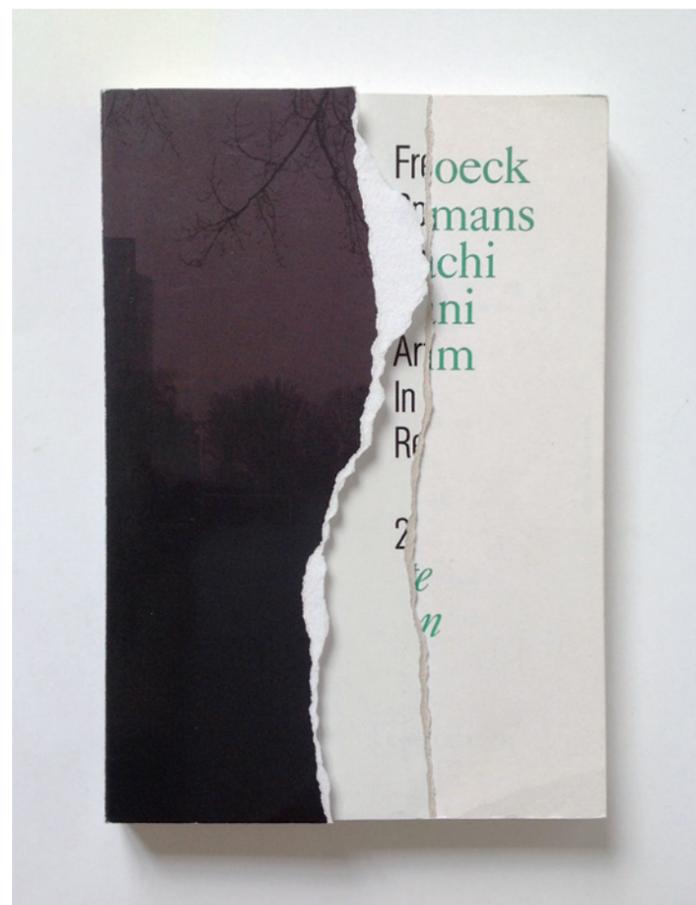
La hibridación se puede producir mediante el uso del lenguaje gráfico, posibilitando nuevas formas de narración; mediante el cambio de formato, alterando el volumen del catálogo; o mediante el cambio de estructura, alterando sus disposiciones.



▲ Hibridación por alteración del formato. Una monografía de artista que ha adoptado el lenguaje y el formato de la guía telefónica. Hevia, M. y Reus, J. (eds.), *Barcelò abans de Barcelò. 1973-1982*. Barcelona: Círculo de Lectores/Galaxia Gutenberg, 2009. Diseño: Josep Bagà.

— **El libro-escultura.** El volumen del libro se comporta como una pieza autónoma, percibida por sus valores objetuales y físicos. Las decisiones de diseño se dirigen a resaltar tanto la percepción que se pueda tener del objeto por su relación con otros objetos reconocibles, con una voluntad icónica, como las cualidades que afectan a su apariencia física.

Este mecanismo explota el uso de materiales nuevos o la manipulación de los tradicionales para conseguir cualidades táctiles y volumétricas lejos de las soluciones estándares. Esta “esculturización” se puede producir transformando el volumen o los materiales existentes mediante alguna técnica gráfica que reconsidere su forma —generando relieves, capas, matrices, pliegues, etc.— o por mimesis, utilizando un material concreto para que recuerde a



▲ Rasgado hecho sobre el paper de la cubierta. Horn, M.; van Bladel, R. y Lomme, F. (eds.), *Intimate stories on absence. Artist in Residence 2010*. Eindhoven: Onomatopée, 2010. Diseño: Remco van Bladel & Rob van den Nieuwenhuizen.



▲ Papeles diversos asociados a diferentes tipos de contenidos. Marcel, C. (ed.) et al., *Sophie Calle: M'as tu vue (Did you see me?)*. París: Centre Pompidou & Edition Xavier Barral, 2003. Diseño: Atalante / Paris.



▲ La sección-sumario. *Intervenciones 2008*. Madrid: La Casa Encendida, 2009. Diseño: Base Design.

otro objeto al que quiere remitirse. La consecuencia final es que el catálogo adquiere cierta autonomía visual como objeto respecto al contenido de la propia publicación.

— **Caracterización del papel.** En los últimos años, la industria papelera ha diversificado en cantidad y en calidad los tipos de papeles aptos para la impresión. Los diseñadores han recogido estas nuevas opciones de uso dotando al papel de un rol protagonista para representar los contenidos.

El uso de distintos papeles en una sola publicación nos transmite en primer lugar una cuestión física relevante y nos ayuda además a la lectura y visualización de las partes; pero también es una cuestión estructural, porque cada papel interpreta el rol de un contenido o “voz” asociada al discurso

narrativo. Cuando hablamos de distintas “voces” en una publicación, hacemos referencia a los diferentes agentes implicados en el contenido: un editor que presenta, un curador que propone y selecciona y un autor que enseña. A cada uno de ellos le puede corresponder una muestra de papel diferente, lo que realza las distintas situaciones del discurso narrativo. Los papeles —y aquí hablamos también de cualidades y gramajes— pueden ir asociados a elementos gráficos o funcionar como simples organizadores del contenido.

— **La sección-sumario.** Para describir este mecanismo podemos utilizar el símil del corte geológico, que deja ver las distintas densidades del contenido. Se trata de la superficie exterior visible que corresponde al grosor del libro, tanto por su parte superior como por la inferior y la lateral. Se podría entender que esta “sección” del catálogo transmite información sobre el interior del libro y, por tanto, podría estar actuando en parte como sumario visual.

Esta situación se ha aprovechado para generar todo tipo de representaciones visuales y cromáticas, con elementos tipográficos, navegaciones, etc., lo que ha acabado señalando esta sección como una parte significativa del exterior del catálogo que conviene explorar gráficamente. La pátina de oro aplicada al lomo de las biblias podría ser un ejemplo de este mecanismo en la edición tradicional.

Mecanismos estructurales

*Idealmente, un libro no debería tener un orden y el lector debería descubrirlo por él mismo.*¹³
RAOUL VANEIGEM

El catálogo es un artefacto producido a partir de la lectura, de su recorrido, y, por lo tanto, fija un punto de inicio y un punto final. Esta sería la idea básica de la construcción narrativa. En el caso de los catálogos, la narración no sigue un patrón tan homogéneo de contenidos, puesto que a estos los forman materiales de naturaleza muy diferente, tanto textuales como visuales. La lectura puede perder la linealidad

¹³ Vaneigem, R. *The Revolution of Everyday Life*. Londres: Rebel Press, 1994, p. 5.



▲ *Uncover*. La narración empieza en la portada y tiene continuidad en la primera página. Jardí, Enric, *Pensar con imatges*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2012. Diseño: Enric Jardí.

para hacerse parcial y fragmentada. El lector puede ir de un sitio a otro buscando puntos de interés, más en una lectura de momentos y situaciones que en una lectura lineal. El orden de lectura da un sentido narrativo a la exposición de contenidos que se nos ofrece. Pero para explicar una historia no existe un único patrón narrativo; se puede hacer de múltiples maneras, alterando la disposición de los contenidos.

Históricamente, el rol de estructurador de contenidos de las publicaciones ha correspondido al editor, quien, después de recibir el material del autor, crea una narración, a la que después da forma el diseñador. Desde los años noventa del siglo xx, varias voces han reivindicado el papel del diseñador en este proceso.¹⁴ Bruce Mau, diseñador, reclamaba el protagonismo de este profesional desde el primer minuto de la concepción de una publicación, para que tuviera una implicación y una participación más estrechas en el proceso de concepción junto a los autores y los editores, para cuestionarse los mecanismos narrativos y no solo los formales que tradicionalmente le asignan.¹⁵

Se pueden describir cuatro mecanismos estructurales o narrativos: *uncover*, el prólogo visual, el intercambio de piezas y la fluidez.

— *Uncover*. Es un concepto que significa que la cubierta desaparece o no existe. Tradicionalmente distinguimos entre la cubierta y el interior de una publicación. Son dos piezas que funcionan de manera distinta, estructural y significativamente. Hay un corte, una separación clara entre una y otra. La cubierta identifica y sintetiza un contenido. Si el catálogo no tiene cubierta, físicamente puede quedar desprotegido, pero no por ello deja de quedar identificado gráficamente. La representación exterior la asume el interior, y se produce un efecto de transparencia: accedemos directamente sin pasos inter-

▼ Fragmentación y reordenación. El contenido se explica a partir de tres puntos de vista y tres recorridos diferentes. Kubo, M. (ed.) et al. *Seattle Public Library. OMA/LMN, Verb Monograph 3*. Barcelona: Actar, 2005. Diseño: Ramon Prat.



14 Poyner, R. *No más normas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003, p. 118.

15 Mau, B. *Life Style*. Londres: Phaidon, 2000, p. 340.



▲ Secuencia visual al inicio del catálogo. OMA; Koolhaas, R. y Mau, B., *S,M,L,XL*. Rotterdam: 010 Publishers, 1995. Diseño: Bruce Mau.

medios, sin interpretaciones; empezamos a “leer” desde la cubierta.

Hay varias acciones que pueden describir el uso de este mecanismo: la eliminación, cuando no hay materialmente ninguna cubierta; el camuflaje, cuando la primera página del interior pasa a la cubierta; la transición, cuando la portada es el primer *frame* de una secuencia hacia el interior; y la suplantación, cuando la cubierta incorpora un tipo de contenido que normalmente encontraríamos en el interior (índice, introducción, créditos, etc.).

— El prólogo visual. El catálogo se abre con un prólogo visual construido con elementos gráficos o fotográficos en una secuencia de varias páginas. Este mecanismo tiene un componente muy cinema-

tográfico por su carácter visual y narrativo. Intenta trasladar al lector, más que una idea, una situación, contexto o ambiente que nos inicie en el contenido del libro. Como secuencia, tiene un carácter envolvente y crea una transición fluida entre el impacto de la cubierta y las primeras páginas introductorias. El prólogo puede incluir la cubierta como inicio de la secuencia.

— El intercambio de piezas. Este mecanismo altera el orden de aparición de los distintos tipos de contenidos, respecto a cómo se ordena en el catálogo clásico lo estructura “prólogo/corpus de obra/epílogo” (*front/body/back* en inglés) y se recompone para una nueva lectura. Las piezas también se pueden fragmentar previamente en subpiezas con vistas



▲ La secuencia de imágenes muestra un carácter fluido. Müller, L. (ed.), *Freitag*. Baden: Lars Müller Publishers, 2001. Diseño: Lars Müller y Sandra Neumaier. Fotos: Sandra Neumaier.

a conseguir ritmos y lecturas más dinámicas. Otro de los objetivos es dar relevancia a determinados paquetes de contenido en la secuencia narrativa.

Este tipo de alteración global afecta al conjunto del catálogo y obliga al diseñador a trabajar desde el conjunto y no en el detalle. El diseñador desempeña el papel de editor, trabajando en el control del ritmo, la frecuencia y la intensidad de la aparición de los contenidos en la secuencia general; incidiendo más, en resumen, en la cuestión estructural que en la formal. El proceso de trabajo se basaría aquí en el *storyboard*, con una clara referencia cinematográfica.

La alteración puede reforzarse si va acompañada del uso de recursos formales y físicos, como el hecho de destacar gráficamente los cambios, indicarlos con formatos distintos o imprimirlos en papeles de diferente gramaje, calidad o color.

— **Fluidez. Disolución del concepto “catálogo”.** La acción de este mecanismo va en dirección opuesta a la del anterior, pero con la misma actitud radical. Aquí se trabaja para conseguir la desintegración de la estructura organizativa —hasta llegar incluso a su desaparición—, para disolverse en una lectura continua. El conjunto pierde jerarquía, pero gana unidad. La narración no tiene pausas y en algunas páginas adquiere importancia la intensidad y el efecto sorpresa.

Este mecanismo parte de cierta hibridación tipológica, porque formalmente aprovecha configuraciones que encontramos en otros tipos de libros, como la novela, o en otros dispositivos comunicativos, como la conferencia, donde lo importante es la continuidad del discurso. En el caso del cine también encontramos como referencia una técnica similar: la toma continua sin cortes.

Mecanismos compositivos

*Ya no quedan imágenes simples. El mundo entero es demasiado grande para una sola imagen. Nos hacen falta varias, una cadena de imágenes.*¹⁶

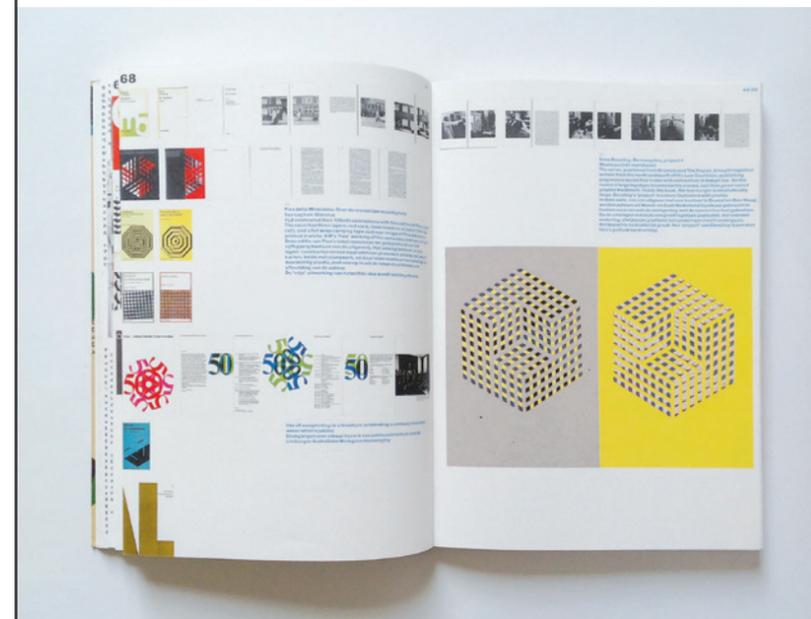
JEAN-LUC GODARD

La evolución del diseño gráfico desde el nacimiento de la era digital se ha visto inexorablemente acompañada por el lenguaje que ha derivado del entorno gráfico de los programas informáticos. Paletas de trabajo, menús, barras de herramientas, escritorio, fondo de pantalla, carpetas, etc. se han incorporado de una manera fluida a la composición gráfica, hasta originar en ciertos momentos tendencias significativas (la letra pixelada o el subrayado del hipervínculo, por ejemplo). Por comparar, se podría llegar a equiparar el formato de la pantalla con la doble página de un catálogo. También el lenguaje informático ha entrado con naturalidad en el trabajo cotidiano del diseñador. Hablar de “capas”, “navegación”, “ví-

culos”, “multilecturas”, “flujos”, etc. en un entorno digital como el de la publicación impresa forma parte ya de la normalidad. Esto no hace sino reforzar la idea de la “remediación” entre medios.

Los cuatro mecanismos compositivos descritos a continuación —heterogeneidad, capas, navegación y multirretícula— son en gran parte resultado de esta influencia ejercida por los entornos digitales. Uno de los cambios más importantes producidos ha sido la progresiva tendencia a la fragmentación que han sufrido los contenidos. Las imágenes y todo el conjunto de elementos gráficos que acompañan el texto han adquirido el protagonismo, lo cual ha dado lugar a un cambio de jerarquías y la aparición de lecturas múltiples. Desde el punto de vista de la recepción por parte del lector, la lectura —textual y visual— se ha vuelto compleja y ha perdido unidad, y esto requiere un público cada vez más especializado y habituado a toda suerte de cambios.

▼ Heterogeneidad de contenidos conviviendo simultáneamente. Martens, K., *Printed Matter*. Londres: Hyphen, 1996. Diseño: Jaap van Triest/Karel Martens.



— **Heterogeneidad.** La heterogeneidad hace referencia al hecho que la representación de contenidos es múltiple y diversa.

La imagen única ya no explica un proyecto, ahora hacen falta muchas. Las obras o proyectos se podrían representar con una sola imagen que automáticamente era el resultado de la obra acabada. Dicha imagen se erigía de alguna manera en icono, la imagen-síntesis que formaba parte de la memoria. Pero a partir de los años noventa del siglo pasado empezó a adquirir fuerza la idea del proceso en el proyecto creativo: ya no es tan importante la obra acabada como todo el trabajo desarrollado por el autor para llegar al resultado final. Esta parte del proceso se valora, se explica y se muestra, y acaba conviviendo con las imágenes “finales”.

Esto coincide con la multiplicación de la imagen en numerosos canales y plataformas y la accesibilidad y capacidad que tiene cualquier persona para tomar instantáneas, editarlas y distribuirlas. Un proyecto se describe a través de tantas imágenes y tantos lenguajes gráficos diferentes como personas haya implicadas en él. Todo el mundo aporta imágenes y todas son válidas. Esta acumulación y diversidad de fuentes se refleja en las páginas de todo tipo de ediciones, de tal forma que una imagen ha pasado de ser referencia única y fundamental en el espacio que ocupa la página a ser un *frame* de una secuencia de imágenes, un fragmento de una historia visual.

— **Capas.** Las capas pueden responder a distintas clases de contenido que ocupan simultáneamente el espacio de la página. Pueden vincularse con varias voces dentro de la narración, como los personajes de una película, y establecer roles protagonistas y roles secundarios o, dicho de otro modo, aparecer en primeros y segundos planos. Esto puede verse expresado a través de estilos gráficos, recursos técnicos o *layouts* diferentes.

Las capas ayudan a crear discursos paralelos y, en algún caso, independientes y no directamente relacionados. El diseño de la maqueta a partir de la retícula, la definición de los blancos y el uso de la tipo-

¹⁶ Jean-Luc Godard, citado en “Image, Time and Motion. New Media Critique from Turkey, Ankara (2003-2010)”. *Theory on Demand 7*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2011.

grafía tienen un papel fundamental para enfatizar el valor de cada uno de los elementos del contenido.

Las capas de contenido pueden interferirse mutuamente mediante la ocultación, el solapamiento o la transparencia, o pueden disponerse de manera simultánea para crear lecturas paralelas o independientes.

— **Navegación.** El término “navegación” —en una acepción ya establecida popularmente— describe la capacidad de enlazar lecturas entre sitios web, a través de los vínculos o hipervínculos. Tradicionalmente, el catálogo ya incorporaba información que permitía una mínima localización, como el número de página o la referencia al capítulo. Sin embargo, en la navegación o en los “sistemas de navegación”, este tipo de elementos gráficos, que antes se mantenían al margen de la página con un papel discreto y secundario, adquieren relevancia, mostrándose de una manera gráficamente más expresiva.

La navegación puede reforzar la organización y la clasificación, y ayudar a la orientación visual del lector por las diferentes partes de un catálogo extenso y complejo, a la vez que crea una identidad gráfica para este. El “exceso” gráfico puede generar tensiones de convivencia y de percepción respecto al contenido principal del catálogo.

— **Multirretícula/No retícula.** La retícula sirve de base para estructurar y organizar la composición de los contenidos en la página, describiéndole un espacio de trabajo. Ante la posible complejidad de los contenidos, puede imponerse la decisión de tener diferentes retículas o *layouts* en un mismo catálogo. Se puede emplear una sola retícula que admita la fragmentación múltiple o maquetar a partir de retículas diferentes (multirretícula), lo que puede generar, compositivamente, una sensación de segmentación y carencia de unidad.

En cambio, la no utilización de retícula puede dar lugar a composiciones basadas en el ajuste óptico de los elementos y, aplicando la intuición, crear equilibrios visuales en la composición. Omitir la retícula puede suponer no establecer referencias fijas,



▲ Solapamiento de capas. Rovira, X. (ed.), *liquidDocs Bookmagazine_01*, Sònia Gómez. Barcelona: liquidDocs Editions, 2007. Diseño: Xavier Rovira, Rein Steger, Ulises Chamorro. Foto: proxi.



▲ Navegación que utiliza un código de color. Rietwoldt, O. (ed.), *Light years. Zumtobel 2000 1950*. Basilea: Birkhäuser, 2000. Diseño: Irma Boom.



▲ Multirretícula. Gerritzen, M. *Catalogue of Strategies*. Ámsterdam: BIS Publishers, 2001. Diseño: NL Design.

desjerarquizar las que teníamos y hacer emerger órdenes compositivos nuevos e inesperados.

Conclusión

Observando cualquier catálogo acabamos reconociendo los rasgos físicos, narrativos o gráficos que posibilitan su configuración, ya que forman parte de su esencia. Lo que hacen los mecanismos descritos en este artículo es subrayar alguno de estos rasgos y contribuir a la definición conceptual del catálogo. En muchos casos, la aparición simultánea de más de un mecanismo da significación al conjunto, pero nunca mediante la acumulación, sino con un uso equilibrado. Así, ninguno de los catálogos estudiados queda definido por más de cuatro o cinco mecanismos a la vez. El empleo prudente de uno o más mecanismos ayuda a ver con qué conceptos clave se ha diseñado un catálogo, en tanto que el uso

indiscriminado puede producir una cierta sobredosis de diseño.

Una vez descritos todos los mecanismos, se observa que son los matéricos y los estructurales los que se alejan más de la concepción tradicional de diseño del catálogo visual, entendida a partir de la composición gráfica bidimensional. Estos tipos de mecanismos potencian soluciones que buscan la concepción del catálogo como “objeto-producto” —y no tanto como “objeto-gráfico”— y como “artefacto” narrativo. Esto puede posicionar el catálogo favorablemente para competir con dispositivos de otras disciplinas de la creación y la comunicación que utilizan los mismos códigos o configuraciones, evitar que pierda visibilidad en un mercado cultural densificado en su oferta y garantizar su perdurabilidad en un contexto que cuestiona su futuro.