

## Los ojos de Daniel Gil: la cubierta del libro un espacio preferente para el diseñador <sup>1</sup>

Rosa María Rodríguez Mérida. España

### El diseño editorial como proyecto creativo

En la práctica del diseño editorial la cubierta del libro representa el primer contacto visual del espectador con el producto. De ahí que en su proceso de creación se le conceda espacio y tiempo a la hora de determinar los aspectos formales y estéticos que determinarán su carácter. En algunos casos este carácter será puramente funcional mientras que en otros presentará características más subjetivas. Ello dependerá de la postura del propio diseñador frente al concepto de diseño.

Desde nuestro punto de vista entendemos que tal responsabilidad conlleva entender el diseño como proyecto creativo que integra la libertad creadora y la funcionalidad del propio objetivo, teniendo presente como máxima la implicación del diseño en la comunicación social y cultural.

Como señala José María Cerezo<sup>2</sup>, en este proceso creativo el diseñador da respuesta a las demandas del cliente pero a su vez también se pregunta qué diseñar, cómo diseñar y cuándo diseñar; aunque quizás la más importante de estas preguntas sería una no cuestionada ampliamente: por qué diseñar. Para Cerezo el diseño es un asunto de naturaleza conceptual, del que a veces resulta difícil descubrir su origen, fundamento y cimiento inmaterial donde lo más importante no es, en primer término, qué respuestas ofrece el diseñador, sino qué preguntas se hace. Las respuestas a todas estas cuestiones de manera adecuada tendrán un resultado óptimo, tanto técnica como formalmente, y de no ser así 'el descalabro' —en palabras de Cerezo— estaría asegurado. Por eso, el autor habla de la buena conceptualización del problema para la obtención de resultados óptimos:

(...) el diseño entendido como una actividad humana (no precisamente renacentista), globalizadora, panorámica, suficientemente abierta como para percibir el encargo de diseño como una parte de los problemas de su cliente y dentro del escenario de su cultura coetánea. Sólo de este modo puede el diseñador plantearse el proyecto desde cero.

Pero a la vez el diseñador siempre ha estado en los límites de la comunicación y el arte, entre la publicidad y el mensaje, la técnica y lo manual, la subjetividad y el estilo, etc. José María Cerezo<sup>3</sup> considera que hay diseñadores más técnicos, cercanos a la ciencia, que realizan operaciones estructuradas obteniendo resultados óptimos que alejan casi por completo la posibilidad del fracaso o éxito basado en el gusto. La racionalidad del concepto impide el paso a la subjetividad, frente a aquellos que sí consideran tenerla en cuenta en su trabajo imprimiendo un estilo personal.

La actuación del diseñador ante al proyecto editorial puede estar vinculada sólo a la creación del

exterior del libro definido por la cubierta o bien a su interior. Es decir, la maquetación o en otros casos al proyecto íntegro de creación del estilo gráfico editorial. Ello dependerá del tipo de proyecto, grado contractual de la editorial con el diseñador o tipo de colección de que se trate.

Normalmente cuando se refiere a libros de narrativa, ensayo o poesía, las competencias del diseñador gráfico se centran en la cubierta de colección, estableciendo el estilo gráfico del interior y definiendo las características específicas de la edición: tipografía, márgenes, interlineado, tipo de papel, etc. para las sucesivas publicaciones dentro la misma colección. Estas funciones de creación y desarrollo del proyecto editorial recaen en la figura del director de arte, que trabaja en colaboración con un equipo de diseñadores gráficos los cuales proyectan sus ideas en la maquetación de cada libro atendiendo a las directrices diseñadas por él. La cubierta normalmente es competencia del director de arte en cada una de las distintas publicaciones y básicamente comprende portada, lomo y contraportada; en algunos casos se pueden incluir diseño de las solapas.



Rosa María R. Mérida. Cubierta de libro perteneciente a la colección Biblioteca de Bolsillo de la Editorial Universidad de Granada.

Desde los inicios del siglo XX, la cubierta ha significado el espacio preferente del libro. Para Enric Satué "el diseño de cubiertas de libro cronológicamente moderno, es decir, con imágenes fotográficas a todo color, se inicia en España a finales de los años cincuenta y primeros sesenta y son sus pioneros, respectivamente, Daniel Gil en Madrid, con Alianza Editorial, y Jordi Fornas en Barcelona, con Ediciones 62"<sup>4</sup>.

Como apunta Anna Calvera<sup>5</sup>, fueron las cubiertas de libros, sobre todo las realizadas después de la Ley de Prensa de 1966 que permitía el desarrollo del sector del libro —debido a la renovación de los fondos editoriales y la aparición de la industria editorial—, las que recogieron el testigo de la experimentación gráfica. La obra de Jordi Fornas y sobre todo el trabajo de marcar estilo e identidad visual en el diseño de Daniel Gil para Alianza, consiguieron definir el concepto de libro que se adecuaba a la nueva industria editorial.



Daniel Gil. Imágenes de portadas objetuales para Alianza Editorial.

Una manera nueva de entender la profesión de diseñador como "investigación expresiva de la gráfica en su doble condición de ser un factor de cultura y un instrumento comunicativo eficaz ante una finalidad concreta"<sup>6</sup> fue compartida por diseñadores coetáneos a Daniel Gil, como es el caso de Josep Pla-Narbona. Amigo del ilustrador, cartelista y diseñador Armand Doménech, y discípulo de Ricard Fábregas, Pla-Narbona ha trabajado en el mundo editorial creando colecciones y llevando la dirección artística de editoriales como Destino, Noguer o Alfaguara, paralelamente a su trayectoria como artista plástico.

Siguiendo esa estela, cabe destacar a su vez la figura de Alberto Corazón en la década de los años setenta, miembro fundador de los equipos editoriales de Ciencia Nueva, Comunicación y Alberto Corazón Editor, a la vez que director de arte. Corazón supo dar un estilo arriesgado e inconfundible a las cubiertas de estas editoriales al igual que a las de Visor, Anaya, Ariel y Grijalbo con un grafismo directo, colorista y deslumbrante<sup>7</sup>. Con un estilo caracterizado por el uso de fotografías de alto contraste, tipografías de imprentilla, colores negros y tenebristas de los que surgían a su vez multicolores chillones, Corazón conseguía una imagen de cubierta de un gran efecto estético<sup>8</sup>.

Otros diseñadores como Diego Lara, Yves Zimmermann o Eric Satué establecieron colaboraciones gráficas con editoriales emblemáticas como Siruela, Gustavo Gili y Alfaguara respectivamente, con propuestas arriesgadas como en el caso de Enric Satué que apostó valientemente por la desnudez de la tipografía en la cubierta frente a la colorista imagen fotográfica que predominaba en la comunicación publicitaria del momento.

Nuestro interés se centra en la obra de Daniel Gil, por su coherencia discursiva y la constante búsqueda experimental en el ámbito artístico lo que demuestran su continua preocupación por la información cultural, lingüística y visual donde 'la marca' de sus objetos posibilita la reflexión hacia nuevos modos de ver el diseño gráfico editorial y la función del diseñador como difusor de ideas. De ahí que Daniel Gil trabaje las portadas como un espacio de expresión plástica donde el

objeto cotidiano, construido o ensamblado, es artísticamente concebido como elemento gráfico comunicacional.

### Los ojos de Daniel Gil

Al hablar de los ojos de Daniel Gil no nos referimos a la fisonomía de su cara ni al aspecto propiamente físico de dichos órganos. Queremos hablar por un lado de su mirada, siempre perspicaz en la creación de cubiertas de libros y por otro de la mirada del espectador, la nuestra, hacia aquellas portadas en las que nos encontramos imágenes donde el ojo, tal cual, forma parte de la composición de su obra gráfica.

Una obra estudiada, pensada y creada con esa **mirada** siempre dirigida hacia el arte y más concretamente hacia las vanguardias artísticas. De este modo, el dadaísmo, el surrealismo o el pop son para Daniel Gil referencia casi obligada para su proyecto creativo como diseñador gráfico editorial.

Durante toda su dilatada trayectoria profesional en Alianza Editorial su manera de ver los objetos cotidianos como *ready-mades* y los fragmentos del cuerpo, vistos a su vez a modo de objetos, nos informan de su capacidad conceptual para la creación artística trasladada al espacio bidimensional de la portada de un libro.

A través de estos objetos encontrados, intervenidos o ensamblados ya sean *ready-mades* puros, surrealistas, o en clave pop, Daniel Gil consigue dotar de un carácter global corporativo a toda su producción gráfica impregnada de evocaciones artísticas, que tienen su origen en la descontextualización del objeto cotidiano comenzada por Marcel Duchamp y la yuxtaposición de dos objetos dispares llevada a cabo por los surrealistas.



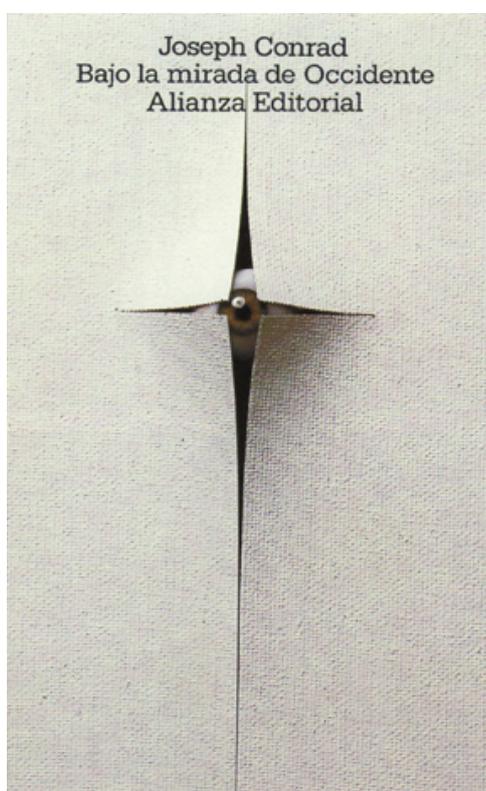
Daniel Gil. Portadas, de izquierda a derecha, con *ready-mades* puros, surrealistas y en clave pop.

A su vez, la presencia de fragmentos corporales, como ojos, manos, piernas o cabezas, tratados a modo de esculturas desde una concepción surrealista representan por un lado la huella de identificación de una persona y, por otro, una imagen de mayor amplitud de significado, la propia realidad interior. En el caso que nos ocupa encontramos, por ejemplo, el ojo como elemento globular que se transforma en las portadas de Daniel Gil en una serie de combinaciones metafóricas produciendo infinitas imágenes que a veces sustituyen a otros objetos globulares como el sol, las células o las lágrimas.

En este sentido, la *Historia del ojo de Bataille*, concebida como una acción metafórica, es literalmente la historia de un objeto, el ojo, y todo lo que le ocurre a lo largo de la narración,

aunque dicha narración —como señala Rosalind Krauss<sup>9</sup>— carezca de un punto de partida y un sentido. Esta novela resulta importante para el estudio de las portadas de Daniel Gil, así como equiparable a la *Bola en suspensión*, de 1930-31, o a *Púa en el ojo*, 1932, de Giacometti, o el ojo cortado de *Un perro andaluz* de Luis Buñuel, donde la relación del ojo con lo visible va adquirir un contenido metafórico.

Si escogemos las portadas de Daniel Gil, *Bajo la mirada de occidente*, de J. Conrad y *Panorama de la biología contemporánea*, de A.L. Lehninger, A.J. Marshall, W.M. Court Brown y otros, se produce en ellas una metáfora de la visión como actitud fisiológica y como emblema a la hora de cambiar el caos en cosmos. En el primer caso, el globo ocular es el órgano que nos permite ver que el mundo está dotado de visibilidad pues mira al espectador y le devuelve la mirada a través de la fractura del lienzo. Es como uno de esos "voyeurs, cuyo placer sexual está en los ojos"<sup>10</sup>. Este ojo mira y observa sin ser visto, percibiendo la distancia entre él mismo y el resto del mundo. En esta portada de Daniel Gil nos recuerda que con el ojo vemos el mundo pero al mismo tiempo comprendemos que estamos siendo observados y amenazados por él: "el juego de la mirada tiene un carácter biunívoco, es un revelador recíproco del que mira y del que es mirado"<sup>11</sup>.



*Bajo la mirada de occidente*, Joseph Conrad.

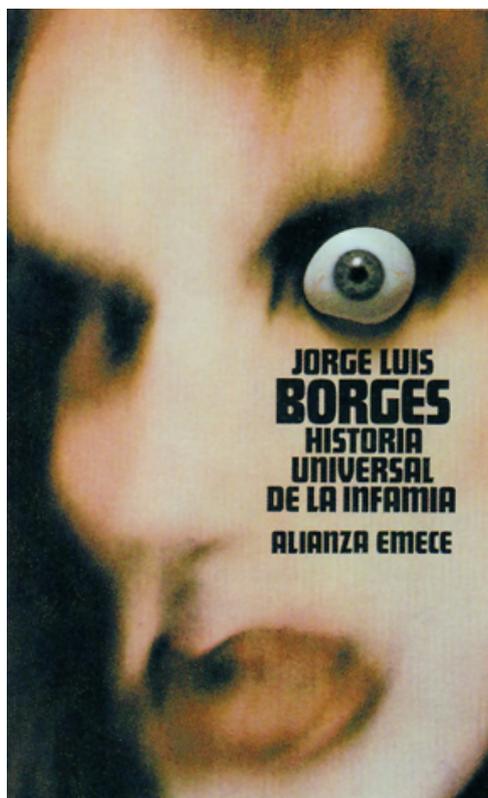
Como nos dice José Miguel G. Cortés<sup>12</sup>, el ojo es también el más intelectual de nuestros cinco sentidos, ya que constituye el símbolo universal del conocimiento, emblema del proceso mental; y así lo concibe Daniel Gil para la portada de *Panorama de la biología contemporánea*. En la que la célula, representada por el huevo, es personificada con la incorporación del ojo. Pero, también, la fisiología del ojo se parece al huevo. Como diría Bataille los huevos parecen ojos "porque, además, los huevos, a la vez que ojos, son también recipientes"<sup>13</sup>. Con Marcel Broodthaers podemos ver esta relación tanto en *La torre visual*, de 1966, construida con imágenes de ojos, o en tantas de sus obras en las que es el huevo simboliza el globo ocular, como en *Armario blanco y mesa blanca*, 1965.



*Panorama de la biología contemporánea*, A. L. Lehninger, A. J. Marshall, W. M. Court Brown y otros.

Daniel Gil no duda en asociar estos dos conceptos en uno, introduciendo un ojo dentro de un huevo, provocando una redundancia visual metafórica del ojo. El huevo contiene un sentido permanente de visión, por ello, Bataille establece una doble variación en relación a la forma: "la clara era el blanco del ojo, y lo amarillo la pupila. Según ella, la forma del ojo era la del huevo"<sup>14</sup>. Un solo ojo, poderoso, vislumbra inquisitivo el infinito, puesto que el delicado tratamiento de su color y la textura sutil de la cáscara aluden a algo humano; sin embargo, su posición y tamaño tienen algo de perverso, como la figura mítica del cíclope con su único ojo, un rasgo evidente de su animalidad. La mirada de este ojo en la portada de Daniel Gil se proyecta hacia el exterior atrayendo al espectador, a la vez que se siente repelido por él.

Daniel Gil es conocedor de que los ojos tienen un carácter dual. Por un lado, representan la marca de identificación de una persona y, por otro, significan la propia realidad interior. Para la portada de *Historia universal de la infamia*, de Jorge Luis Borges, Gil escoge una imagen de un rostro borroso al que añade un ojo en una de sus cuencas vacías. Un ojo estrábico desde el cual el espectador se siente vigilado por la mirada infame que fascina y seduce a la vez que mata y expresa de forma mágica sentimientos de intriga, maldad y sospecha, acercándonos a la realidad interior de los personajes protagonistas de la novela borgiana, la cual nos brinda un ingenioso panorama de maldad en diferentes medios culturales.



*Historia universal de la infamia, Jorge Luis Borges.*

El iris observa con una profunda mirada incisiva que provoca inquietud. Bataille vincula el ojo con la mutilación y con la muerte: "necesito inmediatamente el ojo, arránquelo. Sir Edmond, sin inmutarse, cogió de una cartera un par de tijeras, se arrodilló y cortó la carne; luego hundió los dedos en la órbita y extrajo el ojo"<sup>15</sup>. Daniel Gil nos presenta esta mutilación ocular del rostro, con una cuenca vacía, que se enfrenta a la oscuridad, y otra llena con un globo ocular casi arrancado de su propia órbita, una metáfora de la muerte y el miedo a la castración.

El ojo se convierte en un arma agresiva como vemos en muchas imágenes del surrealismo donde protagoniza escenas dramáticas, hirientes y punzantes. Por ejemplo en la obra de Giacometti, *Púa en el ojo*, de 1932, remite al universo de ideas de significado sexual; o en el maniquí fotografiado por Man Ray, que nos seduce con la mirada triste y amarga del llanto cristalino.

Todas estas composiciones estilísticas pueden ser comparables al juego de asociaciones metafóricas que crea Daniel Gil en sus portadas, en las que el ojo es el símbolo del inconsciente, un lugar de reencuentro entre lo interior y la luz del exterior. *Los ojos* de Daniel Gil son elevados a la categoría de objeto independiente como ya hiciera con distintos fragmentos del cuerpo. Son manipulados, siempre atendiendo a criterios estéticos y artísticos, en aras de adquirir otros significados dentro del lenguaje visual-gráfico para proporcionar, sobre todo, una comunicación directa con el lector-espectador.

Con una constante reflexión y capacidad de síntesis, Daniel Gil nos transmite mensajes de un fuerte potencial expresivo, a través de sus **ojos** donde el receptor-espectador, ante su impacto directo no puede quedar impasible.

---

<sup>1</sup> © de las portadas, Daniel Gil. Con la autorización de Alianza Editorial.

<sup>2</sup> CERREZO, Jose María "Con el arte a otra parte o cómo acabar de una vez por todas con la cultura del diseño", en Calvera, Anna (ed.), *Arte ¿? Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos*, Gustavo Gili, Barcelona 2003, pp. 215-229.

<sup>3</sup> *Ibidem*.

<sup>4</sup> SATUÉ, Enric, *El diseño gráfico en España. Historia de una forma comunicativa nueva*, Alianza Editorial, Madrid 1997, p. 161

<sup>5</sup> CALVERA, Anna, "Pioneros. Notas en torno al nacimiento de una profesión", en *Pioneros del diseño gráfico en España*, Index Book, Barcelona 2007, p. 48.

<sup>6</sup> *Ibidem*. p. 29.

<sup>7</sup> SATUÉ, E. *op cit.* p. 162.

<sup>8</sup> *Ibidem*. p. 164.

<sup>9</sup> KRAUSS, Rosalind E. *La originalidad de la vanguardia y otros mitos modernos*, Alianza Editorial, Madrid 2006, p. 78.

<sup>10</sup> BATAILLE, Georges, *Historia del ojo*, Tusquets, Barcelona 2007, p. 46.

<sup>11</sup> G. CORTÉS, José Miguel, *El cuerpo mutilado. La angustia de muerte en el arte*, Direcció General de Museus i Belles Arts, Conselleria de Cultura, Educació y Ciència, Generalitat Valenciana, Valencia 1996, p. 128.

<sup>12</sup> *Ibidem*. p. 126.

<sup>13</sup> BATAILLE, G. *op. cit.* p. 46.

<sup>14</sup> *Ibidem*. p. 88.

<sup>15</sup> *Ibidem* p. 129.

---

Revista internacional de investigación, innovación y desarrollo en Diseño • ISSN 1889-433 X

Grupo de investigación Lenguaje Visual y Diseño Aplicado • Plan Andaluz de Investigación • E. Politécnica S. • Universidad de Málaga