

Una experiencia retórica: diseño e ilustración de *El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha*

Víctor Manuel Martínez Beltrán
Maestría en Diseño y Producción Editorial
Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco

En la antigua Grecia la retórica era un método para construir discursos verbales que tenían la función de convencer y persuadir a un público. Los retores echaban mano de diferentes recursos (operaciones y figuras retóricas) para lograrlo. En la actualidad todo constituye un discurso: la manera de hablar, la manera de vestir, la manera de gesticular, entre muchas otras, comunican una gran cantidad de información a un público. El diseño y la comunicación gráfica “traducen” enunciados lingüísticos en enunciados visuales y para ello utilizan, a la manera de la antigua Grecia, las operaciones y figuras retóricas. Este artículo plantea una forma en que se han utilizado esos recursos para la creación de ilustraciones y el diseño editorial de una versión del conocidísimo libro *El ingenioso hidalgo Don Quijote de La Mancha* de Miguel de Cervantes.

Palabras clave: Retórica | Operaciones retóricas | Preguntas | Lugares comunes | Ilustración | Figuras retóricas | Discurso | Diseño de página | Tipografía.

In ancient Greece, Rhetoric was a method for constructing verbal discourses so as to convince and persuade a public. The rhetors use different resources (rhetorical canons and audience appeals) in order to achieve it. Nowadays everything is a discourse: the way we talk, what we wear, how do we gesticulate, and many others convey a lot of information to a public. Design and Graphic communication “translate” linguistic sentences into visual ones by the use –similarly to the ancient ways in Greece– rhetorical canons and audience appeals. This article shows a way in which this resources have been used for the editorial illustration and design of a version of The Ingenious Hidalgo Don Quixote of La Mancha by Miguel de Cervantes.

Key Words: Rhetoric | Rhetorical canons | Questions | Common places | Illustration | Audience Appeals | Discourse | Page Design | Typography.

Debo empezar este ensayo admitiendo que en el método de trabajo que utilicé para la solución de problemas de comunicación gráfica he ocupado operaciones retóricas sin saberlo. Desde hace poco más de veinte años me dedico al diseño y la comunicación gráfica en varias modalidades (ilustración, editorial, identidad, etc.) y en todo este tiempo, la *inventio*, la *dispositio*, la *elocutio* y el *actio* han estado presentes, una y otra vez. Sin embargo, es hasta hace relativamente poco –a partir de que he combinado mi trabajo de diseño con la docencia– que conozco sus nombres y funciones específicas, sus relaciones intrínsecas y la forma como operan en la creación de discursos de comunicación visual. Con esto quiero decir que aunque en un texto teórico, la retórica parezca ser un arte (o más bien una *tekhnè*: arte y técnica) antigua, perteneciente a un pasado remoto y exclusiva del campo de la literatura y, por ende, poco aplicable al campo gráfico, ocurre todo lo contrario. La retórica, sus operaciones y figuras, constituyen el día a día en la vida profesional del diseñador y, hasta me atrevería a decir, también en la vida cotidiana de cualquier persona.

La retórica es un arte tan vivo que cada una de nuestras acciones (*actio*) se vuelve parte de un discurso muchas veces no consciente. La forma como nos expresamos, la forma como hablamos y como nos comportamos ante diferentes situaciones e incluso en aspectos tan básicos como sería el vestir, constituyen en sí un acto de carácter retórico y que, como en un complejo engranaje, deben ser (estas acciones y palabras) coherentes entre sí y entre cada una de sus partes.

Para demostrar que la retórica es un elemento cotidiano dentro del diseño y la comunicación gráfica, utilizaré un caso específico de un proyecto de carácter editorial en el que las operaciones retóricas, en especial la

inventio y la *dispositio*, desempeñaron un papel relevante para poder llevar a cabo una empresa como ésta.

Casi al inicio de mi trabajo profesional como diseñador e ilustrador, un editor y empresario nos propuso a mi entonces socia y a mí, ilustrar una nueva versión de *El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha*, libro hartamente conocido y hartamente publicado.

Para poder iniciar cualquier proyecto de comunicación gráfica el ilustrador o diseñador debe responder y responderse varios interrogantes que van a delimitar su campo de acción para poder así llegar a un resultado adecuado del proyecto. En el libro *Escencia y objeto de la retórica*, Antonio López Eire describe los interrogantes fundamentales para elaborar un discurso retórico y que son perfectamente aplicables a un discurso de comunicación visual. Las preguntas a responder son: *quis?*, *quid?*, *quibus auxiliis?*, *cur?* y *quomodo?*, a las que habrían de añadirse *ubi?* y *quando?* o bien, en español: ¿quién?, ¿qué?, ¿con qué medios?, ¿por qué/para qué?, ¿con qué medio/cómo?, ¿dónde? y ¿cuándo?

Un cuestionamiento similar es el que yo me hice y, a su vez, hice a mi cliente para poder orientar una (“la mejor”) de las muchas soluciones posibles dentro de la ilustración. Por su parte, mi cliente, y esto es un comportamiento o *ethos* muy común en el medio del diseño, no tenía claras algunas de las respuestas a las preguntas; de esta forma, digamos que yo tenía un gran campo ante mi vista donde aún no estaba nada claro (una sensación similar a las *casillas vacías* que deben ser llenadas ante *el lugar común*). Quizá lo que sí estaba claro era una enorme cantidad de posibilidades para crear soluciones, pero ninguna era concisa.

En las entrevistas con el cliente, que fueron varias y en las cuales en forma no muy clara yo iba obteniendo pistas de lo que se pretendía con la publicación, pude obtener algunas respuestas. ¿Qué? Ilustraciones para una nueva edición de *El Quijote*. ¿Cuántas? Una por capítulo y la de la portada. ¿Con qué medios? Aquí la respuesta era un espacio muy vasto, ya que el cliente sugería colorear digitalmente las conocidísimas ilustraciones de Doré, acción que consideramos poco creativa y hasta desleal e ilegal en cuanto a los derechos se refiere. A manera de contrapropuesta, sugerimos elabo-

rar ilustraciones a partir de mezclar técnicas y discursos visuales.

La pregunta ¿para qué? resulta ser la cuestión clave y quizá fue la que más trabajo costó responderse. El cliente solamente proporcionó información acerca de lo que quería, pero no tenía muy claro –o al menos así lo expresó– a quién iba a estar dirigida esta nueva edición de un libro tan conocido y reproducido. Solamente pude saber que se pretendía una edición “novedosa” (un lugar común, *lo nuevo como mejor que lo antiguo*), que además, era importante que la ilustración fuera hecha por gente joven y, por último, que la edición sería una coedición con un organismo gubernamental (en un principio el INEA y finalmente fue el gobierno del estado de Guerrero). El ¿cuándo?, como es habitual en el medio, debía responderse casi de inmediato (en el entendido que “el proyecto urge”), para así tener una propuesta concreta, ya que se dependía de presupuestos otorgados anualmente.

Desde este punto, la utilización de operaciones retóricas es más que evidente y se comenzó desde la tópica entendida a partir de la explicación de Roland Barthes: “de un tema (*quastio*) en el que el orador (en este caso específico, el ilustrador) deberá “pasear” el tema a lo largo de este “casillero vacío” del que surge una idea posible, una premisa”.¹ Pero no sólo eso. En este caso, debimos partir de la observación y el análisis de “lugares comunes” (no en el entendido denostativo del habla popular, sino como también dice Barthes: “lugares formales, generacionales [...] donde la generalidad da la característica de verosimilitud”).²

La observación de los “lugares comunes” que un público receptor “amante de la literatura clásica y la cultura” (otro lugar común) conoce o ha conocido del Quijote incluyó varias películas, entre las que se destaca *El hombre de la Mancha*, protagonizada por Peter O’Toole y Sofía Loren en los años setenta, los grabados de Doré, los dibujos elaborados por Picasso,

1. Roland Barthes, “La retórica antigua”, en *La Aventura semiológica*, 2ª ed., Editorial Paidós, Barcelona, 1993, p. 180.

2. *Ibid.*, p. 185.

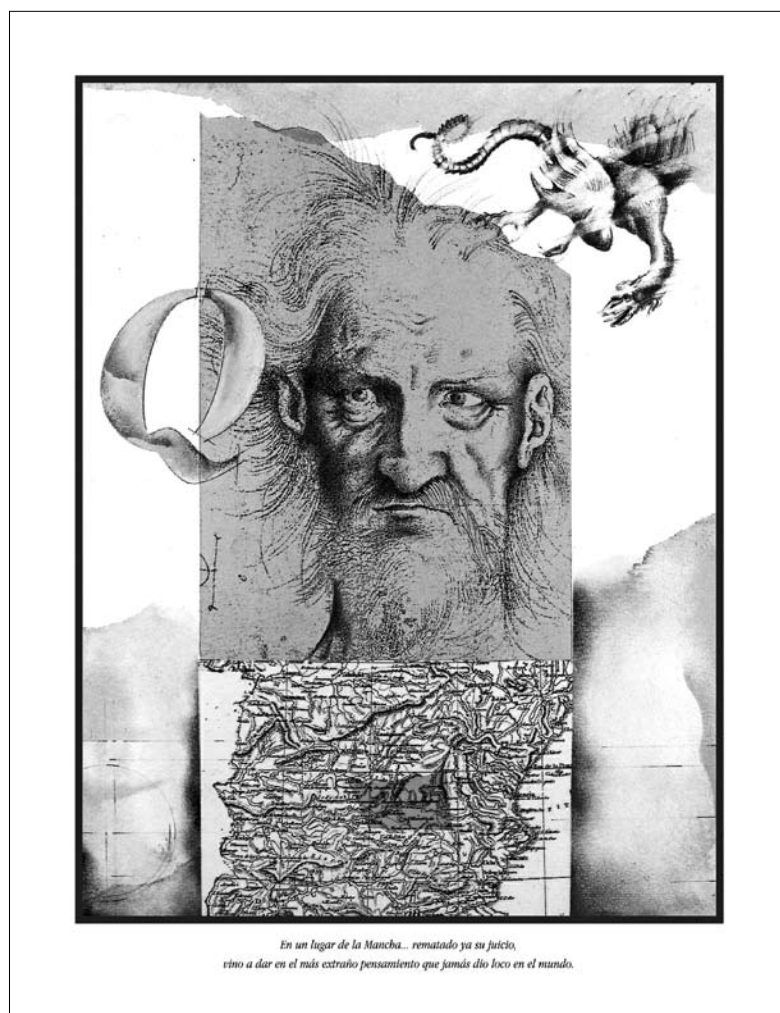


Figura 1. Ilustración para el capítulo 1, parte primera.

los remedos de pinturas de Arcimboldo afuera de las estaciones del metro de la Ciudad de México y también una serie de dibujos en los que Alonso Quijano ha sido transformado en un guerrero samurai en una versión japonesa del libro.

Con todo este bagaje visual establecido a partir de observar y analizar distintos tópicos, la construcción de las ilustraciones no podría haberse completado sin la lectura de cada uno de los capítulos, del que, a su vez, se extrajo una escena completa, o bien algún o algunos de los elementos significativos del texto. Por ejemplo, en la ilustración para el “capítulo 1 de la parte primera”, realizamos una interpretación propia del personaje de Alonso Quijano/Quijote, a partir tanto de la descripción que hace Cervantes del personaje como de la imagen construida popularmente mediante un lugar común (*locus*), al que se refiere Aristóteles y que se cita en el texto de Barthes: “el lugar (*locus*) es una

asociación de ideas, de un condicionamiento, de un adiestramiento, de una mnemónica”.³ Entonces, la imagen resultante obedece tanto a una interpretación personal nuestra (generada a partir de la *inventio* y de la *dispositio*), como a lo que el lector ya *conoce* y *reconoce*. Es un lugar común construido a partir de la imagen harto conocida del Quijote (generada, entre otros, por medio de películas, obras de teatro, ilustraciones, grabados, cuadros decorativos), añadiéndole una serie de elementos que sirven como refuerzo a la imagen central: un mapa antiguo de España (para denotar la idea de antiguo y clásico), en el que se ha señalado la región de la Mancha (lugar de origen y escenario de El Quijote), además de la figura de un monstruo/dragón (hay que recordar que Quijano “pierde la razón” por haber leído libros de caballería, y en la imaginaria popular los caballeros armados combaten fieras fantásticas, como en la figura de San Jorge combatiendo al dragón que representa el mal y el demonio). Esta primera imagen tiene un *ethos* onírico porque el personaje de Quijano se proyecta imaginariamente en la figura del Quijote como caballero andante y “desfacedor de entuertos”.

La idea que subyace a las ilustraciones –al no haberse identificado claramente un público receptor específico del libro– era generar impacto visual y, a su vez, provocar una serie de cuestionamientos acerca del *por qué* y el *para qué* de las imágenes y la relación que guardaban con cada capítulo.

Al leer el texto, el lector podría entonces encontrar dichas relaciones para así descifrar el “código” visual de cada imagen. La pretensión de las ilustraciones era más de un *ethos* interpretativo que descriptivo (este carácter descriptivo, casi fotográfico, es palpable en los conocidos grabados de Doré, en que se “retrata” lo que describe el capítulo). Esta nueva propuesta de ilustración se tornaría provocativa y, en algunos casos, inclusive iconoclasta, con una visión muy propia de finales de siglo, pero a la vez incluyente, pues había cabida para técnicas y figuras retomadas de “la gran

3. *Ibid.*, p. 183.

historia del arte” (un lugar común más), en la que aparentemente, no importan el tiempo ni el espacio.

Un segundo ejemplo en el que se alude al concepto incluyente arriba descrito, es el “capítulo 3 de la parte primera”, en el cual Don Quijote conoce a “la sin par” Dulcinea. En esta imagen conviven elementos extraídos directamente del texto con algunos tomados de otros lugares: el retrato de Dulcinea es la imagen del rostro de Sophia Loren (que decidimos incluir a manera de *guiño al lector* a partir de la película que vi en mi niñez por ahí de 1974); un par de terrosas imágenes de mujeres (las “mozas de partido” de las que habla el texto) en las que, además de la obvia relación *mujeres=mozas*, los tonos ocres de las imágenes aluden a la región de La Mancha, cuyo paisaje se caracteriza por la falta de vegetación y el exceso de tierra. Además, dentro de la imagen, hay una carta de la baraja española con una espada, y la carta tiene varias funciones: la baraja representa el juego de cartas que se llevaba a cabo en la venta, así como *lo español*, mientras que la imagen de la espada alude a las armas que veló Don Quijote en ese lugar. La elección de los elementos para crear la imagen no es otra cosa que la aplicación de figuras retóricas, como lo explica Antonio Rivera en el libro *Retórica para el diseño gráfico*: o sea el uso de metonimias espaciales de *contenido por continente* (baraja española por España), de *instrumento por usuario* (baraja española por la venta), de *textura y color por objeto y lugar* (colores y texturas terrosas por la región de La Mancha), e inclusive el uso de bromas locales o anécdotas personales (como la imagen de Sophia Loren por Dulcinea), que si no se conoce su motivo, tampoco resultan relevantes a la hora de entender toda la imagen.

La lógica que imperó en la construcción de las ilustraciones y su *ethos* (como “atributos del orador” según lo explica Barthes) siempre estuvo dentro de la misma línea: imágenes *atractivas* (otro lugar común), desconcertantes, cuya finalidad era ser una puerta o una ventana al texto del capítulo en cuestión. Aquí quiero hacer énfasis en que, para construir las imágenes, previamente tuvimos que hacer una lectura de cada capítulo (cosa que hasta ese preciso momento yo nunca había hecho, solamente había leído partes, había visto



Figura 2. Ilustración para el capítulo 3, parte primera.

una película y un par de obras de teatro, así como el trabajo de grabado de Doré en papel y también aplicado en una caja metálica contenedora de galletas). Asimismo, la elección de los elementos constitutivos fue realizada desde la *intellectio*, a partir de imágenes que incluían figuras totalmente referenciales (como caballeros andantes, escudos de armas y armaduras) y también otras no tan referenciales y más contemporáneas (como máquinas de afeitar, etiquetas de vinos y texturas de papel).

Una vez armado este “arsenal” de imágenes, la elección de técnicas y composición, en lo que a la *dispositio* se refiere, reflejó partes del discurso tanto lingüístico como compositivo, propio de la imagen (como retícula, tensión, equilibrio y puntos de enfoque), en las que se estableció un diálogo entre imagen y texto y a la vez una narración pictórica mediante la rítmica establecida entre imagen e imagen.

No voy a discutir aquí las operaciones y figuras retóricas que usamos en la construcción de todas y cada una de las imágenes; son 126, divididas en dos tomos, por lo que resultaría muy largo y tedioso. Lo que sí quiero poner en evidencia es que, a partir de la *intellectio* (entendida como el cuestionamiento y el subsiguiente análisis de elementos para obtener lugares comunes/tópicos con los que se puede jugar), y de una posterior *dispositio* (en forma de composición y técnica de representación), realizadas de manera ordenada y estructurada, es posible llevar a cabo una actividad tan intensa, como lo fue construir 126 ilustraciones en tan sólo dos meses, a razón de cuatro imágenes por día.

Organizar *intellectio* y *dispositio* nos permite hablar de una *tekhnè* a la manera de Aristóteles. Según Antonio López Eire, ésta es una “institución especulativa para producir lo que puede existir o no”,⁴ es decir, un arte o más bien una técnica aplicable, donde se “coloca primero la estructuración del discurso y repliega al segundo plano su estructura”.⁵

En el diseño de las páginas del libro también se utilizaron operaciones de la retórica. Por principio de cuentas habría que decir que *El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha* es considerado como la *pedra angular* (otro lugar común) del castellano, además de uno de los libros fundamentales de la literatura universal, el cual ha sido traducido a muchos idiomas, y que ha sido objeto de innumerables estudios y punto de partida para muchas obras, por lo que tiene una carga cultural y emocional muy compleja, de tal modo que realizar una nueva edición puede ser un enorme reto.

La enorme carga cultural que posee el libro hace que sea considerado un *clásico* (esta consideración está completamente basada en el tópico clásico *Laudes Litterarum* –el elogio de la letra–) y por ende, la interpretación tipográfica del texto debía hacerse a partir

de este adjetivo, desechando, a propósito, por fines prácticos de legibilidad, la tipografía gótica que estaba en uso cuando apareció *El Quijote* (1605-1615). El valor “clásico” se tradujo a partir de la elección de una tipografía *serif* (con patines), considerada como clásica y elegante.

Obviamente, las posibilidades dentro de este gran grupo tipográfico son muchas y muy variadas, por lo cual se acotaron a algunas fuentes consideradas “clásicas” (por analogía con el libro y el texto), eligiéndose la fuente *Garamond* por varias razones: es una tipografía considerada como clásica y elegante, además, en término de legibilidad, el balance entre blancos y negros es bastante amigable con el lector. No olvidemos que dentro del análisis de la *intellectio*, el público –o sea el conjunto de los lectores– debe ser tomado muy en cuenta, ya que el discurso va dirigido a ellos. Este balance, además, permite una muy buena reproducción en *offset*; otras ventajas de *Garamond* son que sus variables de posición y peso (romana, romana bold, itálica e itálica bold) permiten elaborar diferentes categorías tipográficas dentro de la página (cabeza, subcabeza, cuerpo de texto, pie de imagen).

Garamond es un tipo de letra que ha sido reconstruido a partir de los tipos de Claude Garamond por varias casas tipográficas: *Adobe*, *International Typeface Corporation*, *Stempel*, *Simoncini* y *Apple* por nombrar sólo algunas de las más de cien versiones que existen. Para esa edición decidimos utilizar la versión de *Apple*, que además de conservar el *ethos* de clásico a partir de su forma, está condensada de fábrica a 85%. Este porcentaje de condensación permite utilizar más caracteres dentro de una columna, lo que en términos de producción se traduce en menos negativos, menos placas de impresión y en un menor gasto de papel y a la larga, en un menor gasto económico.

Garamond tiene la particularidad de tener una altura de x o cuerpo menor que otros tipos serif como *Bodoni*, *Bembo* y *Times*, por lo que a partir del método de “prueba y error”, se determinó que el puntaje cómodo para la lectura era de 12 con un interlineado de 18. Una vez elegida y probada la tipografía se procedió a interpretar los valores de *clásico*, *cómodo*

4. Antonio López Eire, *La retórica de Aristóteles*, Universidad de Salamanca, Edición facsimilar (recuperada de <http://antiqua.gipuzkoakultura.net/word/eire.rtf>).

5. *Ibid.*

PRIMERA PARTE DEL INGENIOSO HIDALGO DON QUIJOTE DE LA MANCHA*

CAPÍTULO I

→ Que trata de la condición y ejercicio del famoso y valiente hidalgo don Quijote de la Mancha



EN UN LUGAR de la Mancha, de cuyo nombre no quiero acordarme, no ha mucho tiempo que vivía un hidalgo de los de lanza en astillero, adarga antigua, rocín flaco y galgo corredor.

Una olla de algo más vaca que carnero, salpicón las más noches, duelos y quebrantos los sábados, lantejas los viernes, algún palomino de añadidura los domingos, consumían las tres partes de su hacienda. El resto della concluían sayo de velarte, calzas de velludo para las fiestas, con sus pantuflos de lo mismo, y los días de entresemana se honraba con su vellorí de lo más fino. Tenía en su casa una ama que pasaba de los cuarenta, y una sobrina que no llegaba a los veinte, y un mozo de campo y plaza, que así ensillaba el rocín como tomaba la podadera. Frisaba la edad de nuestro hidalgo con los cincuenta años; era de complexión recia, seco de carnes, enjuto de rostro, gran madrugador y amigo de la caza. Quieren decir que tenía el sobrenombre de Quijada, o Quesada, que en esto hay alguna diferencia en los autores que deste caso escriben; aunque por conjeturas verosímiles se deja entender que se llamaba Quejana. Pero esto importa poco a nuestro cuento; basta que en la narración dél no se salga un punto de la verdad.

Es, pues, de saber, que este sobredicho hidalgo los ratos que estaba ocioso (que eran los más del año), se daba a leer libros de caballerías con tanta afición y gusto, que olvidó casi de todo punto el ejercicio de la caza, y

aun la administración de su hacienda; y llegó a tanto su curiosidad y desatino en esto, que vendió muchas hanegas de tierra de sembradura para comprar libros de caballerías en que leer, y así, llevó a su casa todos cuantos pudo haber dellos; y de todos, ningunos le parecían tan bien como los que compuso el famoso Feliciano de Silva; porque la claridad de su prosa y aquellas enricadas razones suyas le parecían de perlas, y más cuando llegaba a leer aquellos requiebros y cartas de desafíos donde en muchas partes hallaba escrito: «La razón de la sinrazón que a mi razón se hace, de tal manera mi razón enflaquece, que con razón me quejo de la vuestra fermosura». Y también cuando leía: «... los altos cielos que de vuestra divinidad divinamente con las estrellas os fortifican, y os hacen merecedora del merecimiento que merece la vuestra grandeza».

Con estas razones perdía el pobre caballero el juicio, y desvelábase por entenderlas y desentrañarles el sentido, que no se lo sacara ni las entendiera el mismo Aristóteles, si resucitara para solo ello. No estaba muy bien con las heridas que don Belianís daba y recebía, porque se imaginaba que, por grandes maestros que le hubiesen curado, no dejaría de tener el rostro y todo el cuerpo lleno de cicatrices y señales. Pero, con todo, alababa en su autor aquel acabar su libro con la promesa de aquella inacabable aventura, y muchas veces le vino deseo de tomar la pluma y dalle fin al pie de la letra, como allí se promete; y sin duda alguna lo hiciera, y aun saliera con ello, si otros mayores y continuos pensamientos no se lo

* El primer tomo de *El Ingenioso Hidalgo don Quijote de la Mancha*, publicado originalmente en 1605, fue dividido por Cervantes en 4 partes: la I abarcó los capítulos 1 a 8; la II: 9 a 14; la III: 15 a 27; y la IV: 28 a 52; las cuales constituyeron la Primera Parte cuando en 1615 apareció la Segunda Parte de *El Ingenioso Caballero don Quijote de la Mancha*.

Figura 3. Entrada de capítulo 1, parte primera.



Figura 4. Capitulares.

e incluso *legible* en formatos de página, concluyendo que el tamaño carta servía como representación de un “gran libro” (valor extraído a partir del tópico *Laudes Litterarum*). El tamaño carta es un formato que no se parece al libro de bolsillo (que suele aplicarse a la categoría de *best sellers*, baratos, casi de usar y tirar) y tampoco es el formato de los llamados *coffe table books* (libros que no son hechos para leerse sino para lucirse como objetos de ornato). El tamaño carta es un lugar común dentro de la lectura, lo que hace que el lector lo reconozca como libro (aludiendo a la *mnemotecnia* o acto de memoria), que resulta también cómodo para leer y para transportar.

Los elementos compositivos dentro de la página también pertenecen al campo de la retórica, y dentro de ellos busqué lograr un buen balance entre cuerpo de texto e interlineado y márgenes (cuya función, además de contener la “mancha” o “color” tipográfico, es de descanso visual para el lector). Además, a partir de mi propia experiencia de lectura de este texto (en la edición de Sepan Cuántos de Porrúa, en la que el tamaño de texto y la unicolumna dificultan la lectura), decidí, entonces, utilizar un formato de dos columnas, tanto para “sostener” el peso del texto culturalmente hablando como para hacer menos agobiante y más disfrutable la lectura.

Un elemento extra dentro de la página fue la inclusión de capitulares, como alusión al carácter clásico antes mencionado (la Biblia de 42 líneas, impresa por Gutenberg: *un clásico*, usa capitulares). Sin embargo, aquí nos permitimos salir un poco del tópico clásico

utilizando capitulares provenientes de diferentes épocas y estilos gráficos en clara analogía y coherencia con las ilustraciones, pero sin dejar de cumplir la función de dar inicio al capítulo a la vez de ornamentarlo.

Dentro del discurso retórico todos y cada uno de los elementos cuentan, y el papel en el que se imprime un libro no puede ser la excepción. Para esta edición en particular, elegimos *papel couché mate paloma* de 90gr cuyo peso no permite que se trasluzca el texto, y tampoco es acartonado (como, por ejemplo, la cartulina).

Para seleccionar el papel, partí de otra operación retórica, la *sinécdoque* de tipo material: *El Quijote* es un libro de *calidad literaria*, por ende, el papel en el que se va a imprimir debe ser de calidad. El papel satinado cumple con esta condición y se diferencia de un papel poroso que suele asociarse a productos más baratos, el papel *couché mate paloma* es un papel satinado y de línea (esto es, que se consigue fácilmente y los impresores están acostumbrados a trabajar con él). Por lo tanto, el papel couché mate paloma es un papel que funciona (por sus valores materiales y conceptuales) para imprimir el libro.

Pero no sólo jugué con el valor *calidad*, sino que, en términos de lectura, el papel couché mate paloma permite que no haya reflejos de luz molestos para el ojo del lector y que, al momento de la impresión en *offset*, la “ganancia de punto” sea poca (entendiendo la “ganancia de punto” como el hinchado o crecimiento de imágenes y textos debido a la absorción de tinta por la celulosa del papel). Esta ganancia de punto mínima del papel permite que, gracias a la elección tipográfica,



Figura 5. Tomos 1 y 2.

se mantenga el balance entre blancos y negros y con ello la comodidad y claridad de la lectura, reforzando la idea de que lo importante para el libro es quien lo utiliza: el lector.

Los acabados del libro, encuadernado y portada, constituyen la parte del *ethos* visible a primera intención y en los que el discurso retórico también está presente. El encuadernado se realizó cosiendo los pliegos, lo cual impide que el libro se deshoje con el tiempo y permanezca unido conservando su forma. En esta *dispositio* específica también se utilizó la figura *sinécdoque*: *El Quijote* es un libro que ha trascendido el tiempo, por ende, el libro (refiriéndome al objeto, no al texto) de *El Quijote* debe ser fuerte y resistente, (otros tipos de encuadernación, además de presentar dificultades técnicas, a la larga, con el uso, harían que el libro terminara deshojándose y deshaciéndose). De igual forma, se eligió utilizar tapas duras en *cartonette* (cartón duro pero flexible, que debe ser forrado de papel impreso para la portada y la contra), las cuales permiten darle mayor cuerpo al libro, otorgándole al ejemplar un carácter de *libro serio, clásico* (*El Quijote* es un libro *serio, clásico, ethos* que se ha generado a lo largo del tiempo y que se refuerza mediante un sistema institucional, escuelas, bibliotecas e institutos y también de reconocimientos, premios).

Para el cabezal del libro desarrollamos una fuente tipográfica cuyos trazos retomaban un carácter rústico: líneas quebradas, fustes irregulares, variaciones en el alto de las cajas y variaciones de grosores, la idea provino de que la provincia de La Mancha en España tenía

un carácter rústico cuando Cervantes escribió y publicó *El Quijote*.

Para el nombre del autor y el número de tomo, elegimos una tipografía *san serif* (*Meta*, diseñada por Erik Spiekermann y considerada “la helvética de los noventa”), en un puntaje menor, a partir de traducir valores de referencia cultural. Es decir, generalmente nos referimos al libro como “Don Quijote” o “El Quijote” y en menor número de casos como “El Quijote de Cervantes” dando culturalmente con ello mayor énfasis al título que al autor. Se trata de expresar esta misma apreciación, pero a partir de jerarquías tipográficas: tamaños diferentes, posición con respecto al espacio, *serif* (*antigua, clásica, hecha a mano*) contra *sans* (*moderna, industrial, digital*).

A manera de conclusión, me pareció muy interesante analizar a partir de la retórica un proyecto realizado hace muchos años, en el que, en ese momento y aún sin saberlo, utilicé una y otra vez operaciones de la *intellectio* y la *dispositio*, comprobando con ello que la retórica, una *tekhnè* antigua, está más viva que nunca y que es casi tan natural al ser humano como respirar.

BIBLIOGRAFÍA

- Barthes, Roland, *La aventura semiológica*, Paidós, Barcelona, 1993.
- López Eire, Antonio, *La retórica de Aristóteles*, edición facsimilar (recuperada de <http://antiqua.gipuzkoa-kultura.net/word/eire.rtf>).
- Rivera Díaz, Antonio, *La retórica en el diseño gráfico*, Encuadre, 2007, México.