



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN**  
Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño

**NOMBRE DEL TEMA**

DESARROLLO DE IDENTIDAD DE PRODUCTO EDITORIAL  
CON AUTORES ARGENTINOS COMO EJE DE CONTENIDO

**TÍTULO**

RE COOLTOS

POR: **MARÍA ANGELINA COLOMBI**

Trabajo final presentado a la Facultad de Arquitectura,  
Urbanismo y Diseño de la Universidad Nacional de San Juan,  
para optar al título de profesional de **DISEÑADOR GRÁFICO.**

CÁTEDRA:

**PROFESOR TITULAR:** D.I. LEONARDO FICCARDI

**PROFESOR ADJUNTO:** D.G. VIVIANA LILLO

**PROFESOR ADJUNTO:** D.G. SANDRA PEREYRA

**JEFE DE TRABAJOS PRÁCTICO:** D.G. EMILIO CARRIZO

ADSCRIPTOS

D.G. JOSE PAREJA

**DICIEMBRE 2020**  
**SANJUAN ARGENTINA**

## índice

### **1.Diagnóstico/Investigación**

1.1 Tema del proyecto

1.2 Título del proyecto

1.3 Planteamiento del problema / Necesidad

1.4 Justificación / Factibilidad

1.5 Marco teórico

1.6 Briefing (estudio del cliente y destinatarios)

1.7 Recopilación y análisis de antecedentes

- *Antecedentes Indirectos*

- *Antecedentes Directos*

### **2.Idea**

2.1 Definición de Objetivos

2.2 Estrategias

- *Estrategia de comunicación*

- *Estrategia creativa*

- *Estrategia de medios*

### **3.Solución**

3.1 Anteproyecto

### **4.Realización**

4.1 Proyecto

4.2 Informe técnico

4.3 Contextualización

4.4 Bibliografía

# **Diagnóstico/ Investigación**

## **1.1 Tema del Proyecto**

Desarrollo de imagen y promoción de sistema editorial comercial para adolescentes.

## **1.2 Título del Proyecto**

Re Cooltos.

## **1.3 Planteamiento del Problema / Necesidad**

La literatura Argentina es de gran importancia para la cultura de nuestro país, pero actualmente no se le está dando el valor suficiente en las nuevas generaciones. Por más que en el mercado se encuentren cientos de ediciones de distintas editoriales, ninguna logra llegar al público adolescente de manera eficaz.

Mientras más tiempo pasa, lo digital arrasa cada vez más con los libros impresos. En la actualidad, los adolescentes prefieren leer libros a través de internet o no leerlos.

Este proyecto se desarrolla con la intención de incentivar y adentrar al público adolescente en la lectura de autores argentinos, utilizando a Editorial El Ateneo como emisor de la nueva línea de colección de libros.

## **1.4 Justificación / Factibilidad**

La factibilidad económica de este proyecto se sustenta en la capacidad económica que tiene la editorial planteada y las distribuidoras que participan en este mercado tan demandante, las cuales manejan un alto nivel de presupuesto para insertar productos en el segmento.

## **1.5 Marco Teórico**

### **LIBRO**

Un libro es el conjunto de hojas de papel, vitela, u otra sustancia, manuscritas o impresas, colocadas en el orden en que se han de leer, y que reunidas o encuadernadas forman un volumen. Pueden contener textos, imágenes, dibujos o música. La palabra libro procede del latín *liber*, referida al material vegetal del que se confeccionaban los libros en la antigüedad.

### **PARTES DE UN LIBRO**

Hay una gran variedad de opciones a la hora de realizar un libro y, por otro lado, distintos factores de los que dependen las características con las que contará nuestra edición. A continuación se detallará las partes que puede contener un libro.

#### **•CUBIERTA**

Es la parte exterior delantera que cubre las hojas (información) de un libro y que suele reproducir los datos de la portada. El término también se emplea para referirse a cada una de las partes, anterior y posterior, que cubre los pliegos de un libro. Cada una de las dos cubiertas de un libro encuadernado se denominan tapas.

#### •SOBRECUBIERTA

No todos los libros la tienen, pero es relativamente frecuente. Es un envoltorio rectangular de papel, cartulina u otro material similar que cubre la cubierta y la contra-cubierta. Suele estar ilustrada, y también suele ser de quita y pon, con dos lengüetas, una plegada sobre el lateral de la cubierta y otra sobre la contra-cubierta. Estas pestañas suelen mostrar información sobre el libro, el autor, u otros libros de la colección.

#### •FAJA

Llamado parlamento editorial, es un elemento donde se da información de la editorial, de la fecha de impresión, del número de ediciones y de la cantidad de ejemplares de la tirada.

#### •GUARDAS

Son hojas en blanco, aunque también pueden ser de un color y gramaje distinto a los usados en el cuerpo del libro, que lo unen con sus tapas y protegen las páginas interiores.

#### •LOMO

Forma parte de la cubierta, y es el lugar opuesto al corte de las hojas del libro donde se pegan o cosen los pliegos. En él se imprimen el título de la obra, el número de colección y el nombre del autor, puesto que su propósito es orientar su ubicación en la biblioteca.

#### •HOJAS DE CORTESÍA

También conocidas como hojas de respeto, son aquellas hojas en blanco que se ponen al principio y final del libro, según la edición son el número de hojas en blanco que se ponen, pueden llegar hasta 4 hojas en las ediciones más costosas. Son utilizadas como espacios de mensajes para la persona que regala un libro. Incluso estas hojas son utilizadas por los autores en las firmas de libros para escribir alguna dedicatoria.

#### •ANTEPORTADA O PORTADILLA

Es la hoja que antecede a la portada y la primera página impar impresa, en la que solo se presenta el título de la obra y el autor resumidos y, a veces, la colección o un resumen antes del inicio del libro. Originalmente era una hoja de protección, a modo de cubierta. Está impresa en el «recto» (lado delantero) y en ocasiones se aprovecha el «verso» (parte trasera para información, como novedades u otros libros de la colección). Ambas páginas van sin numerar, aunque la paginación puede empezar en ella.

#### •CONTRAPORTADA

Es una página par, generalmente blanca, posterior a la portadilla. Lleva el nombre de serie a la que pertenece el libro o los detalles de la colección en caso que pertenezca a una de ellas.

•PORTADA:

Es la que indica los datos del libro, nombres del autor, título de la obra, logotipo de la casa editorial, año y lugar de impresión, méritos del autor, nombre del prologuista, dedicatorias y agradecimientos.

•PÁGINA DE DERECHOS DE PROPIEDAD  
O DE CRÉDITOS

Reverso de la portada. Es la página de propiedad literaria o copyright, editor, fechas de las ediciones del libro, reimpressiones, depósito legal, título en original si es una traducción, créditos de diseño, etc.

•PRÓLOGO O INTRODUCCIÓN

Breve texto preliminar de un libro, escrito por el autor o por otra persona, que sirve de introducción a su lectura. Sirve para justificar la aportación al haberla compuesto y al lector para orientarse en la lectura o disfrute de la misma. El prólogo es además el escalón previo que sirve para juzgar, expresar o mostrar algunas circunstancias importantes sobre la obra, que el prologuista quiere destacar o desea hacer énfasis para animar a la lectura.

•CUERPO DE LA OBRA

El cuerpo de la obra es el texto principal de un libro o folleto y puede estar dividido en varias partes, capítulos, etcétera. Cada encabezamiento, con numeración o título, o ambas cosas, es un capítulo. Las conclusiones se reservan para un capítulo final.

•ÍNDICE

Es una lista ordenada que muestra los capítulos, artículos materias u otros elementos del libro, etc.

•CAPÍTULO

Es un medio de comunicación establecido desde la portada hacia el interior del texto, y una de las secciones en que puede dividirse la obra.

•PÁGINAS

Una página designa cada lado de una hoja de un libro. La página del lado izquierdo se llama verso y la página del lado derecho se llama recto. Por convención editorial, la primera página de un libro y, algunas veces, la primera página de cada sección y capítulo es una página “recto”. Por ello, todas las páginas “recto” tendrán números impares y todas las páginas “verso” tendrán números pares.

•EPÍLOGO

Se añade al final de una obra literaria para hacer alguna consideración general sobre ella o definir un desenlace acerca de aquellas acciones que no quedaron finalizadas.

Como comentó Marcela Luza, editora de Editorial El Ateneo, para la entrevista realizada para este proyecto: *“De cada 10 libros físicos se vende 1 o 2 digitales. Los jóvenes son lectores híbridos, es decir, leen tanto en un formato como en otro de acuerdo a la disponibilidad de libros. Pero en mi experiencia, les gusta mucho tener el libro físico porque aprecian su materialidad, les gusta olerlo, tenerlo marcado, subrayado. Es un objetopreciado. Por eso los libros para jóvenes tienen tan bonito diseño en general.”* Lo cual confirma que los libros continúan siendo relevantes en el mercado y, además, a la hora de realizar la identidad editorial de un libro o serie de libros para un público joven o adolescente se debe tener en cuenta la estética y experiencia que se le ofrecerá al usuario.

## DISEÑO EDITORIAL

El diseño editorial es la rama de diseño que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y recepción. Los profesionales de diseño buscan lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y la diagramación.

## CUBIERTA DE LIBRO

La cubierta o tapa del libro es la presentación y la cara con la que las editoriales muestran al mundo su libro. Ellas tienen la difícil función no solo de comunicar sino de destacarse y ser elegidos entre un infinito número de títulos y editoriales exhibidos en venta.

La cubierta puede ser, según se la mire, una pieza de arte y de comunicación. En ella van expuestas las decisiones y trabajo de escritores, editores y diseñadores, entre otros. De hecho, están tan íntimamente vinculadas a un libro, que, a veces es imposible desligarlas. Surgiendo así cubiertas icónicas.

Rosa Llops (2014) que “una cubierta de libro se convierte en un ícono sólo porque el libro que cubre se convierte en un ícono”.

(Rosa Llops (2014) Un sistema gráfico para las cubiertas de libros. Buenos Aires, Argentina: Gilli)

En este caso, Marcela Luza comentó *“A mi criterio hoy es el 90 por ciento de la venta. La tapa da mucha información sobre el libro, indica a qué género pertenece, si el autor es consagrado o no, la temática, la editorial que lo editó...”* en la entrevista realizada para este proyecto.

## LA IDENTIDAD

En el mundo del diseño de tapas de libros hay mucha libertad a la hora de diseñar una cubierta y es decisión de cada editorial qué camino seguir con respecto a la rigurosidad de su sistema. Para lograr un camino que medie entre lo artístico y lo comunicativo, identidad y creatividad.

Al igual que Luza, Cambariere (2015), entiende que *“es importante que las tapas se identifiquen en el mar de libros. Con la oferta editorial que hay en las librerías hoy en día, es fundamental diferenciarse, tener una identidad propia, aunque cada portada del sello nos cuente algo distinto”*.

(Cambariere, J.P.(2015). Superficies de placer. Eterna Cadencia. Buenos Aires, Argentina)

*“Cuando la línea editorial está bien definida, diseñar resulta mucho más fácil porque sabemos a donde vamos”*. Gustavo Macri (de Paidós) ejemplificó con un caso sobre un hito histórico del diseño editorial: *“Hace unos 15 años era difícil desconocer el estilo de Daniel Gil en España, donde el carácter fuertemente tipográfico y representativo de la imagen incluso desbordaba a veces el título mismo del libro”*. Nunca se procede de la misma forma con el diseño editorial, ya que cada colección tiene características únicas, e incluso dentro de las mismas hay casos particulares que obligan a recrear rompiendo la rigidez de las coordenadas que rigen el diseño del sistema.

(Leiserson, D.(1998). Los libros también se imponen por su imagen. Diario la Nación. Buenos Aires, Argentina)

*“Las mesas de novedades de las librerías están repletas de libros. Si mi tapa no grita, no sorprende, no exige ser levantada nadie la verá. Pasará desapercibida. Pero además, si no comunica el contenido del libro, no se venderá.”* Opinó Marcela Luza cuando se le consultó sobre la importancia de la identidad de las líneas editoriales que lanzan. Esto demuestra que la relevancia de la identidad a la hora de vender es de gran importancia.

Celia Tabos (de editorial Paidós) dice: *“Se debe pensar en el público destinatario en cada caso, y en la calidad y cualidad de sus intereses. El diseño debe responder con atractivo, aunque con continuidad en los sistemas, porque el reconocimiento visual del sello a primera vista por parte del público es clave a la hora de la decisión de compra”*.

(Leiserson, D. (1998). Los libros también se imponen por su imagen. Diario la Nación. Buenos Aires, Argentina)

De todas las afirmaciones anteriores se puede concluir la importancia de realizar una investigación previa tanto del público al que se dirigirá como de la competencia con la que se enfrentará el proyecto. Además de la importancia que posee la identidad editorial para que el target group termine escogiendo una u otra edición a la hora de realizar la compra.



## GÉNEROS LITERARIOS

Los géneros literarios son los distintos grupos o categorías en que podemos clasificar las obras literarias atendiendo a su contenido y estructura. Así mismo los géneros literarios son modelos de estructuración formal y temática que le permiten establecer un esquema previo a la creación de su obra.

Para ubicar a una obra en un género literario, se tienen en cuenta criterios formales, sintácticos, semánticos y de otro tipo. Es importante mencionar que no existe un único sistema de clasificación, por lo cual los géneros literarios pueden variar según las distintas concepciones.

En la antigüedad la teoría aristotélica reconoció tres grandes géneros literarios: el género épico (que hoy se asimila al género narrativo), el género lírico y el género dramático. También suele hablarse del género didáctico. En estos conjuntos, a su vez, pueden diferenciarse numerosos subgéneros: el cuento, la novela, la oda, el soneto, el ensayo, la crónica, etc.

En el caso del cuento, es un relato o narración breve de carácter ficticio o real, con un argumento fácil de entender y cuyo objetivo es formativo o lúdico.

El cuento se divide en dos categorías: cuento popular y cuento literario.

### -Cuento popular

Se trata de historias ficticias de autores desconocidos, y que generalmente provienen de la tradición oral. Este tipo de cuentos pueden ser: cuentos de hadas o maravillosos, las fábulas y cuentos de costumbres.

### -Cuento literario

Es una historia ficticia que, a diferencia del cuento popular, cuyo origen y difusión se basa en la tradición oral, ha sido creada directamente en formato escrito, y en la mayoría de los casos tiene un autor conocido. El gato negro, de Edgar Allan Poe es un ejemplo de cuento literario.

Cuando se le consultó a Carlos Luna, profesor de Literatura y Oratoria de un colegio secundario, sobre las características de un libro ideal para el público objetivo de este proyecto, opinó "*Fundamental el contenido, qué me dice y qué le dirá a los potenciales lectores: adolescentes, no motivados en general, 80 minutos de lectura, etc.*" Lo cual señala al cuento como el subgénero ideal para llevar a cabo el proyecto.

## CUENTO FANTÁSTICO

Se conoce como cuento fantástico a cualquier relato en que participan fenómenos sobrenaturales y extraordinarios, como la magia o la intervención de criaturas inexistentes. Esta definición resulta ineficaz, debido a que los elementos sobrenaturales están presentes en todos los relatos mitológicos y religiosos y su presencia tiene un carácter muy distinto del que posee en la civilización actual.

## 1.6 Briefing

Se escogió la editorial argentina “El Ateneo” ya que es una de las principales editoriales nacionales.

En 1912, Pedro García, hombre de negocios español, fundó El Ateneo Librería y Editorial, empresa pionera en la edición y la comercialización del libro en la Argentina y los demás países de lengua española.

Con el correr de los años, el sello editorial El Ateneo se convirtió en una casa editora de gran prestigio, por su seriedad y calidad profesional. Su catálogo estuvo principalmente formado por textos escolares y universitarios, literatura, ciencias, bellas artes y libros infantiles logrando así superar los cinco mil títulos.

A fines de la década de los noventa, la empresa fue adquirida por Grupo ILHSA S.A. que, gracias a una importante inversión, logró darle un gran impulso al negocio.

La nueva línea editorial de El Ateneo incluye ficción, no ficción, libros ilustrados de referencia, arte, turismo, naturaleza y libros infantiles. Asimismo, libros universitarios de ciencias médicas.

Editorial El Ateneo publica 70 novedades por año que integran un catálogo con más de 450 títulos. Su red comercial abarca todos los países de habla hispana.

La firma El Ateneo además, cuenta con una cadena de librerías que incluye la librería más grande del país, El Ateneo Grand Splendid, ubicada en el Barrio de Recoleta, en Buenos Aires.

### COMPETENCIA

El mercado editorial de literatura juvenil en Argentina representa a uno de los mercados editoriales con mayor índice de competencia en el mercado general.

Gracias a su altísimo nivel de demanda, que se vio fuertemente reducido en los últimos años, se concibe a muchas editoriales privadas de participación histórica como Grupo Sudamericana, Editorial Perfil, Grupo Clarín o Ediciones la Flor, por ejemplo.

### ANÁLISIS F.O.D.A.

#### Fortalezas

- Ser una entidad de alto nivel en el mercado.
- Pertener a la cadena de librerías más grande del país, lo que permite la distribución de los libros editados en toda la región.
- Tener un amplio presupuesto y medios para insertar un producto de forma exitosa en el mercado.

### Oportunidades

- Destacable tendencia de apareamiento de nuevas opciones y adaptaciones de libros clásicos.
- Constante reconocimiento a autores clásicos argentinos a través del tiempo.
- Notable crecimiento de tendencia en consumo de propuestas con fuerte bajada artística y de nuevos medios de promoción.
- Escasez de generación de contenido centrado en el público adolescente y de propuestas de promoción en medios modernos tanto de la empresa analizada, como de la competencia.

### Debilidades

- Escasez de promoción en medios digitales.
- Publicaciones visualmente poco atractivas para el público adolescente.
- Faltas creativas e innovadoras en medios y campañas de publicaciones de nuevos productos.

### Amenazas

- Un alto nivel de competencia tanto en términos de calidad como cantidad.
- Distintos tipos de entretenimiento que compiten fuertemente con la lectura de un libro.
- Posibilidad de rechazo ante complejidad en la modalidad de escritura de los autores.

### INTERNACIONAL

Se puede observar que la competencia más fuerte a la que se enfrenta el emisor planteado es internacional. Que no hayan nacido en Argentina no significa que no realicen libros de autores del país, al contrario, son quienes más realizan libros nacionales.



La Editorial Alfaguara es una editorial española de la compañía Penguin Random House, que edita fundamentalmente narrativa y libros infantiles y juveniles.

Esta editorial es la que más libros de autores argentinos clásicos ha editado. Podemos encontrar en su estante libros de Julio Cortázar, Jorge Luis Borges, Adolfo Bioy Casares, Alfonsina Storni entre otros. La editorial ha realizado distintas ediciones y colecciones de los autores individualmente durante los últimos 50 años.

### DEBOLSILLO

En cierto modo, los orígenes de DeBols!llo se remontan a 1957, año en que Germán Plaza empezó a publicar libros de bolsillo bajo la denominación Libros Plaza.

Otra editorial que ha realizado distintas versiones de libros de autores argentinos es DeBols!llo. Podemos encontrar libros de Jorge Luis Borges, Alfonsina Storni, Ricardo Piglia, entre otros.

## NACIONAL

También se encontró competencia en editoriales argentinas, pero como se puede visualizar, no son marcas que se dediquen exclusivamente a libros, si no que pertenecen a diarios.

# Clarín

La Editorial Clarín es quien más libros ha realizado sobre autores autóctonos y es la única que ha realizado una colección de autores argentinos (como vemos en los antecedentes).

Hay que tener en cuenta que al realizar promoción sobre los libros que lanzan, utilizan su canal principal que es mediante el diario impreso y digital.

# LA NACIÓN

Al igual que la anterior, La Nación en su mayoría realiza ediciones de autores argentinos, mientras que últimamente ha incorporado ediciones de libros internacionales.

Algunos autores que podemos encontrar en sus estantes son: Marcos Aguinis, Alfonsina Storni, María Esther de Miguel, entre otros.

Como se nombró en la editorial anterior, hay que tener en cuenta que al realizar promoción sobre los libros que lanzan, utilizan su canal principal que es mediante el diario impreso y digital.

## 1.7 Recopilación y análisis de antecedentes

### COLECCIÓN GRANDES ESCRITORES ARGENTINOS



Editorial: Ediciones Jackson - Año de publicación: 1953

La primera colección de libros de autores argentinos que se encontró. Cuenta con 100 tomos, actualmente valuada en 124mil pesos argentinos. Todos los libros son iguales en cuanto aspecto, esto se debe a la tendencia de códigos gráficos utilizada en aquella época.

No se encontró publicidad ni comunicaciones respecto a esta colección en Internet.

### COLECCIÓN CAPÍTULO



Editorial: Centro Editor América Latina - Año de publicación: 1968

Otra colección que se encontró fue esta realizada por Capítulo. Por más que mantenían un estilo similar en las imágenes, las colocaban de distinta manera. Se puede observar que, teniendo en cuenta la época, no se utilizaban más de dos colores. Imágenes en blanco y negro y un color para resaltar algunos detalles específicos.

No se encontró publicidad ni comunicaciones respecto a esta colección en Internet, pero por la cantidad de vendedores que ofrecen ejemplares de la colección, fue una colección muy popular en la época.

## COLECCIÓN CAPÍTULO



Editorial: Centro Editor América Latina - Año de publicación: 1980

Una colección de libros similar a la anterior pero con un estilo gráfico más novedoso para la época. Empiezan a aparecer las ilustraciones, dejando de lado las fotos o ilustraciones realistas para unirse a las tendencias de estilos gráficos más abstractos. Se puede observar que aparecen impresiones a más de un color.

No se encontró publicidad ni comunicaciones respecto a esta colección en Internet.

## BIBLIOTECA ARGENTINA | SERIE DE CLÁSICOS



Editorial: Clarín - Año de publicación: 2012

Esta fue la colección más actual que se encontró. Una colección de 24 libros que abarca a distintos títulos de clásicos argentinos. En cuanto a diseño se utiliza una imagen del autor en blanco y negro y una faja vertical azul con datos del libro que se repite en toda la serie.

No se encontró publicidad ni comunicaciones respecto a esta colección en Internet.

## EN EL MUNDO



Viendo la escasez que se ve en el mercado argentino, se procedió a analizar los referentes en el resto del mundo.

Investigando se encontró una colección de libros de autores españoles perteneciente a El Centro Dramático Nacional y llamada “Autores del Centro” que cuenta con más de 60 ejemplares (que han variado en varios casos el diseño de las portadas).

Se puede ver que a través del recurso de la metáfora, pero de una manera muy simple y poco recargada, representan el concepto del libro. De fondo utilizan un color pleno que contrasta o combina con la imagen metafórica del frente. En cuanto a la tipografía, utiliza la misma para cada ejemplar. El color utilizado en ésta es un tono más oscuro para contrastar con el fondo. El objeto principal de la imagen es la metáfora realizada con objetos cotidianos e hiper-realista.

No es una colección que haya salido en una toma, si no que con el tiempo agregan más libros.



Otra colección que se encontró fue la perteneciente a la Real Academia Española. Realizan ediciones conmemorativas y podemos ver que no contiene solo autores de España, si no que aparecen dos autores argentinos que tuvieron gran influencia en el país europeo (Cortázar y Borges).

En cuanto a recursos gráficos utilizan la ilustración simple y abstractas en su mayoría con un fondo de color pleno. En cuanto a la tipografía, se mantiene una similitud en los títulos a excepción de la tercera que usa rasgos más fantasiosos. La información de la editorial se mantiene en todos en la parte inferior de la portada.

Como falencia se puede ver que no mantiene un hilo entre las distintas ediciones, ya que vemos las dos primeras que son bastante familiares, la tercera contiene trazos más irregulares y menos plenos, y por último, la de Borges que contiene una ilustración con un efecto 3D totalmente distinta a las anteriores.

Se puede notar que en los diferentes países se encuentran faltantes estas colecciones de autores autóctonos. Esto se puede deber a lo variados que son los géneros literarios y la difícil elección de escritores.

### EDITORIAL

En cuanto al estilo gráfico aplicado por la editorial escogida en colecciones anteriores podemos realizar el siguiente análisis gráfico:

Fondo Negro ●

Ilustración pleno ●

Tipografía Sans Serif ●

Formato: 19 cm x 12 cm

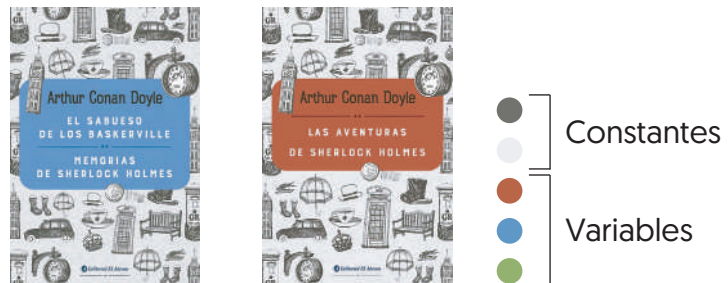
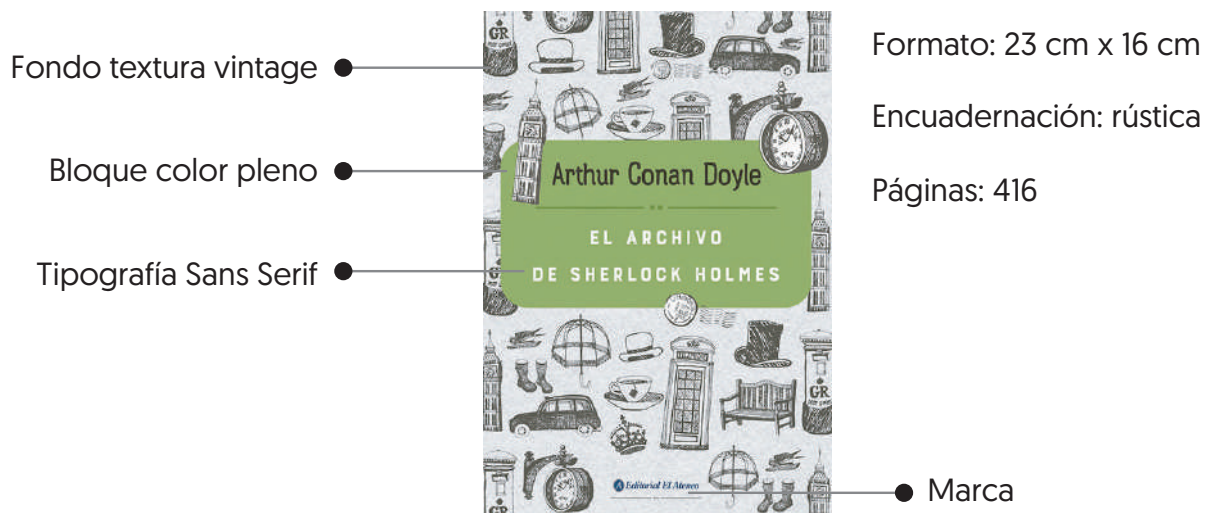
Encuadernación: rústica

Páginas: 256

● Colección

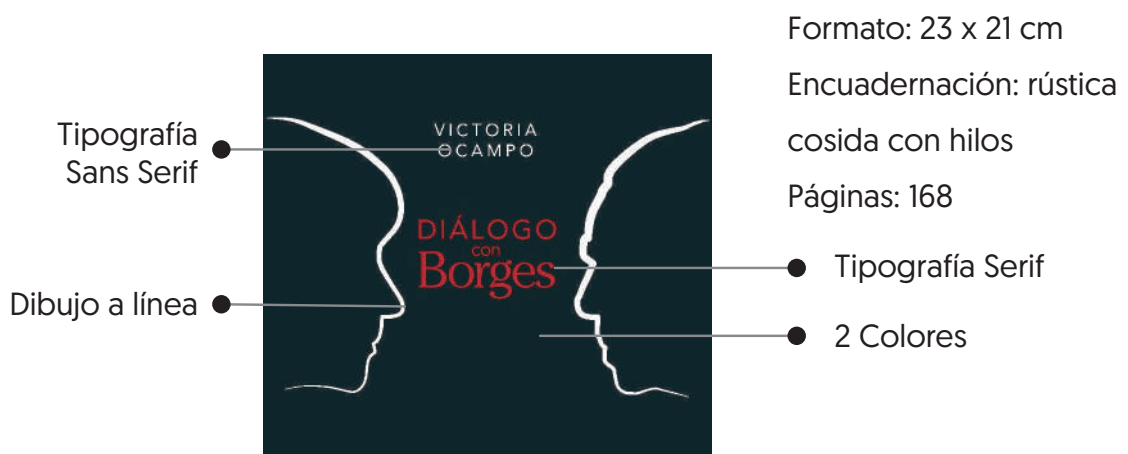
● Constantes

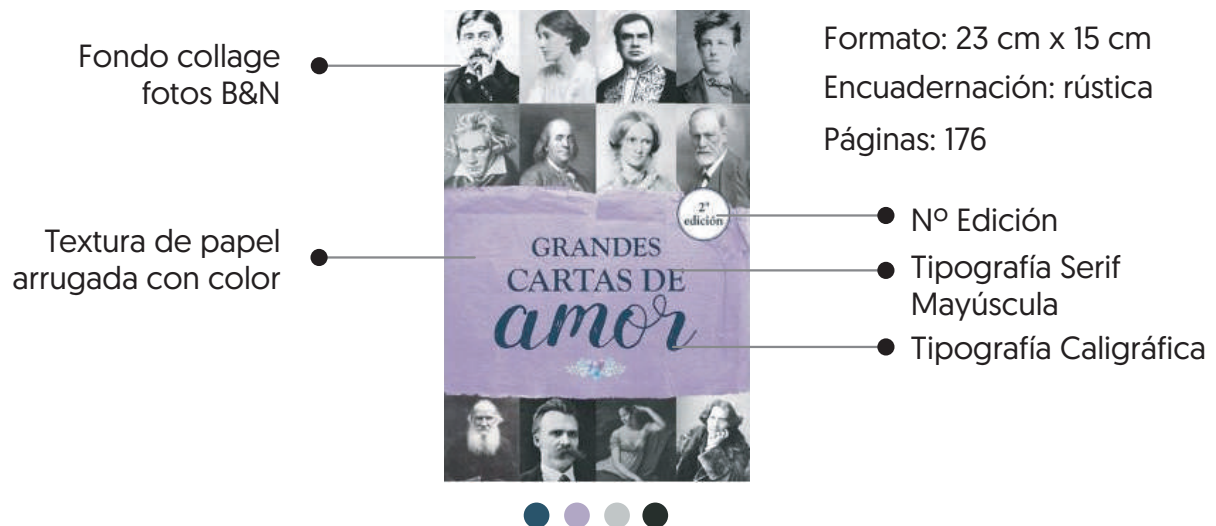
● Variables



### Obras individuales

En cuanto al estilo gráfico aplicado por la editorial escogida en ejemplares individuales podemos realizar el siguiente análisis gráfico:





A partir del análisis gráfico realizado en los distintos ejemplares produjo la editorial, se establecieron una serie de recursos y tendencias a tener en cuenta: Utilización variada de recursos, tanto ilustraciones como fotografía y collage. En el caso de tipografías, también su uso es variado según el público escogido. En cuanto a sintáxis, el isologotipo horizontal de la editorial se coloca en la parte inferior, preferentemente en la derecha. A la hora de realizar series o colecciones de libros, suelen utilizar como una de las principales variables el color.



## EN AUDIENCIA

Se define como personas desde los 16 hasta los 18 años que asisten a escuelas públicas, ya que es el contexto principal donde se fomenta a leer este tipo de literatura.

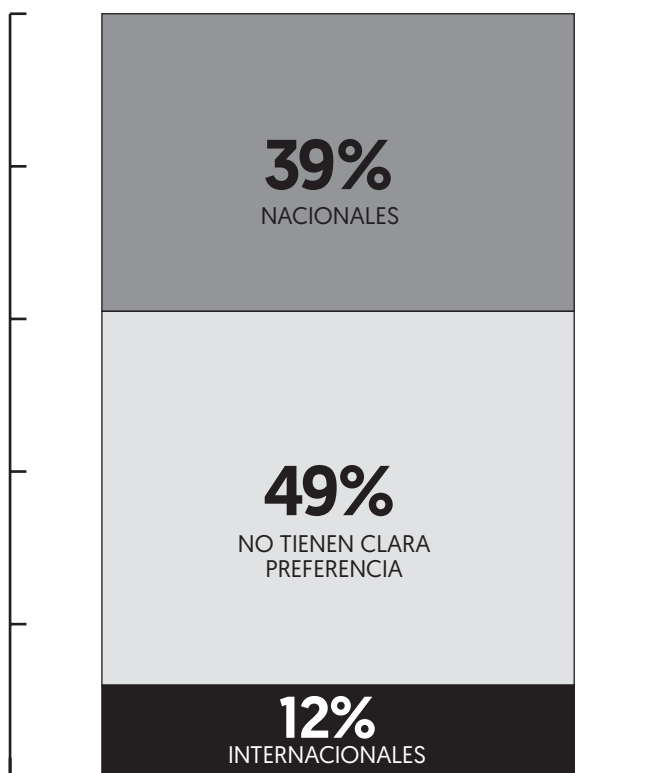
En las escuelas públicas se lee un promedio de 5 a 15 libros en un año. Por esto, a la hora de recurrir a la compra, los padres suelen elegir las ediciones más económicas del libro. En general, las ediciones más accesibles suelen ser aquellas que no tienen tapas duras y las ediciones de bolsillo. En estas versiones es común ver pocos colores, ilustraciones, dinamismo, etc. Son ediciones muy reducidas y totalmente economizadas, para que este tipo de personas pueda acceder fácilmente.

El receptor es un público focalizado en la clase social media/baja, ya que es la clase que se destaca en este tipo de instituciones. Se debe tener en cuenta que no se puede especificar lo que el adolescente en sí consume económicamente ya que lo más común es que éste no tenga independencia económica. Pero también se podría decir que ejerce cierta influencia en el consumo familiar de productos para el hogar, aunque no sea quien, en última instancia, realiza el gasto.

Se plantea para residentes en la República Argentina.

## GUSTOS

La Universidad de Palermo junto a la TNS Gallup realizó una encuesta llamada “la Voz de la Nueva Generación” en donde podemos visualizar las preferencias de origen del consumo literario en adolescentes:



Fuente: Encuesta la Voz de la Nueva Generación. UP – TNS Gallup

Podemos ver que es mayor la proporción de jóvenes que no tiene una opinión formada al respecto. Quién realizó el estudio preguntó por las preferencias en cuanto a autores más leídos por sus encuestados, más allá de los que deben leer por cuestiones académicas, y cerca de la mitad declaró no saber. Dentro de los que sí tienen una clara preferencia al respecto la amplia mayoría elige la producción literaria local (8 de cada 10) y dentro de quienes se inclinan por lo extranjero prima la literatura latinoamericana.

### COSTUMBRES

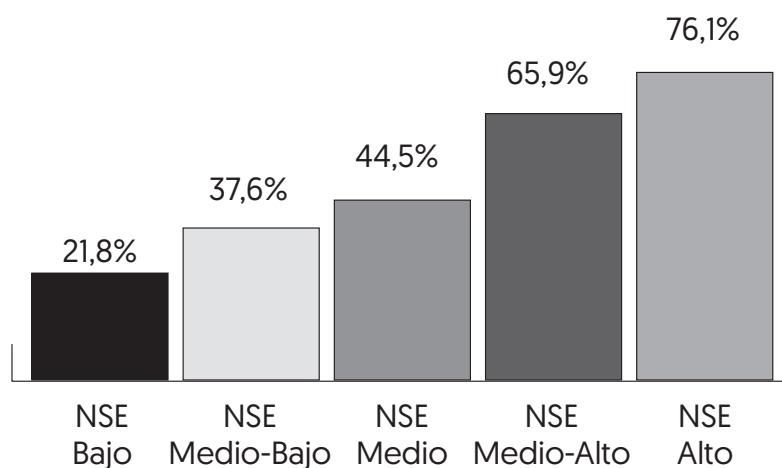
Cada vez es mayor la cantidad de adolescentes que prefieren permanecer en sus casas navegando en internet a salir de fiesta o con amigos de noche.

Los jóvenes utilizan internet para escuchar música, leer, visualizar páginas con contenidos de diversión y estar en contacto con otras personas (amigos personales o virtuales), buscar información o jugar online.

Se debe tener en cuenta que el usuario está al tanto de los beneficios que presentan los dispositivos y por esto, la mayoría preferirá leer a través de esta plataforma a comprar un libro físico.

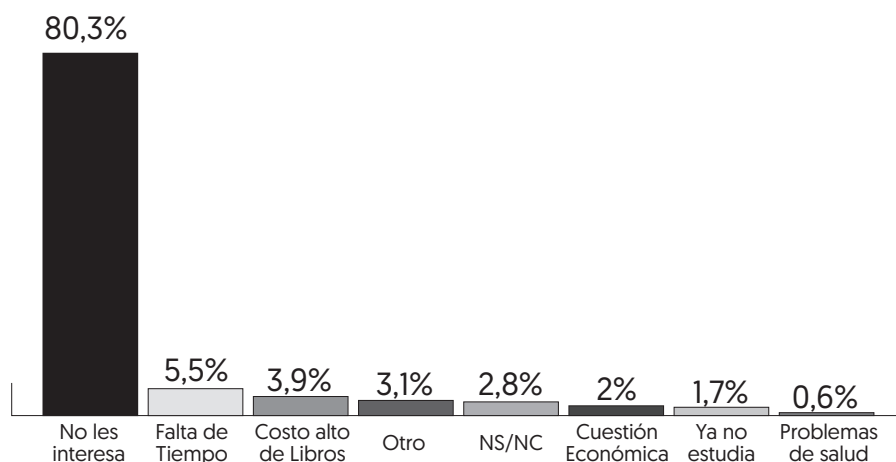
### DATOS ESTADÍSTICOS

#### Lectura según nivel socioeconómico

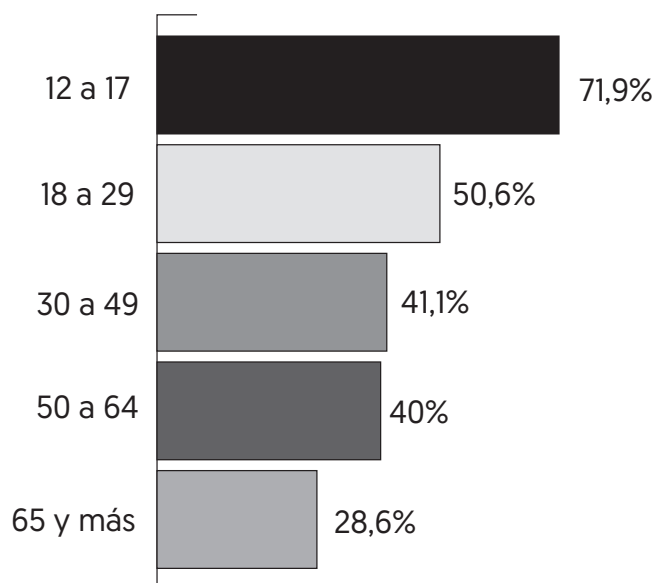


Fuente: Sistema de Información Cultural de la Argentina - Encuesta Nacional de Consumos Culturales

## ¿Por qué no leen los adolescentes?



## Lectura de libros según edad

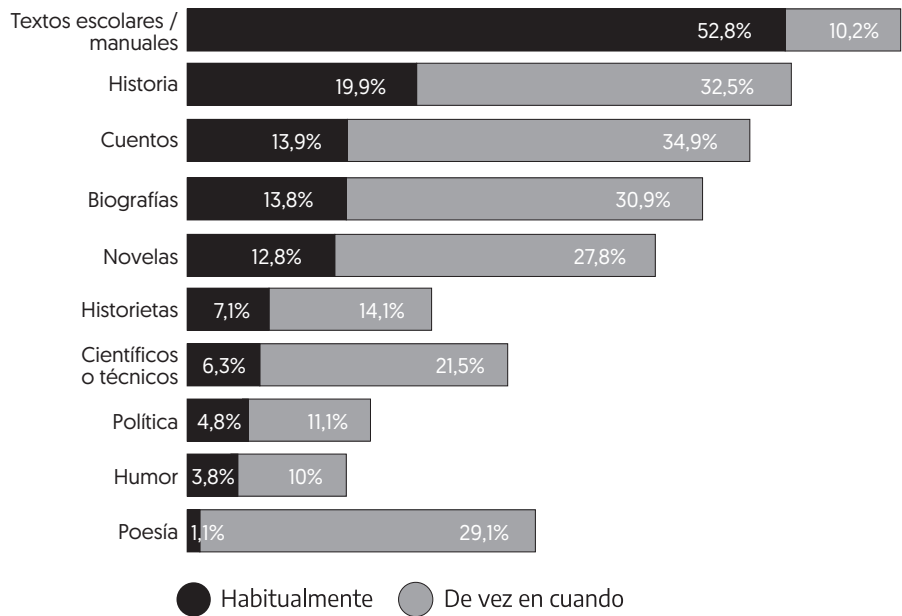


En la Argentina la lectura es una práctica muy asociada a la educación, ya que 7 de cada 10 jóvenes de entre 12 y 17 años leyeron al menos un libro por año. Además, tal como se verificó también en 2013, los valores más altos de lectura de libros se dan en las edades asociadas a la escolaridad y al estudio universitario.

## Cantidad de libros leídos por año

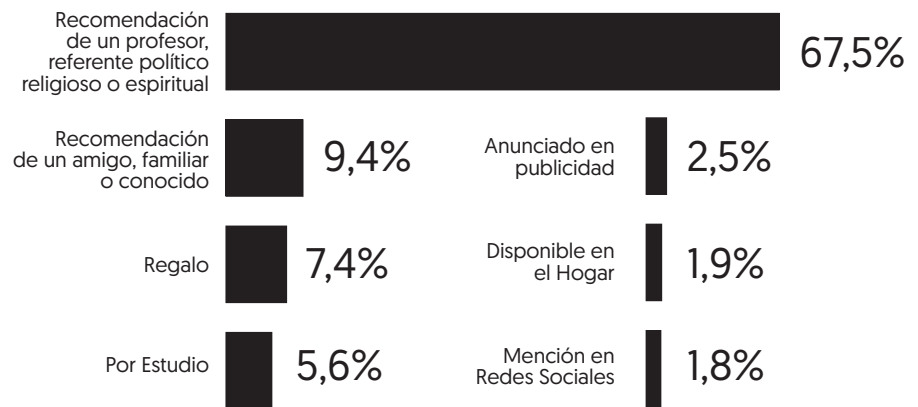
12 a 17 años **2.3 Libros**

## Frecuencia de lectura según género literario en adolescentes

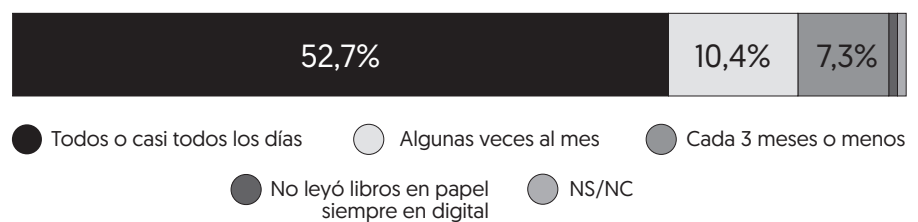


Los datos arrojados por la encuesta muestran que casi **5 de cada 10** libros leídos corresponden a autores argentinos.

## Motivo de elección del libro elegido



## Frecuencia de lectura de libros en papel



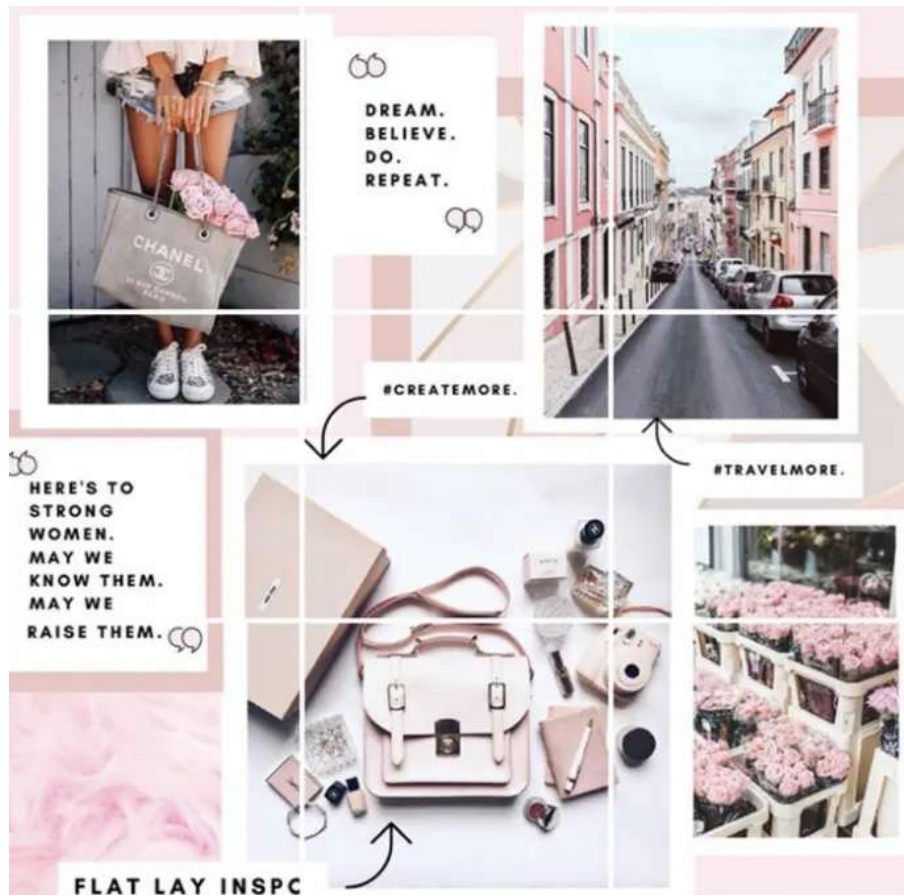
## REFERENCIAS GRÁFICAS EN AUDIENCIA

En la actualidad, la tecnología ha logrado facilitar una gran cantidad de procesos que antiguamente sólo se podrían realizar costeando un profesional. Un caso específico que se verá, será cómo se ha facilitado la realización de piezas “diseñadas” para cualquier persona que posea un celular/computadora con mínimas especificaciones técnicas. Si un emprendedor o comerciante quiere ahorrar en el diseño de la identidad corporativa de su empresa, actualmente puede realizarlo por sí sólo a través de una aplicación móvil como Canva o Picsart. Cabe aclarar que el resultado nunca será el mismo que el realizado por un diseñador gráfico, pero solucionará el problema momentáneamente.

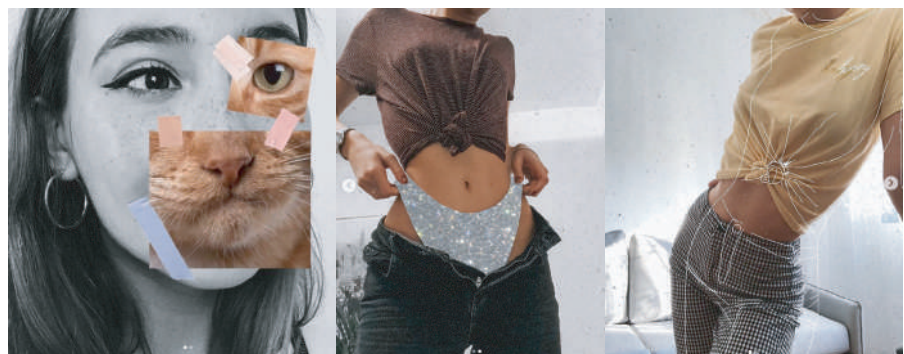
Esta conducta se ve replicada en la audiencia a la que se apunta. Los adolescentes de hoy se toman el tiempo de buscar aplicaciones o páginas web donde se les permita decorar o “hacer más estéticas” sus publicaciones. Algunos siguen tendencias en sus perfiles de redes sociales (también llamados feeds) y otros solo se limitan a las historias o posts individuales. Sólo basta con seguir a una docena de adolescentes en sus redes para ver la cantidad de filtros que utilizan, como aprovechan las distintas herramientas de edición que proporcionan las plataformas como Instagram o Facebook y la cantidad de tiempo que le dedican a esto.

Ejemplos feed:





Ejemplos individuales:



En los anteriores podemos apreciar algunos estilos gráficos que utilizan por su cuenta. Van desde composiciones coloridas a modo de collage, feeds donde predominan colores planos e incluyen texto, resaltamiento de detalles en fotografías con glitter e incluso un efecto que realiza un boceto por encima de la foto (totalmente automático).

Hay una gran tendencia que ha tenido popularidad los últimos 5 años, un movimiento llamado “aesthetic”. La base del movimiento aesthetic va sobre todo aquello que es bello visualmente. Lo que es un hecho es que, debido a su rápida evolución y su crecimiento exponencial, algunos han considerado el movimiento como “arte moderno”.

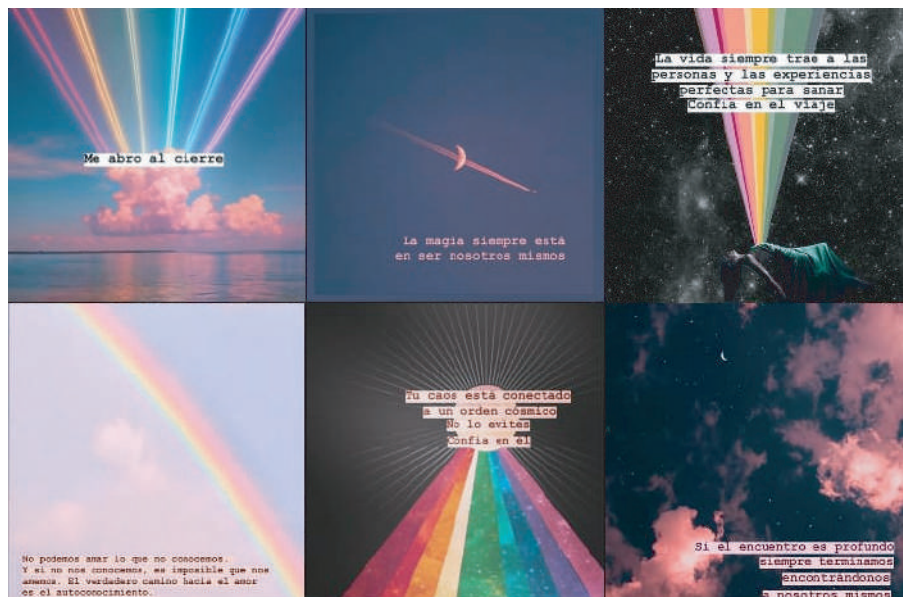
Podemos encontrar ramificaciones en este estilo (vintage, punk, grunge, neón, kawaii, entre otras), pero todas tienen similitudes entre sí. Algunos ejemplos serían que todas siguen una gama tonal (kawaii se mantiene entre los colores pasteles como rosa o celeste, punk entre negros, blancos y rojos, espacial entre tonos azules oscuros, negros y amarillos, entre otros).

Algunas imágenes bajo el criterio “aesthetic”:



En cuanto a lo que comparten o consumen en sus redes, podemos ver que tiene una gran concordancia con lo anteriormente visualizado. Es muy común que entre ellos se vuelvan virales cuentas de frases o citas acompañadas de imágenes de los estilos antes mencionados.

Ejemplos de *la.amarillista* y *astro.luz* en Instagram.





En cuanto a tendencias que se siguen en lo editorial: Se analizaron 30 libros tanto específicamente para el público seleccionado como libros de edición de bolsillo, se encontró lo siguiente:

Cuerpo de texto/Interlínea:

-12/18							
-11/13							
-10/14							
-14/16							
-10/16							
-12/16							
-9/12							

Los cuerpos de letras tienden a ser mayores para tener una lectura más fluida y menos agoviante. En cuanto al interlínea, se utiliza de 2 o más puntos, ya que si se coloca menos la lectura es mucho más dificultosa. El interlineado suele aumentarse para lograr más hojas en un libro o para aumentar el blanco de la hoja y disminuir la mancha tipográfica.

El 100% de los libros contenía tipografía Con Serif.

Las tipografías serif son las que se utilizan en textos impresos extensos, como libros, periódicos y revistas. Facilitan la lectura porque crean en el ojo la ilusión de una línea horizontal, que es la línea por la que se desplaza la vista al leer. En una página impresa, la resolución de impresión es más alta que en una pantalla de ordenador y los remates quedan muy bien definidos. Por esto es que se utilizan fuentes con serifas en los materiales impresos.

Se evita la saturación de imágenes: La mayoría contaba con una portada atractiva pero solamente 2 contenían algún tipo de ilustración dentro.

Práctico en su manejo: Todos estaban bien señalizados (incluso con índices de capítulos) para una lectura cómoda.

## **Entrevistas**

Para poder comprender las diferentes áreas a las que este proyecto debía responder, se realizaron entrevistas a profesionales de cada tema particular.

### **ENTREVISTA N°1**

Se contactó al dueño de un emprendimiento editorial, Rubén Sada, ubicado en Quilmes, Provincia de Buenos Aires.

Sobre “Ediciones Independientes Rubén Sada”: El sello editorial aboga por La Buena Literatura y difunde a Autores Noveles con buen talento, ayudándolos a publicar un libro, con asesoramiento y experiencia que lograrán un resultado bellissimo. Su emprendimiento editorial es humilde, honesto y ético. Los productos que fabrican son confeccionados con material reciclable al 100% y biodegradables.

#### **¿Qué cantidad de libros produce por semana/mes?**

-Ediciones Independientes Rubén Sada es un emprendimiento editorial independiente que publica bajo el sistema “on demand”, y está orientada a satisfacer los requerimientos de escritores y poetas que buscan publicar su obra literaria en pequeñas cantidades. Abogamos por la buena literatura y promovemos a autores noveles con buen talento, ayudándolos a publicar su primer libro y subsiguientes, con asesoramiento y experiencia que logran un resultado bellissimo. Lo hacemos buscando que el costo sea realmente accesible, hasta para el escritor más modesto. Esto hace que quizás no tengamos una producción grande y rentable en sentido comercial, pero logra otra cosa esencial: ayudar al escritor a cumplir su sueño. Y esa es nuestra mayor satisfacción: ver la alegría que transmiten los autores al recibir su obra publicada, aun siendo en una cantidad de libros mínima, como pueden ser 60 ejemplares. Hasta la fecha hemos publicado 290 ediciones diferentes, en ocho años de gestión. No podríamos precisar cuántos libros se producen en nuestro taller cada semana o mes, porque la cantidad es muy variable y depende de varios factores, como la proximidad a las Ferias del Libro organizadas por entes oficiales, el factor socioeconómico imperante, que ha ido cambiando, y la capacidad de compra de cada escritor. Pero para poder dar respuesta a su pregunta, diremos que durante el año 2017 publicamos 27 ediciones, entregando ¡una edición terminada cada 13 días!.

#### **¿Tiene algún método para realizar la corrección ortográfica?**

-La corrección de los textos la realizo yo mismo, porque, aunque la tecnología está dando pasos con respecto a la inteligencia artificial, por el momento ningún software hace posible la corrección de textos con una eficacia del 100 %, debido a que las bases de datos de palabras que tienen estos programas -supuestamente “correctores”- contienen “todas” las palabras en castellano, pero no son capaces de diferenciar “el contexto” en que se utilizan esas palabras.

El caso se pone de manifiesto, por ejemplo, con el uso de la tilde diacrítica en cientos de ejemplos. Pero aquí citaré sólo dos:

a). Hay cuatro formas de escribir “POR QUÉ”: por qué (1) / porque (2) / porqué (3) / por que (4) El diccionario interno de un corrector, tiene las cuatro formas incorporadas, pero no sabrá diferenciar en qué caso, dentro de un texto, se utiliza cada una.

b). En castellano hay dos palabras “CÓMO”. Una con tilde, que significa “de qué manera” (Ej: ¿Cómo lo hiciste?) y otra “COMO” que significa “comparación” (Ej: Tus ojos son como el cielo). El software corrector de ortografía tiene los dos “cómo” incorporados en su base de datos, y por lo tanto no sabrá distinguir entre el “cómo” que significa “de qué manera” del “como” que significa comparación, porque todavía no es capaz de “interpretar” textos y contextos, menos en un idioma tan difícil como lo es el castellano, diría yo que uno de los más complicados del planeta, por su gran riqueza y variedad de palabras.

Por estos dos ejemplos simples (hay cientos más) “sólo una persona” que tenga dominio del castellano y su ortografía, puede efectuar correcciones de textos que den satisfacción al lector, la satisfacción de leer un libro bien escrito.

### **¿Qué tipo de papel utiliza para la impresión? ¿Y en cubiertas? (tipo y gramaje).**

El tipo de papel que utilizo al imprimir es de origen nacional, de pulpa de eucalipto cultivado en las granjas que Celulosa Argentina posee en Tucumán. Una de nuestras premisas fundamentales es el cuidado del medio ambiente. Me han preguntado cómo un ecologista puede todavía imprimir en papel y yo les respondo que esos eucaliptos de los cuales se obtiene pulpa para el papel de una imprenta, nunca hubieran sido siquiera plantados si no existiera la necesidad de fabricar ese papel. En estas granjas, se plantan miles de árboles con el objetivo de producir este elemento indispensable para la vida moderna, como lo es el papel, además de combustibles y absorbentes o descartables, como pañales, etc. Quienes cuestionan con pretensiones ecologistas la fabricación de un libro, no cuestionan la fabricación de pañales descartables y no están dispuestos hoy a lavar pañales de tela como lo hacían nuestras abuelas. Y ambos, libro y pañal, salen del mismo árbol. Igual que la servilleta de papel o el banco de madera en el que ellos están sentados, o la puerta que los protege de la intemperie. Todo esto sale de un árbol talado. Pero en la industria del papel, se plantan árboles para tal fin. Respecto al tema del espesor, no mezquinamos material, y las tapas de nuestros libros son únicas en el mercado nacional, de 400 gramos con laminado brillante UV que lleva su espesor a 500 gramos (tapas semiduras). El espesor del papel obra que utilizamos para el interior, varía desde 80 gramos a 150 gramos en papel ilustración cuando el libro requiere láminas interiores a todo color (insertos). Las guardas protectoras de tapa son de cartulina ultra blanca de

150 gramos. Todo esto logra que el autor reciba en sus manos un producto muy resistente y a prueba de uno de los enemigos que tiene el libro: el tiempo. Aunque a decir verdad, el mayor enemigo de un libro es el olvido.

### **¿Qué sistema de impresión utiliza?**

El sistema de impresión es digital, ya que es el que mejor se adapta a pequeñas tiradas. El sistema offset requiere fabricar planchas y no justifica la impresión de pocas hojas de papel, que además, luego hay que tomarse el trabajo de intercalar. En cambio, el sistema digital es muy práctico y económico, tanto es que las páginas impresas salen ya ordenadas e intercaladas en la posición en que van en el libro. Como recurso adicional para duplicar la producción, hemos creado una “plantilla” base que compone las páginas de a dos libros juntos, y denominamos al sistema “impresión en paralelo”.

### **¿Qué método de plegado y encuadernación utiliza?**

El método de encuadernación que hace a nuestros libros “indestructibles”, es el sistema “acaballado” o “francés”, que incorpora en el cosido de las hojas a unas 10 grampas de acero. Hemos logrado así crear un producto a prueba de maltratos.

### **Con respecto al interior de los libros: ¿Tiene algún método para la selección tipográfica? ¿Cuál?**

La selección de la tipografía a utilizar en un libro es muy importante para hacer que la lectura de textos sea algo agradable al ojo lector, y no algo traumático. Pero también hay una cuestión de espacios que se debe tener en cuenta, que explicaré en la pregunta número 7. En cuanto al color de la tinta de nuestras impresiones de textos, preferimos que no sea “gris” sino que sea bien negra, que esté bien impresa, ya que leer un libro impreso de un modo muy claro o agrisado, requiere mucho esfuerzo en la visual del lector, y lo distrae del contenido. No mezquinamos material ni tinta, y todos nuestros productos gozan de garantía total de calidad.

### **¿Siempre usa la misma tipografía o varía según el estilo de libro- autor? En caso de que siempre sea la misma, ¿Qué tipografía-interlineado-interpalabra utiliza?**

No siempre utilizamos la misma tipografía. Esta se selecciona en función al contenido del texto. La tipografía “debe dar un mensaje” aún sin decir una palabra. Por ejemplo, para el título de tapa de un libro de cuentos de terror, se podría utilizar la fuente “Creeper”, quedando apta para el género. Pero no sería apropiada esta misma fuente para un título infantil, que podría utilizar la fuente “Snap”. De cualquier modo, recomiendo no utilizar para la tapa fuentes demasiado rebuscadas ni que sean difíciles de leer, y al mismo tiempo fuentes que sean confortables para leer grandes volúmenes de texto para el interior, ya que si son muy complejas, pueden desanimar rápidamente la lectura del libro y distraer la atención del lector. Una de las fuentes que más estoy usando en el interior, es esta misma que aquí se lee, llamada “Lynton BQ”, por tener cuerpo agradable, al mismo tiempo que no es una fuente común.

El ancho de la fuente es muy importante también, y las letras del tipo “narrow” son bastante más angostas que las comunes, pudiendo ahorrar muchas páginas cuando el texto es interminable y el libro tiene más de 200.000 caracteres. Sólo que también debemos evaluar si para un lector medio, no será engorroso leer mucha cantidad de páginas con una fuente incómoda y abandone la lectura por cansancio visual.

### **¿Qué características cree que debe poseer el cuerpo de texto para lograr llamar la atención del lector?**

El cuerpo de un texto, por caso una novela, debería tener elementos que la hagan de fácil lectura y visualización. Un texto muy largo, sin espacios o “aire” (llamado también “oxígeno visual”) llega a “ahogar” la vista del prospecto lector, y fatigarlo. Se deben respetar en forma obligatoria los “signos de puntuación”, que se inventaron para darle “sentido” al texto. Porque una cosa es el texto y otra distinta el “subtexto”, es decir lo que el texto no dice literalmente pero que sí sugiere “bajo cuerda”, ya que es el lector quien (en base a sus experiencias en relación al texto) colocará significado a las palabras escritas. No siempre el subtexto está escrito, sino que será sugerido en base a las ideas o preconceptos del lector. Así, el libro es motivador del pensamiento propio. Lo mismo sucede en libros de poesía, donde se deben respetar espacios, márgenes, columnas, etc. Un poemario todo torcido o descolumnado, desluce mucho el contenido de la poesía, porque da la sensación de “desprolijidad”. En cuanto el autor del texto del libro tiene responsabilidad sobre el mismo, pero el diseñador gráfico de ese volumen tiene una responsabilidad muy grande en cuanto al “significado del diseño” del libro, porque hasta los espacios, el encuadre, los márgenes, la tipografía, todo dice algo más, que aporta a lo que el autor quiere decir con su texto.

### **Sobre el debate “libro físico-libro digital”, ¿Qué cree que va a prevalecer en el tiempo?**

El debate “físico-digital” en referencia al libro, está en pleno desarrollo y todavía no hay conclusiones certeras sobre el mismo. Mi opinión es que durante al menos dos décadas más, el libro de papel seguirá teniendo el gran protagonismo que tiene hoy, conviviendo con el libro digital y en algunos casos, superándolo. Lo aseguro teniendo en cuenta la expectativa de vida de las personas de mi generación, que teniendo hoy entre 40 – 60 años de edad, hemos sido educados “gracias” al libro de papel. Durante nuestro desarrollo psíquico, no existieron ni computadoras ni celulares ni tabletas, como para leer e-pubs ni PDFs. Sin embargo, los hemos inventado. Por consiguiente, todo lo que aprendimos se lo debemos al papel. Y eso no será tan fácil de reemplazar hasta que estas generaciones ya no existamos más, y hoy somos millones. No obstante, es posible que debido a los alcances de la inteligencia artificial, en un futuro ya nadie siquiera lea, sino que directamente se le pregunte a un dispositivo conectado a Internet y éste le responda con precisión (esto ya está sucediendo). Esta interacción con el software inteligente, sacaría también al libro digital de circulación. Por lo tanto creo que el libro digital “ya está amenazado de muerte” y condenado al desuso, y no llegará a durar los cinco siglos de historia que viene capitalizando el libro de papel.

## ENTREVISTA N°2

Para lograr analizar del todo el cómo realizar una pieza gráfica (ya sea editorial o no), es prácticamente fundamental realizar una encuesta/entrevista al público al que se dirigirá y, en este caso, a uno de los principales protagonistas en la llegada de la literatura al adolescente.

Se logró contactar con un profesor de Literatura y Oratoria de una escuela pública para consultarle sobre los hábitos de sus alumnos y cómo llegar fácilmente a ellos.

En la materia del profesor Luna se leen hasta 15 libros y gran cantidad de cuentos por año. Luego de la lectura, él realiza un análisis conceptual y compositivo de cada obra. La mayoría de las piezas de lectura son de autores latinoamericanos.

Juan Carlos Luna es profesor de literatura de la escuela Normal Juan Pascual Pringles, en la Provincia de San Luis. Él da clases a alumnos de 15 hasta 18 años.

**¿Ha trabajado sólo con alumnos adolescentes (de 15 a 17 años)?  
En el caso que su respuesta sea sí, ¿Con qué otros alumnos ha trabajado?**

He trabajado a lo largo de mis años de docente con alumnos de esas edades y más grandes, cuando daba clase en el profesorado de lengua y literatura del IFDC de San Luis.

**Con respecto a la forma de comprender del alumno: ¿Ha notado alguna diferencia entre las distintas edades?**

Para la comprensión lectora es determinante cómo aprendió el alumno desde niño, cómo fueron sus primeros años de lecto-escritura, y con el correr de los años cómo fue el proceso de lector (variedad de tipos de textos y temas, complejidad y sus modelos lectores, no necesariamente todas las variables juntas, pero incide alguna). Esto hace que se presenten dificultades lectoras y gusto por la lectura en todas las edades, o sus opuestos.

**¿Cuáles cree que sean las metodologías o recursos más prácticos a la hora de llamar la atención de un adolescente?**

Creo, que más que “llamar la atención”, es cómo invitar a la experiencia de la lectura, al viaje de lo desconocido; alguna inquietud, alguna pista, alguna experiencia personal o un dato del autor, etc, pueden ser las chispas iniciales.

**¿Qué características tiene que tener un libro para llamar la atención de un adolescente y no causar que se distraiga?**

En cuanto a libro material, al tradicional, creo que tiene que ser práctico en su manejo, un título interesante y es clave la contratapa, cómo y qué dice de lo que trata el libro; en caso de ser un libro temático, el índice tiene que ser ordenado y claro.

**Si un libro contiene distintos tipos de recursos (imágenes, colores, distintas tipografías, etc): ¿Hay más posibilidades de que llame la atención del adolescente? ¿Hay algún tipo de recurso que no recomiende?**

La saturación de imágenes, creyendo que lo visual conquista; la imagen conviene ser equilibrada con la escritura y que sume, no que redunde sobre el contenido; que ambos lenguajes se complementen.

**¿Qué característica tiene que tener un libro para que usted lo analice en clases?**

Fundamental el contenido, qué me dice y qué le dirá a los potenciales lectores: adolescentes, no motivados en general, 80 minutos de lectura, etc.

**En cuanto a la portada: ¿Influye en el interés que se le prestará al libro a la hora de leerlo?**

En parte, está en las respuesta 5, sin embargo la portada es una primera puerta de entrada al libro, pero el inicio del recorrido es la lectura, y si no te atrapa en las primeras páginas (hablando de libros de literatura), no importará la tapa... No me quedará viendo la tapa; quiero leer.

### ENTREVISTA N°3

Para lograr comprender el metodología de trabajo de la editorial escogida a la hora de realizar un libro para nuestro público se logró contactar con la Directora Editorial de “Editorial El Ateneo” para consultarle al respecto. Además brindó información técnica para que el resultado del proyecto sea lo más similar a la realidad.

Con más de 30 años de experiencia en el mercado editorial, Marcela Luza es licenciada en Periodismo y Comunicación Social, egresada de la Universidad del Salvador. Actualmente es Directora Editorial en “Editorial El Ateneo”.

**¿Ha trabajado alguna vez con el público adolescente? ¿Cuál cree que es la dificultad que presenta editar un libro para el público en cuestión?**

Si, trabajé varios años porque fui cocreadora del sello editorial VRYA, de la Editorial VR Editoras. Fue el primer sello juvenil de la región, con niveles de venta muy pero muy buenos y autores best seller como James Dashner, de la saga Maze Runner, Chris Colfer, autor de La Tierra de las historias, Ava Dellaira, autora de Cartas de amor a los muertos, entre muchos otros éxitos editoriales.

Dificultad, ninguna. Como en la edición de todos los libros hay que conocer muy bien el perfil de los lectores, qué les gusta, qué los emociona, qué lenguaje los toca de cerca, qué temas les interesan.

**¿Qué tanto importa la portada de un libro a la hora de comprarlo?**

A mi criterio hoy es el 90 por ciento de la venta. La tapa da mucha información sobre el libro, indica a qué género pertenece, si el autor es consagrado o no, la temática, la editorial que lo editó...

Las mesas de novedades de las librerías están repletas de libros. Si mi tapa no grita, no sorprende, no exige ser levantada nadie la verá. Pasará desapercibida. Pero además, si no comunica el contenido del libro, no se venderá.

**A la hora de realizar una impresión de bajo costo: ¿Qué requisitos se toman en cuenta (cantidad de colores, sistema de impresión/ encuadernación, ilustraciones, materiales) para la producción?**

Es crucial en las editoriales analizar cuidadosamente el costo del libro. Para una impresión de bajo costo trabajamos a un color, sin solapas y con formatos estandares que tienen un rendimiento óptimo del papel. Si el libro es a un solo color, no es razonable incluir ilustraciones o fotos salvo que se trate de un libro para pintar ya que la calidad del mismo no será buena.

**En cuanto al interior de los libros, ¿Se utiliza algún método para la selección tipográfica? Si es así, ¿Cuál?**

Se eligen tipografías en función del público destinatario, tipo de libro y gusto de los editores. Esto es muy subjetivo, pero es muy importante que la tipografía exprese si se trata de un contenido moderno o antiguo, si es un clásico, si la editorial es tradicional o más jugada... Todas las decisiones que tomamos en el proceso de edición hablan del contenido y de nosotros como editores.

**¿Qué métodos de promoción se suelen utilizar? ¿Varían dependiendo del público?**

Por lo general, prensa tradicional y redes, tanto Instagram como Facebook.

**¿Cuáles cree que son las metodologías más prácticas para llamar la atención de un adolescente en plena era digital? ¿Cómo lograr que no se distraiga?**

Supongo que si tuviera que trabajar para jóvenes hoy estaría muy pendiente de sus gustos, códigos y necesidades. Les hablaría en su mismo idioma... Si el contenido es esperado o deseado por ellos no se distraen. Se quedan con el libro. Son muy lectores.



**A la hora de encarar un proyecto como el que yo propongo, ¿Se suele realizar una investigación de mercado? ¿Qué tanto tiene que abarcar en cuanto a segmentación?**

Si, hay que hacer un estudio de mercado, aunque más no sea de modo casero. Hablar con la mayor cantidad de gente posible que nos pueda brindar información válida del segmento al que queremos llegar. Esa información procesada nos ayudará a llegar a nuestro público objetivo. Conocer a quién va dirigido nuestro producto es crucial.

**¿Cree que el libro físico continúa llevándole la delantera al digital? ¿Qué pasa con los adolescentes?**

Si, sin duda, por cada 10 libros físicos se vende 1 o 2 digitales. Los jóvenes son lectores híbridos, es decir, leen tanto en un formato como en otro de acuerdo a la disponibilidad de libros. Pero en mi experiencia, les gusta mucho tener el libro físico porque aprecian su materialidad, les gusta olerlo, tenerlo marcado, subrayado. Es un objeto preciado. Por eso los libros para jóvenes tienen tan bonito diseño en general.

**Idea**

## **2.1 Definición de Objetivos**

### OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un sistema complejo de comunicación visual para una editorial.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Utilizar autores e historias más importantes del país.
- Diseñar una propuesta que logre atraer al público adolescente.
- Establecer patrones, códigos y conceptos propios que permitan sistematizar y organizar las piezas de diseño en futuras publicaciones.
- Posicionar al producto en un contexto nacional, específicamente educativo.
- Diseñar la imagen y promoción de sistema editorial adaptado al público adolescente.
- Proponer un naming para la colección de libros.

## **2.2 Estrategias**

### ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Los conceptos a desarrollar en la estrategia de comunicación son:

- Moderna
- Entretenida
- Innovadora
- Llamativa

En cuanto al naming de la colección, se propusieron distintos modismos y expresiones utilizadas por el público objetivo. Finalmente se seleccionó el modismo afirmativo “Re”, adverbio que indica superioridad al adjetivo que le sigue, que en este caso sería la palabra “Culto” combinada con el anglicismo “Cool”. Esta composición de palabras se utilizará con la intención de connotar una experiencia intelectual, divertida y juvenil.

## ESTRATEGIA CREATIVA

Se utilizarían cubiertas donde predomine la fotografía y los colores estridentes. Se utilizará la metáfora para referirse directa o indirectamente a los temas de los libros escogidos.

La adopción de estos códigos va a ser la base para la formulación de toda la gráfica, que a través del collage, uso de texturas, paletas de colores vibrantes y tipografía sans serif; van a estructurar todas las constante gráficas de piezas centrales y piezas satélite pertenecientes al sistema complejo.

Los collages van a ser el aspecto troncal de toda la imagen y estas van a estar construidas en base a una serie de observaciones puntuales sobre la línea utilizada, el color utilizado, el uso de texturas de fondo y las composiciones tanto en algunos casos metafóricas como bien literales en otras.

La identidad del producto, va a tomar elementos constantes y elementos variables para construir toda la gráfica.

Lo constante se constituye a través del uso del collage con un elemento protagonista en el centro rodeado por elementos secundarios, producidos inicialmente para presentar el contenido dentro de los libros y por otro lado, la textura de fondo con tonalidades blancas y sin demasiada opacidad, acompañadas con el círculo donde se apoya la composición del collage. El uso tipográfico se compone por el título y el nombre del autor en sans serif y tono negro.

Lo variable son la naturaleza de las composiciones, el tipo de texturas y el color del círculo donde apoyan los collages.

## ESTRATEGIA DE MEDIOS

Se propone un sistema editorial de cinco libros de 14,8x21cm, con encuadernación rústica y con una cantidad de entre 70 y 200 páginas cada uno.

Estos libros cuentan con un tamaño estándar para economizar recursos a la hora de su producción, además todos cuentan con escasez de elementos y colores en el interior para complementar la finalidad planteada.

El sistema cuenta un segundo bloque de desarrollo que consta del aparato de comunicación, promoción y venta del producto el que se divide en aplicaciones, donde aparecen piezas tradicionales y por otro lado difusión, donde se detallan las piezas de comunicación principalmente en el medio digital, ya que es el medio que predomina en el público objetivo.

### Aplicaciones:

- Señaladores
- Libretas
- Lápices/lapiceras
- Bolsa de venta
- Pines
- Remeras

### Difusión:

- Piezas de comunicación para Facebook (posts y portada).
- Piezas de comunicación para Instagram (posts, historias y videos).
- Filtro de Instagram
- Banner para web de editorial
- Stand para editorial en feria del libro
  - Ploteo de afiches
  - Gráfica para pantallas digitales interactivas
  - Gráfica para tablets con muestra de primeras páginas
- Afiches para vía pública
- Porta Escaners

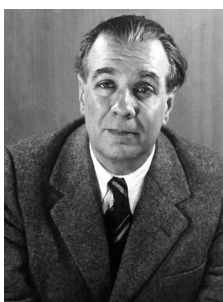
## LIBROS SELECCIONADOS

Se seleccionaron cinco libros de cuentos de diferentes autores clásicos.



LA TRAMA CELESTE  
Adolfo Bioy Casares

Año: 1948  
Cuentos: 6  
Páginas: 168



EL ALEPH  
Jorge Luis Borges

Año: 1949  
Cuentos: 17  
Páginas: 142



Y ASÍ SUCESIVAMENTE...  
Silvina Ocampo

Año: 1987  
Cuentos: 23  
Páginas: 132



BESTIARIO  
Julio Cortázar

Año: 1951  
Cuentos: 8  
Páginas: 110



UN KILO DE ORO  
Rodolfo Walsh

Año: 1967  
Cuentos: 4  
Páginas: 104

## PLAN DE DISEÑO

Se plantea realizar una serie de cinco libros de cuentos, con encuadernación rústica y tamaño estándar A5; con collage en las tapas. Las composiciones y elementos de las tapas van a constituir el pilar sobre el cual se va a desarrollar la gráfica para el resto del plan de comunicación que consiste en la promoción online y offline.

Por un lado tendremos las aplicaciones tradicionales, compuestas por una serie de cinco señaladores, libretas, lápices, bolsas de venta de polietileno, pines y remeras estampadas.

En paralelo, una línea de comunicación online, compuesta de una campaña de redes sociales que actúa en Facebook, Instagram y Twitter muy específica e intensa, ya que es el principal medio donde se encuentra el público objetivo. La campaña actuará durante seis semanas de acción planificada. Además se generará contenido interactivo específicamente para Instagram y un banner promocional para la web de la editorial.

En cuanto a la promoción física, se realizará un stand para la feria del libro, donde se utilizarán afiches ploteados y contará con dos tipos de pantalla: Una interactiva a modo de invitación y otra a modo de introducir y exhibir el contenido de los cuentos.

Para finalizar, se realizarán afiches para la vía pública y porta escáner para las librerías.



# Serie de Libros

Libros Físicos 148X210mm



## Aplicaciones



Señaladores 55x200mm



Remeras



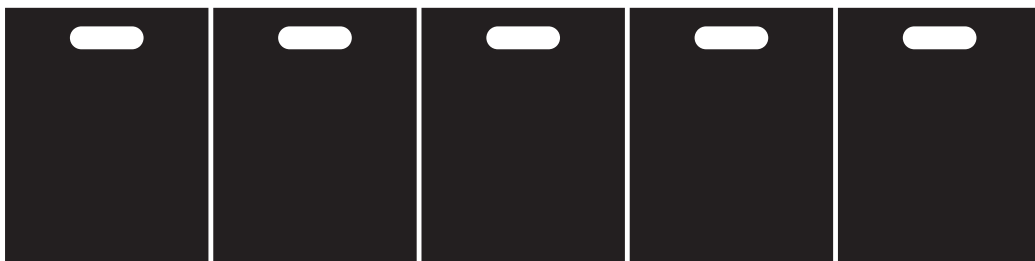
Libretas 148x210mm



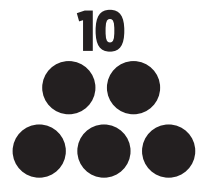
Lápices



Lapiceras



Bolsas de venta papel 300x410mm



10  
Pines

# Plan Instagram

## Posts orgánicos



### Reconocimiento

## Lanzamiento

3 posts  
Postea:  
Lunes/Miércoles/Jueves

### Acercamiento Público

## 1era Semana

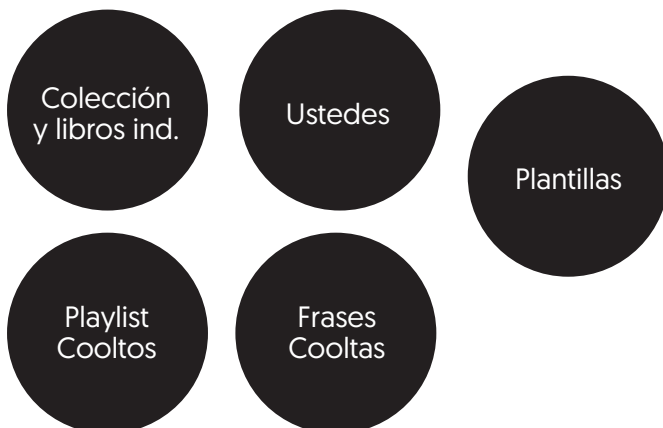
Antes de Lanzamiento  
3 posts  
Postea:  
Lunes/Miércoles/Jueves

### Primer Acercamiento

## 2da Semana

Antes de Lanzamiento  
6 posts  
Postea: 1 por día

## Highlights



## Fotos de perfil



## Historias



Primer acercamiento

### 2da Semana

Antes de Lanzamiento

2 historias seguidas  
sábado luego del post



Acercamiento público

### 1er Semana

Antes de Lanzamiento

Lunes/Miércoles/Viernes  
después de cada post

## Historias



## Lanzamiento

En el caso de la primera, se publicará el lunes. Las cinco historias se repartirán de lunes a viernes. La última se publicará el viernes.



### Experiencia del usuario

## 1er Semana

Después del lanzamiento

Las cinco historias se repartirán de lunes / viernes

## Historias



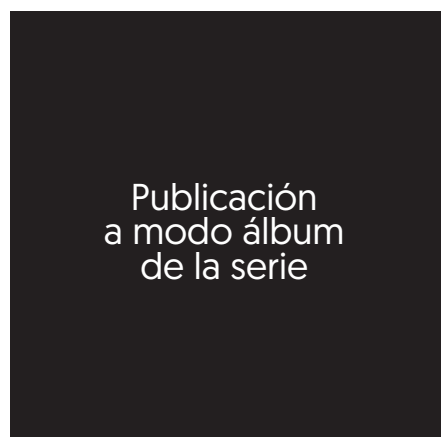
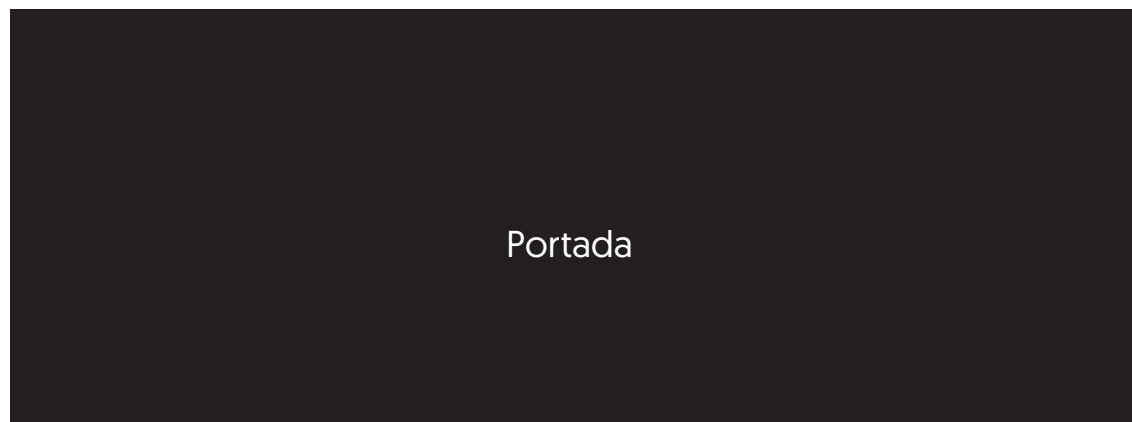
Experiencia del usuario II

## 2da Semana

Después del lanzamiento

Las cinco historias se  
repartirán de lunes / viernes

## Plan Facebook



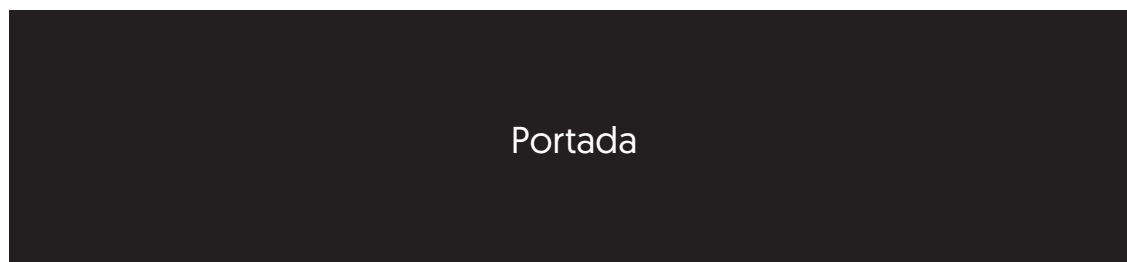
# Plan Twitter

Cuenta: @ReCooltos

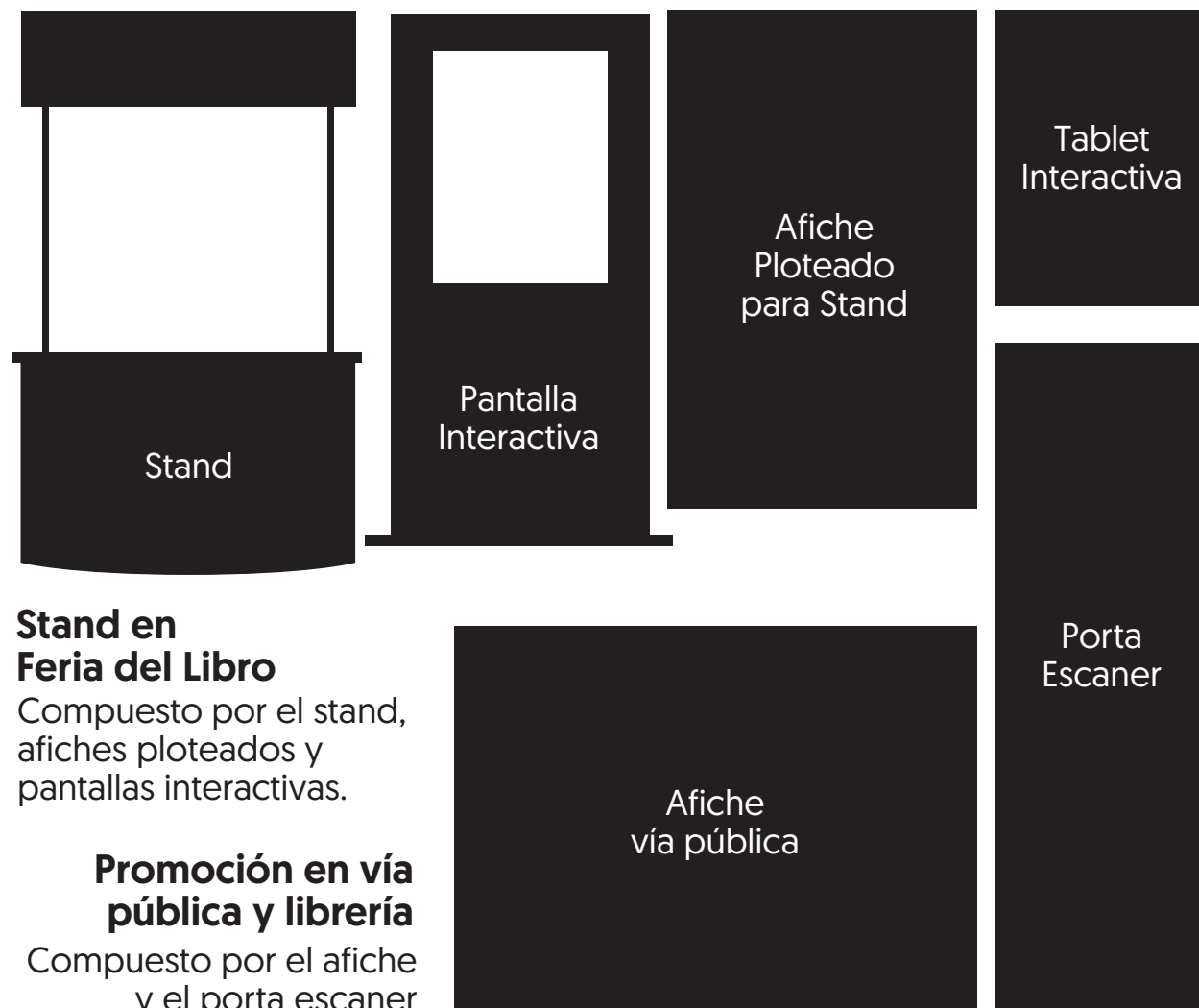
-Publicar una frase de la colección cada 2 días las 3 semanas antes a la publicación y después.

-1 semana antes de la publicación, presentar la serie con link a instagram para “ver más contenido”. [Dejar fijado]

-Hilo de Twitter presentando los libros individuales con una pequeña descripción de c/u.



## Promoción física



### Stand en Feria del Libro

Compuesto por el stand, afiches ploteados y pantallas interactivas.

### Promoción en vía pública y librería

Compuesto por el afiche y el porta escaner

# **Solución**

### 3.1 Anteproyecto

#### PRIMEROS BOCETOS DE CUBIERTAS

Se comenzó a explorar con la técnica de collage planteada en las estrategias, donde se indagó en diferentes estilos y con diferentes elementos.



Estas composiciones fueron descartadas por la escasez de significado en las metáforas y la dificultad que presentaría al realizar la sistematización.



Se comenzaron a explorar distintas metáforas pensando ahora en significar los autores y sus correspondientes cuentos, tanto desde la composición de collage como en los colores utilizados.

Dejó de ser tan sólo un autor y se convirtió en una serie de 3 autores: Cortázar, Casares y Borges.



Por último, comienza a definirse una intención de identidad en la colección pero aún queda ajustar códigos tipográficos y esquemáticos que definan la serie.



Una vez definidos los cuentos y los autores, se comenzaron a aplicar en el sistema propuesto.

Se agregaron dos autores más: Silvina Ocampo y Rodolfo Walsh. En cuanto a la contraportada, se colocaron flores y un semi-círculo aludiendo a la portada pero luego se descartaron y simplificaron porque eran demasiado llamativos.



Se procede a realizar pruebas de tipografía y color de éstas. Se prueban diferentes formas en el fondo que se descartan porque complejizaban demasiado la composición.

En cuanto a los últimos autores añadidos, se continuó trabajando en la composición para llegar al suficiente nivel de complejidad conceptual de la pieza.



Se continúa con la prueba tipográfica y color. En cuanto a la contraportada se disminuye la cantidad de texto sobre el libro y se agrega una breve biografía del autor.



Se comienza a explorar en el interior de los libros, planteando el código QR con contenido adicional al final de cada cuento y un collage simple con elementos significativos del cuento que comienza. Esta última idea se descartó por la complejidad de tener que significar cada cuento en cuestión.

—Bueno, gracias —dijo Clara mirándolo emocionada, y se concentraron en el plan, estudiando la ubicación de sus piernas, los espacios a cubrir. Vieron que el 168 tendría paso libre en la esquina de la plaza; temblándole los vidrios y a punto de embestir el cordón de la plaza, tomó el viraje a toda carrera. El pasajero salió del asiento hacia adelante, y detrás de él pasó veloz Clara, tirándose escalón abajo mientras él se volvía y la ocultaba con su cuerpo. Clara miraba la puerta, las tiras de goma negra y los rectángulos de sucio vidrio; no quería ver otra cosa y temblaba horriblemente. Sintió en el pelo el jado de su compañero, los arrojó a un lado la frenada brutal, y en el mismo momento en que la puerta se abrió el conductor corrió por el pasillo con las manos tendidas. Clara saltaba ya a la plaza, y cuando se volvió su compañero saltaba también y la puerta bufó al cerrarse. Las gomas negras apesaron una mano del conductor, sus dedos rígidos y blancos. Clara vio a través de las ventanillas que el guarda se había echado sobre el volante para alcanzar la palanca que cerraba la puerta. El la tomó del brazo y caminaron rápidamente por la plaza llena de chicos y vendedores de helados. No se dijeron nada, pero temblaban como de felicidad y sin mirarse. Clara se dejaba guiar, notando vagamente el césped, los canteros, oliendo un aire de río que crecía de frente. El florista estaba a un lado de la plaza, y él fue a pararse ante el canasto montado en caballetes y eligió dos ramos de pensamientos. Alcanzó uno a Clara, después le hizo tener los dos mientras sacaba la billetera y pagaba. Pero cuando siguieron andando (él no volvió a tomarla del brazo) cada uno llevaba su ramo, cada uno iba con el suyo y estaba contento. (hay trozos de pan en la mesa y sobre la repisa del living) o mirarnos en el espejo que duplica el dormitorio. De noche caemos repentinamente en la cama, y la tendencia a cepillarnos los dientes antes de dormir cede a la fatiga, alcanza apenas a sustituirse por un gesto hacia la lámpara o los remedios. Afuera se oye andar y andar en círculo a las mancuernas adultas.

**¿Nos preparamos para el siguiente cuento?**

Escaneá el siguiente código QR con tu celular y descubrí contenido sobre el siguiente cuento.

Podés encontrar:  
-Imágenes referenciales  
-Wallpaper  
-Stickers  
-Playlist personalizadas

[12]

**Cefalea**  
Delirios a la doctora Margarita L. Tyler las imágenes más hermosas del presente relato. Su admirable poesía. Síntomas orientadores hacia los remedios más comunes del vértigo y cefalea apareció en la revista *Ilustración* (publicada por la Asociación Médica Iberoamericana Argentina), año XXIV, n. 22, abril de 1946, páginas 23 y 24. Asimismo agradecemos a Bruno Ferrnando Cruz el haberme incluido, durante un viaje a San Juan, en el conocimiento de las mancuernas.

Calentamos las mancuernas hasta bastante tarde, ahora con el calor del verano se llaman de caprichos y viciosidades, las más atroces reclaman atención especial y los llevamos ovando temblando en grandes fuentes de luz; las mejores están caídas de el pozo del lago, de manera que si preciso ponetas apuros, atraves una cascata de abigay y caídas que no se hunden de noche con las mancuernas que duermen en la sala y reciben alimento cada ocho horas.

No nos sentimos bien. Esto viene desde la mañana, tal vez por el risato caliente que sojaba al amanecer, antes de que inciera este sol saltándonos que do en la casa todo el día. Nos cueto atender a los animales enfermos —oto se hace a las once— y revisar las citas después de la siesta. Nos parece cada vez más penoso andar; seguir la rutina; sospechamos que una sola noche de distracción sería funesta para las mancuernas, los ruidos irreparable de nuestra vida. Andamos entonces en reflexiones cumpliendo uno tras otro los actos que el hábito reclama, desentendándonos apenas para comer

[13]

Se plantean varias tipografías de diferentes estilos para intentar llegar a una composición correcta.



Se prueban diferentes tipos de composiciones en conjunto con el texto pero se descartan por falta de legibilidad en algunos casos y en otros por complejidad a la hora de plasmarlos en los otros libros, ya que cada uno tenía un título con diferentes características.



A medida que la exploración de las propuestas se iban adaptando a los formatos finales, se comenzaban a observar nuevas necesidades.

Un ejemplo es, al plasmar la serie en conjunto se detectó que los colores de las portadas de Walsh y Ocampo tenían un tono demasiado oscuro y desentonaban con las otras tres portadas.



Otra idea que se descartó fue colocar texto de fondo en todas las portadas ya que había demasiados elementos constantes y podían solucionarse de otra manera.

# Realización

## **4.1 Proyecto**

### EXPLORACIÓN CONCEPTUAL

La construcción de las composiciones de collage está basada en el estilo utilizado por el público objetivo para expresarse artísticamente a través de las redes sociales. Tanto con fotografías, recortes y colores vibrantes.

Cada composición está conceptualizada según el contenido del libro que representa, de manera directa o indirecta. Esto permite una libre interpretación del lector.

En cuanto a los elementos utilizados, se repite una figura principal en el centro, que conceptualiza tanto al autor como al cuento en sí, y por otro lado, elementos secundarios que acompañan al elemento central y brindan diferentes interpretaciones.

El fin del collage, aparte de brindar la estética de la colección de libros, es lograr ser un “mapa” donde el usuario descubra e interprete conceptos mientras lee el libro. Esto le brindará una experiencia diferente y más interactiva con la obra.

Para finalizar, la tipografía empleada en los títulos, además de ser utilizada por el público objetivo, brinda un aspecto juvenil y moderno a la composición. El color negro logra no complejizar la disposición de los elementos, ya que como principal nivel jerárquico de visualización se encuentra el collage.



## **Desarrollo de tapas e ilustraciones del proyecto**

En distintas entrevistas, foros y opiniones sobre los autores escogidos para realizar la colección de libros, se los denominó “Collage Literario”. Esto se debe a las técnicas que utilizaban a la hora de escribir, la variedad de temas y recursos que abarcaban y todo concordaba de una manera armoniosa.

Se utilizó el collage para realizar la imagen principal de las cubiertas de los libros. Esta técnica consiste en la unión de varios recursos para crear algo nuevo.

El proceso consistió en leer e interpretar cada uno de los libros y la historia de cada autor. Luego se procedió a generar una lista de palabras, conceptos y elementos que podían significarse de cada relato de los libros. Estas palabras se convirtieron en imágenes y posteriormente se realizó la composición de collage agregando como base un círculo de color como elemento constante en todas las cubiertas de libro.

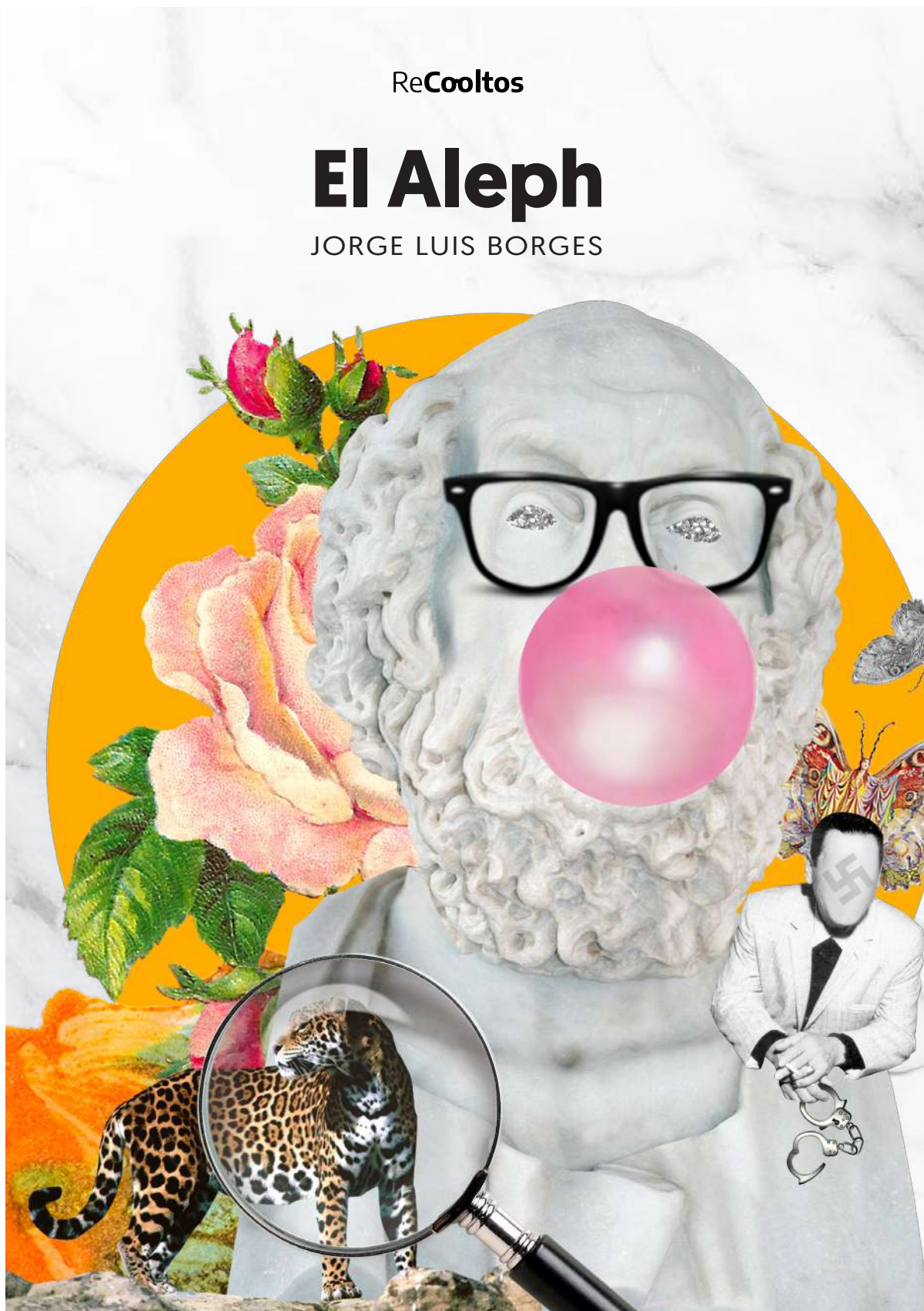
**Desarrollo de tapas e ilustraciones  
del proyecto**

JORGE LUIS BORGES - EL ALEPH

ReCooltos

# El Aleph

JORGE LUIS BORGES

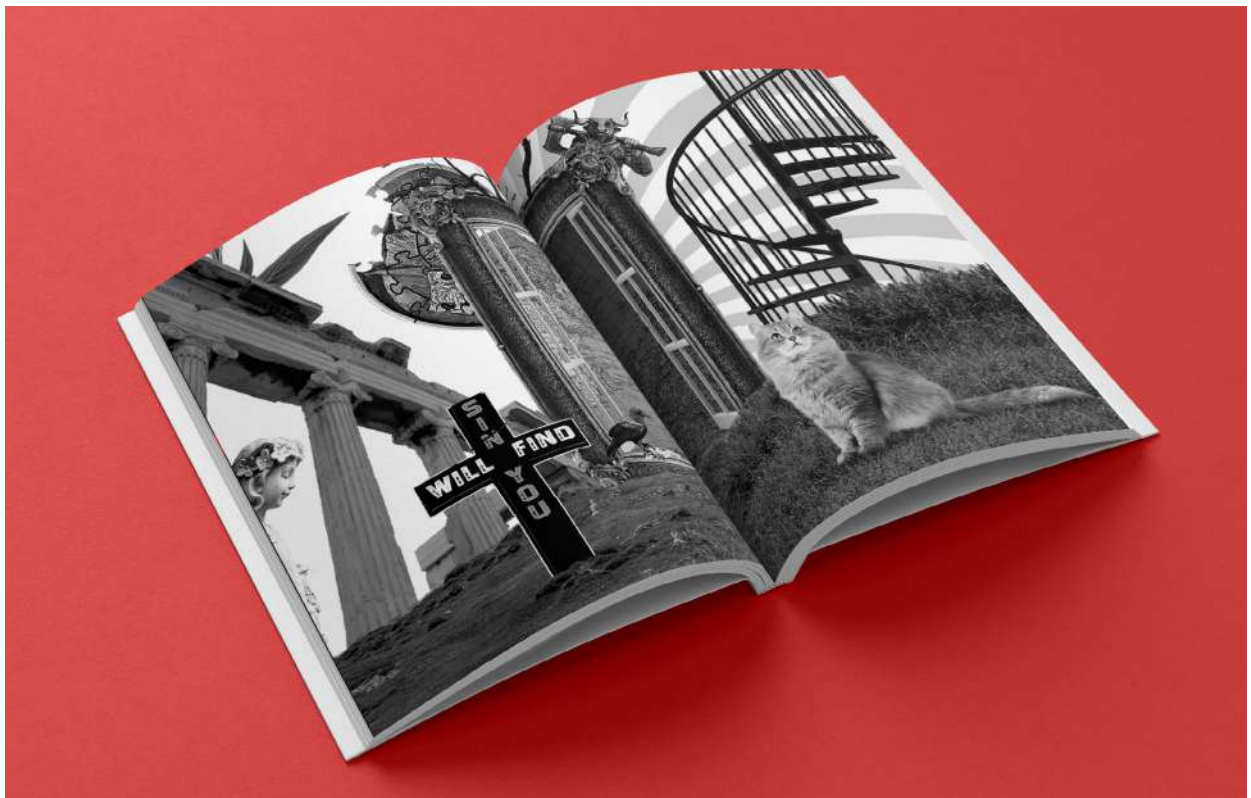




PORTADA



COLLAGE DOBLE PÁGINA EN MITAD DE LIBRO



**Desarrollo de tapas e ilustraciones  
del proyecto**

ADOLFO BIOY CASARES - LA TRAMA CELESTE





En los seis relatos fantásticos que componen este libro de 1948, la inagotable fantasía de Adolfo Bioy Casares teje en torno a los juegos de apariencia y realidad, espaciales y temporales, a los laberintos y al poder de la mente sobre la materia. Considerado por Borges como uno de los mejores escritores argentinos, concibió una trama celeste (o divina) donde conviven una víctima perseguida por los sectarios del culto al perro, un hombre que traspone una puerta y retrocede dos siglos, y otro que, mediante un rito mágico, detiene el tiempo; y, junto a todas estas historias, la pieza que da título al conjunto: La trama celeste. cuenta las peripecias de su amigo, el capitán Ireneo Morris.



**Adolfo Bioy Casares** (Buenos Aires, 15 de septiembre de 1914 - ib., 8 de marzo de 1999) fue impulsor del género fantástico y el rescate del relato por sobre lo descriptivo. Defensor del género policial por su interés en la trama en sí. Recibió la Legión de Honor francesa en 1981, y fue nombrado ciudadano ilustre de la Ciudad de Buenos Aires en 1986.



**Editorial El Ateneo**

**La Trama Celeste**



PORTADA

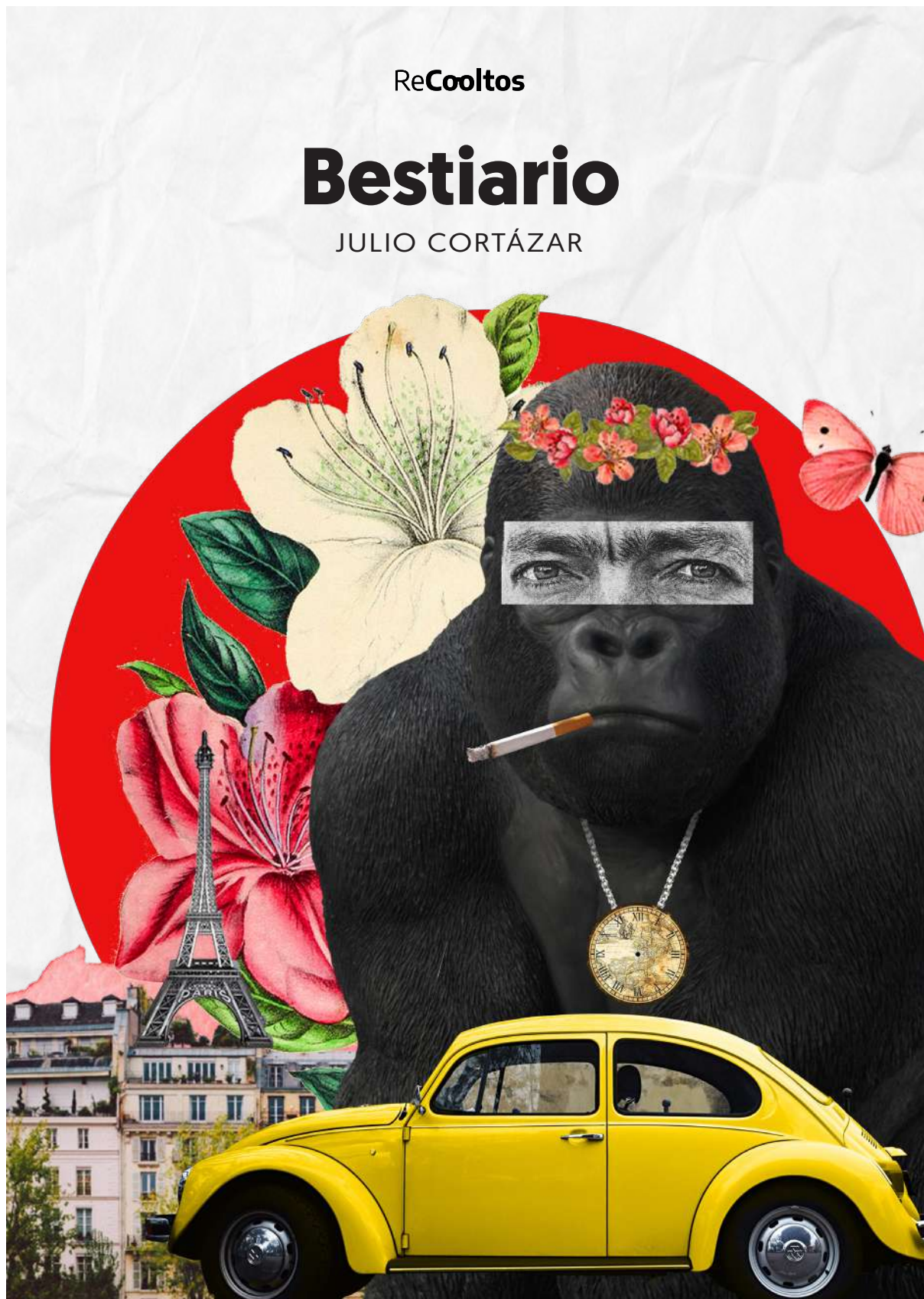


COLLAGE DOBLE PÁGINA EN MITAD DE LIBRO



**Desarrollo de tapas e ilustraciones  
del proyecto**

JULIO CORTÁZAR - BESTIARIO







ReCooltos

# Bestiario

JULIO CORTÁZAR

JULIO  
CORTÁZAR

Bestiario

Bestiario es el primer libro de relatos que Julio Cortázar publicó con su auténtico nombre. Pero no hay en estas ocho obras maestras ni el menor balbuceo ni resacas juveniles: son perfectas. Estos cuentos, que hablan de objetos y hechos cotidianos, pasan a la dimensión de la pesadilla o de la revelación de un modo natural e imperceptible. Sorpresa o incomodidad son, en cada texto, un condimento que se agrega al placer indescriptible de su lectura. Casa tomada, Carta a una señorita en París, Lejana, Ómnibus, Cefalea, Circe, Las puertas del cielo, Bestiario: Después de leer estos verdaderos clásicos del género, nuestra opinión sobre el mundo no puede seguir siendo la misma.



**Julio Cortázar** (Bruselas -Bélgica-, 26 de agosto de 1914 - París -Francia-, 12 de febrero de 1984). Escritor, profesor y guionista. Se identifica con el Surrealismo a través del estudio de autores franceses. Sus obras se reconocen por su alto nivel intelectual y por su forma de tratar los sentimientos y las emociones. Fue un gran seguidor de Jorge Luis Borges.



Editorial El Ateneo

4





**Desarrollo de tapas e ilustraciones  
del proyecto**

SILVINA OCAMPO - Y ASÍ SUCESIVAMENTE...





PORTADA



COLLAGE DOBLE PÁGINA EN MITAD DE LIBRO



**Desarrollo de tapas e ilustraciones  
del proyecto**

RODOLFO WALSH - UN KILO DE ORO

ReCooltos

# Un Kilo de Oro

RODOLFO WALSH



ReCooltos

# Un Kilo de Oro

RODOLFO WALSH

RODOLFO WALSH

En los seis relatos fantásticos que componen este libro de 1948, la inagotable fantasía de Adolfo Bioy Casares teje en torno a los juegos de apariencia y realidad, espaciales y temporales, a los laberintos y al poder de la mente sobre la materia. Considerado por Borges como uno de los mejores escritores argentinos, concibió una trama celeste (o divina) donde conviven una víctima perseguida por los sectarios del culto al perro, un hombre que traspone una puerta y retrocede dos siglos, y otro que, mediante un rito mágico, detiene el tiempo; y, junto a todas estas historias, la pieza que da título al conjunto: La trama celeste, cuenta las peripecias de el capitán Ireneo Morris, que sufre un accidente.



**Rodolfo Walsh** (Lamarque, 9 de enero de 1927 - desaparecido por la última dictadura argentina en Buenos Aires, 25 de marzo de 1977) fue un periodista, escritor y traductor argentino. Integró las organizaciones guerrilleras FAP y Montoneros. Es reconocido por ser un pionero en la escritura de novelas testimoniales aunque también sobresalió como escritor de ficción.

Un Kilo de Oro



ISBN 978-950-515-112-8  
9 789505 599615

**A Editorial El Ateneo**



PORTADA



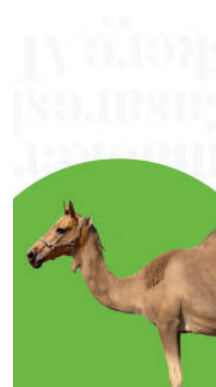
COLLAGE DOBLE PÁGINA EN MITAD DE LIBRO





## Sistema QR

Para generar motivación en la lectura del usuario, cada vez que finalice un cuento encontrará un código QR que lo redirigirá a una carpeta con contenido especial como wallpapers, stickers, playlist personalizadas e imágenes referenciales que los ayudarán a comprender los distintos cuentos. Por ejemplo, en Casa Tomada de Julio Cortázar, una de las imágenes referenciales es un plano de la casa que describe la historia.



STICKERS



QR EN ÚLTIMA PÁGINA



# Aplicaciones

## SEÑALADORES



## REMERAS



LIBRETAS



LAPICERAS / LÁPICES



BOLSA DE PAPEL



PINES



# Instagram



FOTO DE PERFIL

## HIGHLIGHTS



**ReCooltos**  
La colección **más flama**

ahora en tu celular

**Merch Clave!**

COLECCIÓN **ReCooltos**

Ya disponible en librerías y revisterías de **TODO EL PAÍS**

SERIE DE PUBLICACIONES DE LA **SEMANA DE LANZAMIENTO**.

PRÓXIMA COLECCIÓN

**ReCooltos**  
23 de Noviembre

¿Sabés qué tenían en común estos autores?

"Noches hubo, en que me cruí tan seguro de poder olvidarla, que voluntariamente la recordaba."  
-Jorge Luis Borges

SERIE DE PUBLICACIONES DE LA **PRIMERA SEMANA** PREVIA AL LANZAMIENTO.

**ALGO SE APROXIMA**

“en lo que a mí se refiere, soy incapaz de imaginar un mundo sin libros.”

Editorial El Ateneo

SERIE DE PUBLICACIONES DE LA **SEGUNDA SEMANA** PREVIA AL LANZAMIENTO.

HISTORIAS



HISTORIA **SEGUNDA SEMANA**  
PREVIA AL LANZAMIENTO.



HISTORIA **PRIMERA SEMANA**  
PREVIA AL LANZAMIENTO.

**! NOVEDAD**

COLECCIÓN  
**ReCooltos**

Ya disponible en  
librerías y revisterías  
de **TODO EL PAÍS**

**A** Editorial El Ateneo

**! NOVEDAD**

ANIMATE A  
**CASARES**

**A** Editorial El Ateneo

**! NOVEDAD**

ANIMATE A  
**WALSH**

**A** Editorial El Ateneo

**! NOVEDAD**

ANIMATE A  
**BORGES**

**A** Editorial El Ateneo

**! NOVEDAD**

ANIMATE A  
**OCAMPO**

**A** Editorial El Ateneo

**! NOVEDAD**

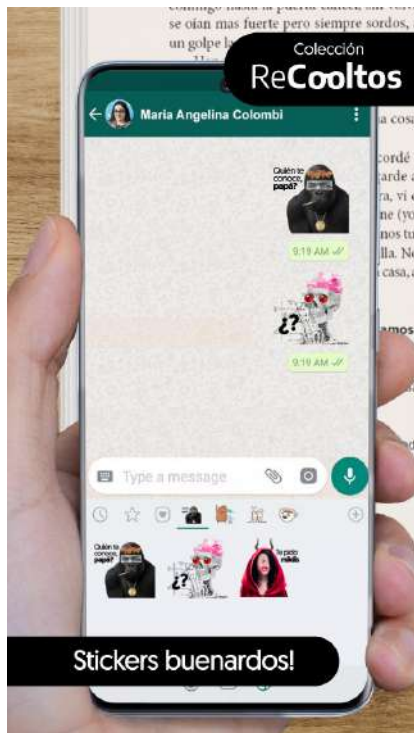
ANIMATE A  
**CORTÁZAR**

**A** Editorial El Ateneo

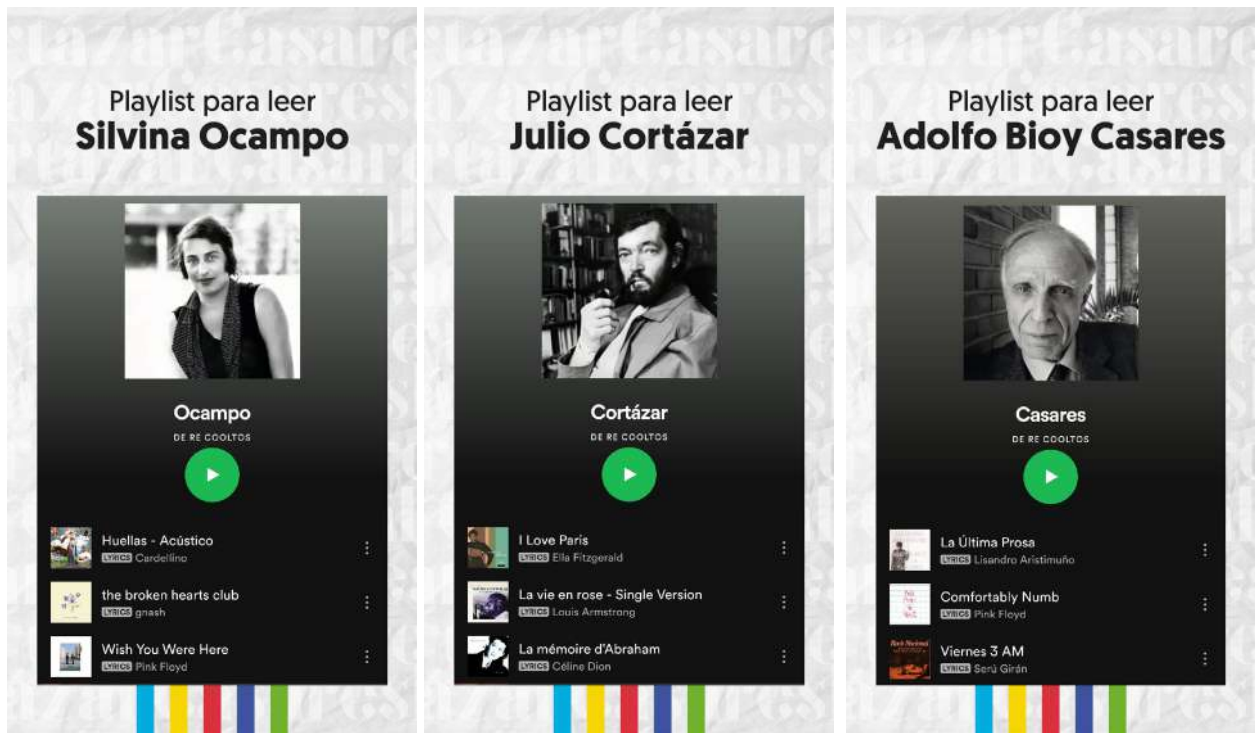
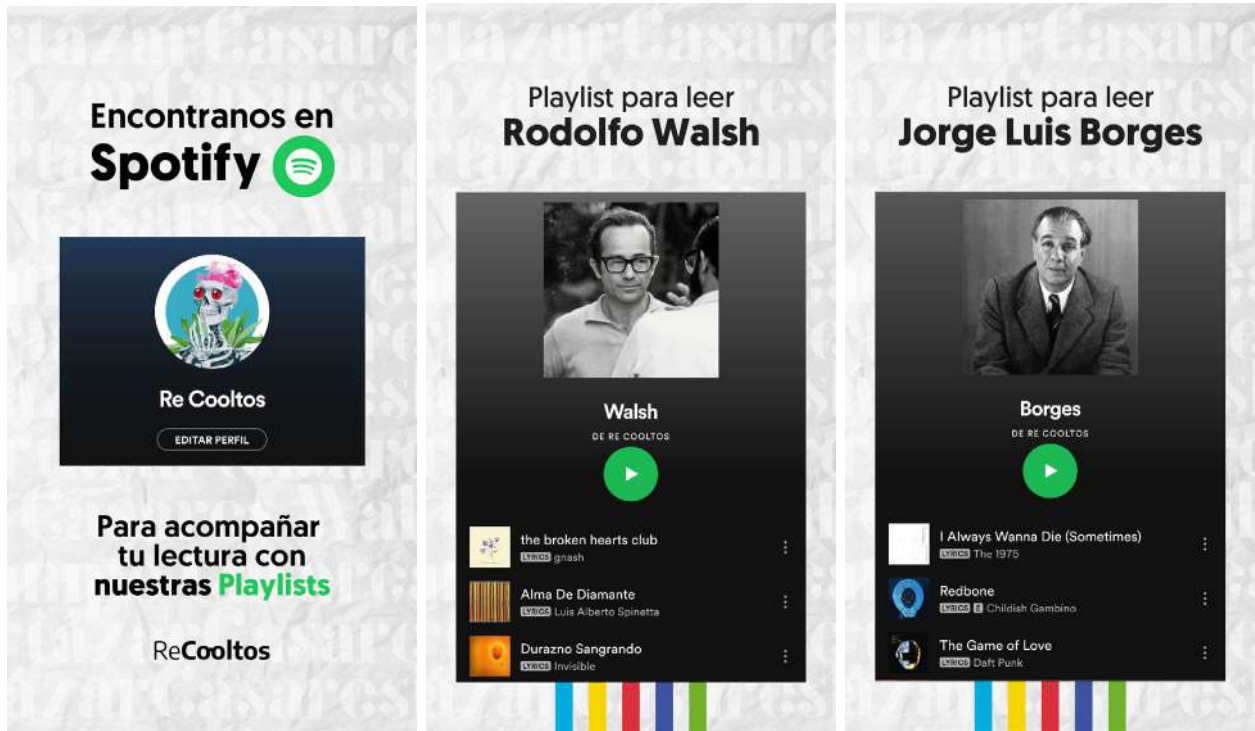
HISTORIA **SEMANA DE LANZAMIENTO**



VIDEO REEL

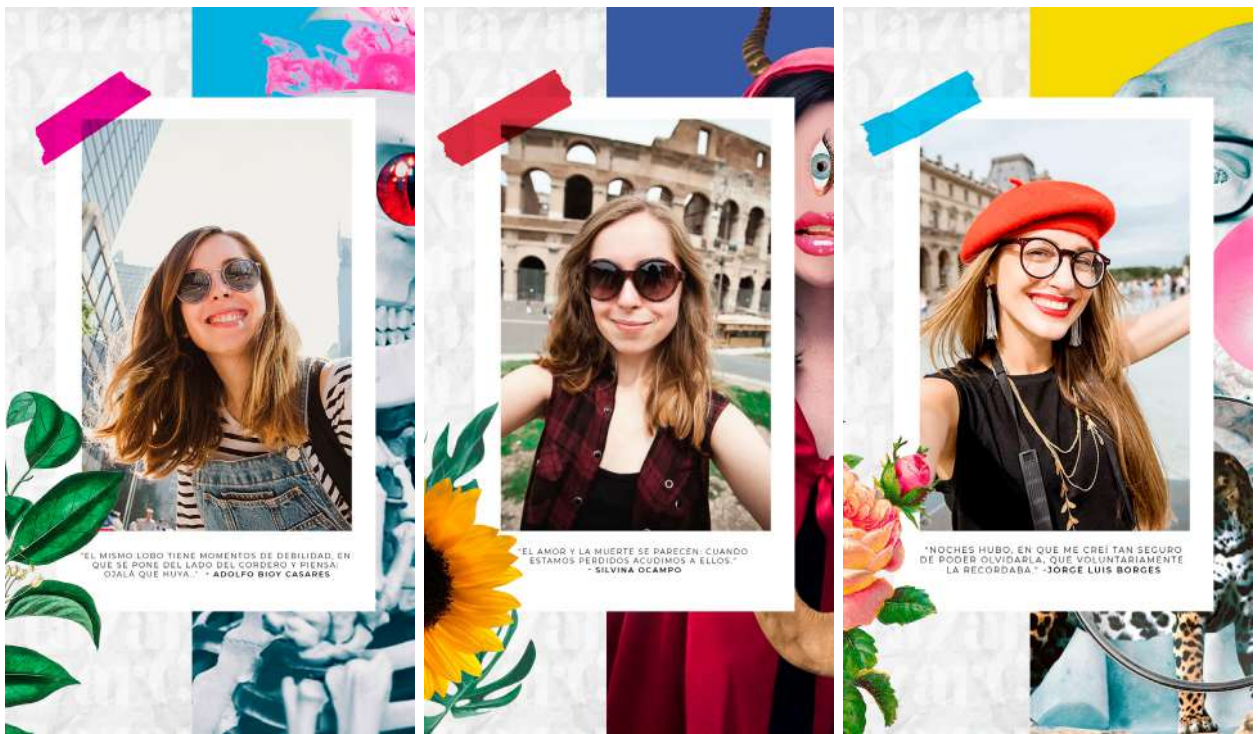


VIDEO REEL



HISTORIA **PRIMERA SEMANA** DESPUÉS  
DE LANZAMIENTO

## FILTRO DE INSTAGRAM

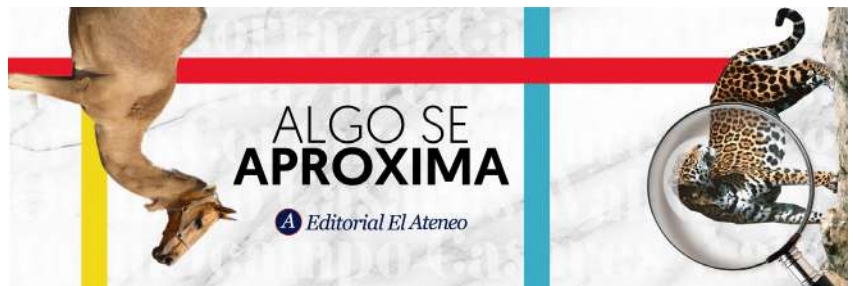


HISTORIA **SEGUNDA SEMANA** DESPUÉS  
DE LANZAMIENTO

## Twitter



FOTO  
DE PERFIL



PORTADA

## Spotify



FOTO  
DE PERFIL

PORTADA DE PLAYLIST



## Facebook de Editorial



PORTADA



POST

# Web de Editorial

## BANNER PRINCIPAL

Logo Editorial El Ateneo: Desde 1912, la editorial argentina más prestigiosa.

Menú de navegación: INICIO, CATÁLOGO, NOVEDADES, NOTICIAS, FOREIGN RIGHTS, CONTACTO, QUEENES SOMOS.

Búsqueda: Nombre del Libro o Autor. Redes sociales: Facebook, Instagram.

ReCooltos COLECCIÓN. Ya disponible en librerías y revisterías de TODO EL PAÍS.

Editorial El Ateneo

### DESCUBRE TU PRÓXIMA LECTURA

<b>CUENTOS CORTOS PARA SOÑAR 3</b> ISBN: 9789500211178 Páginas: 176 Mabel Zimmermann INFANTIL Y JUVENIL	<b>TEO Y ANA INVESTIGAN LOS ANIMALES</b> ISBN: 9782000211100 Páginas: 64 Alexey Gandman INFANTIL Y JUVENIL	<b>SOLTAR PARA SER FELIZ</b> ISBN: 9789500211116 Páginas: 368 Mario Massaccesi y Patricia Daleiro DESARROLLO PERSONAL	<b>CONOZCAMOS LO NUESTRO / THE GAUCHO'S HERITAGE</b> ISBN: 9782000211024 Páginas: 244 Enrique Rapela ARTE	<b>PINTO Y APRENDO FORMAS, OPUESTOS Y MÁS</b> ISBN: 9789500211017 Páginas: 64 Elena Luchetti INFANTIL Y JUVENIL

Patagones 2463 - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Argentina | +5411 4943-8239 / 8262 / 8236 / 8242



CAW Grupo ArgentinaWeb

## Stand



En la feria del libro se colocará un stand de Editorial El Ateneo, que contará con gráfica y colores relacionados a la colección. Además, se podrán encontrar pantallas interactivas(2), donde los que transiten cerca del stand podrán realizar un test “¿Cuál es el libro Re Coolto ideal para vos?”. Al finalizar, el test arrojará un libro de la colección como resultado e invitará al usuario a compartirlo en su cuenta de Instagram para participar por el libro que obtuvo como resultado.

En la parte izquierda contará con una estación de carga de celulares donde podrán acercarse a cargar sus móviles y dar un vistazo a las primeras páginas de los libros de la colección(3) mientras aguardan.

# COLECCIÓN ReCooltos



Ya disponible en  
librerías y revisterías  
de **TODO EL PAÍS**

## PANTALLA INTERACTIVA [2]



**Descubrí cuál es el libro ReCoolto ideal para vos!**



**DESCUBRIR**



**Descubrí cuál es el libro ReCoolto ideal para vos!**

¿Qué hacés en tu tiempo libre?

- Escuchar Música
- Leer Libros
- Jugar Videojuegos
- Ver Series
- Deportes





**Descubrí cuál es el libro ReCoolto ideal para vos!**

¿Qué hacés en tus redes sociales?

- Subir Fotos
- Compartir Frases
- Mirar Fotos de Amigos
- Enviar Memes
- Sacar Fotos



**Tu libro ideal ReCoolto es:**



**Subí una foto** de tu resultado a tu historia en Instagram, etiquetanos y podés **ganarte** tu libro ideal!





TABLET CON PRIMERAS PÁGINAS (3)

NOVEDAD | ReCooltos Editorial El Ateneo

DESCUBRÍ  
**JULIO CORTÁZAR**



Ya Disponible  
**Bestiario**

DESCUBRIR

NOVEDAD | ReCooltos Editorial El Ateneo

DESCUBRÍ  
**RODOLFO WALSH**



Ya Disponible  
**Un Kilo de Oro**

DESCUBRIR

NOVEDAD | ReCooltos Editorial El Ateneo

DESCUBRÍ  
**SILVINA OCAMPO**



Ya Disponible  
**Y así sucesivamente...**

DESCUBRIR

NOVEDAD | ReCooltos Editorial El Ateneo

DESCUBRÍ  
**JORGE LUIS BORGES**



Ya Disponible  
**El Aleph**

DESCUBRIR

NOVEDAD | ReCooltos Editorial El Ateneo

DESCUBRÍ  
**ADOLFO BIOY CASARES**



Ya Disponible  
**La Trama Celeste**

DESCUBRIR

# Librería

PORTA ESCANER



# Cartelería Urbana

PARADA DE ÓMNIBUS



## PARADA DE ÓMNIBUS



## 4.2 Informe Técnico

### ELEMENTOS CONSTANTES EN LA COLECCIÓN



Los elementos y disposiciones demostradas anteriormente serán constantes en cada ejemplar. Todos los libros contarán con una textura de fondo fundida a blanco. En la parte trasera encontramos el recuadro blanco rodeado de flores con el resumen y curiosidades sobre el libro en cuestión y una pequeña biografía del autor acompañada de su foto en blanco y negro. Por último, el código de barras y la marca de la editorial en la parte inferior.

En cuanto al lomo, encontramos el nombre del autor en la parte superior, el título del cuento centrado y por último el isotipo de la editorial.

La parte frontal cuenta del nombre de la colección, el título del libro, nombre de autor y la composición de collage, la cual contará con un círculo por detrás constante en las composiciones.

Se podrán generar más tomos en la misma colección ya que pueden utilizarse colores que no han sido usados y composiciones dependiendo el ejemplar. Siempre respetando la ubicación de estos elementos como códigos tipográficos. Se podrán generar otras colecciones de acuerdo al género, siempre y cuando sean de Cuentos. Por ejemplo: Re Cooltos: Terror - Re Cooltos: Policial. El diseño de las otras colecciones podrá cambiar en cuanto a colores y fondos pero siempre manteniendo el collage como imagen principal y la tipografía.

## TIPOGRAFÍAS

### Resumen

Geomanist Regular

Cuerpo: 10 pt

Interlineado: 14,5 pt

45 caracteres por línea tipográfica.

Máximo de 13 líneas de texto

Justificación a la izquierda

### Título Corto

**Geomanist Bold**

**Cuerpo:37 pt**

**Máximo 16 caracteres por línea tipográfica**

**Máximo 1 línea de texto**

**Alineación centrada**

### Título Largo

**Geomanist Bold**

**Cuerpo:27 pt**

**interlineado: 23 pt**

**Máximo 18 caracteres por línea tipográfica**

**Máximo 2 líneas de texto**

**Alineación centrada**

### AUTOR

Geomanist Regular Mayúscula

Cuerpo: 12 pt

34 caracteres por línea tipográfica.

Máximo de 1 línea de texto

Alineación centrada

### Biografía

Geomanist Regular

Cuerpo: 9 pt

Interlineado: 11 pt

36 caracteres por línea tipográfica.

Máximo de 10 líneas de texto

Justificación a la izquierda

El nombre del autor en la bibliografía deberá ir en Geomanist Bold.

En el caso de la contratapa, si se desea destacar una frase o palabra en el resumen o biografía, ésta deberá contar con el mismo tamaño de cuerpo e interlineado y podrá variar a Geomanist Bold.

Se deberá respetar el formato 148x210mm

## CUBIERTA

Encuadernación: tapa blanda (softcover) rústica.

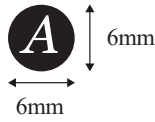
Soporte: cartulina forrada 300gr

Tamaño: 47 cm x 21 cm

Sistema de impresión: Offset

Post- Prensa: Laminado mate- Guillotinado

LOMO



**Título**  
 Geomanist  
 Bold  
 Cuerpo: 16 pt

NOMBRE  
**AUTOR**  
 4,5mm  
 NOMBRE  
**DE AUTOR**  
 Geomanist  
 Regular (nombre)  
 Bold(Apellido)  
 Cuerpo: 10 pt  
 Mayúscula

CÓDIGO DE BARRAS

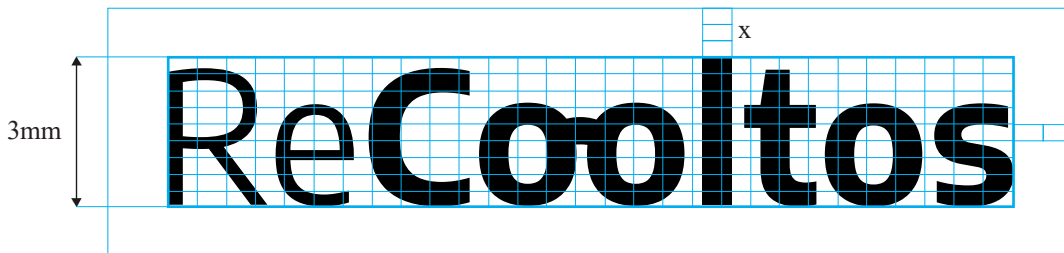


27mm

13,5mm

■ C:0	□ C:0
M:0	M:0
Y:0	Y:0
K:100	K:0

MÍNIMO LEGIBLE LOGOTIPO COLECCIÓN



ReCooltos **ReCooltos**

■ C:0	□ C:0
M:0	M:0
Y:0	Y:0
K:100	K:0

APLICACIONES INCORRECTAS



## PORTADA/PORTADILLA

En la portadilla se colocará solo el nombre del libro centrado.



### Título

Geomanist  
Bold  
Cuerpo:29 pt  
Centrado a página

↑ 10mm

En la portada se colocará el isotipo de la editorial, el título del libro, el nombre del autor y en la parte inferior la imagen principal de la cubierta en blanco y negro.



### Título

Geomanist  
Bold  
Cuerpo:33 pt  
Centrado a página

### NOMBRE DE AUTOR

Geomanist  
Regular  
Mayúscula  
Cuerpo:18 pt  
Centrado a página

↑ 10mm

### CUERPO DEL LIBRO

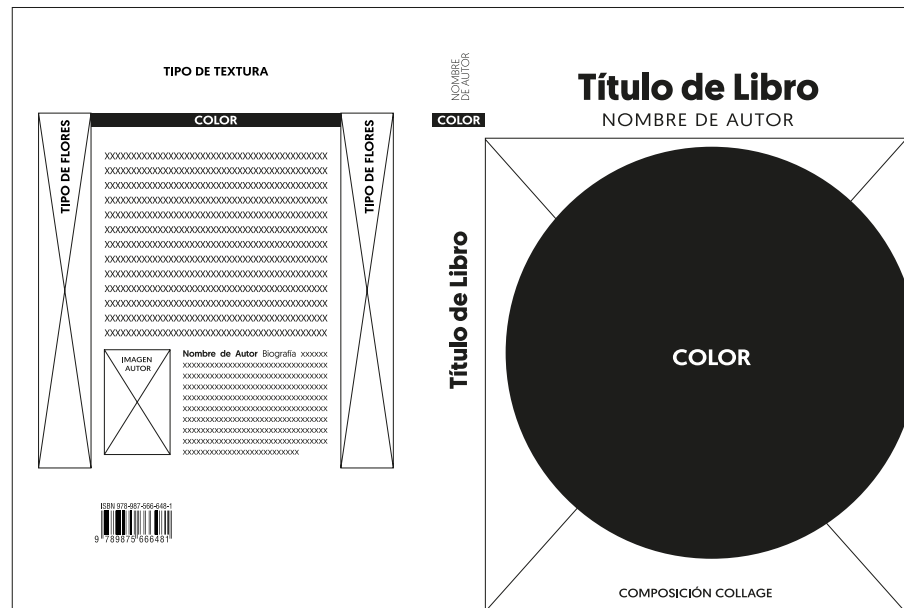
Soporte: papel bookcel 80 gr

Sistema de impresión: offset

Post-prensa: encuadernado rústico - refilado



## ELEMENTOS VARIABLES EN LA COLECCIÓN



Los elementos y datos establecidos en el gráfico anterior serán variables en cada ejemplar. En su mayoría varían los datos, como en el caso de título de libro, nombre de autor, biografía, código de barra, etc. En otros casos varía el color, como el círculo y las barras de la contraportada y el lomo. Otros ejemplos específicos serían el tipo de textura fundida a blanco, las imágenes de los autores y la composición del collage.

### DESARROLLO TIPOGRÁFICO

## ReCooltos

Encode Sans es una familia de fuentes tipográficas producida por Pablo Impallari y Andres Torresi (ambos argentinos) en el año 2012. Se compone de una serie de nueve variables tipográficas, lo que hace que esté preparado para todo tipo de desafíos tipográficos. Para este proyecto se seleccionó la variable medium y bold, para generar contraste entre ambas palabras y además es importante resaltar que una de sus características al ser condensada es que son ideales para trabajos con mucha personalidad, que quieren mantener ese toque moderno y actual, pero a la vez seguir viéndose serios y elegantes, exactamente lo que se plantea realizar este proyecto.

Por otro lado, se realizaron ajustes ópticos correspondientes y se le adhirió una conexión entre las dos “o” de Cooltos para simular unos lentes y representar el concepto de culto o intelectual que es lo que se pretende lograr con la colección planteada.

### Encode sans

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyzabcdefghijklhi  
jklmnñopqrstuvwxyz1234567890

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyzabcdefghijklhi  
jklmnñopqrstuvwxyz1234567890

**Bestiario**  
**La Trama Celeste**  
**Un Kilo de Oro**  
**El Aleph**  
**Y así**  
**sucesivamente...**

Geomanist es una familia de fuentes tipográficas producida por Atipo Foundry (España) en el año 2015. Se compone de una serie de dieciocho variables tipográficas, lo que permite su aplicación en múltiples plataformas. Su personalidad la hace muy versátil, y puedes lograr combinaciones muy buenas. Algunas veces puedes lograr algo de aspecto muy serio, y otras veces algo más juguetón y deliberado. Son de aspecto rígidos pero también muy elegantes.

GEOMANIST

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyzabcdefghijklmn**  
**ñopqrstuvwxyz1234567890**

abcdefghijklmnñopqr stuvwxyzabcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz1234567890

**abcdefghijklmnñopqr stuvwxyzabcdefghijklmn**  
**ñopqrstuvwxyz1234567890**

En este proyecto se utilizó como tipografía principal tanto para la colección como para la promoción. En la colección de libros se utilizó en variables bold (para títulos y nombres de autor, entre otras cosas a destacar) y regular (en textos amplios como resumen y biografía)

En la promoción se utilizaron las variables light, regular y bold (para realizar juegos tipográficos y generar contraste entre las jerarquías de cada composición).

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla pulvinar et est eget iaculis. Vivamus cursus, lorem ac placerat ultrices, ligula dolor vehicula arcu, vitae mollis neque tortor vitae turpis. Mauris eget condimentum turpis. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Etiam eu convallis elit, et gravida

Minion Pro es una familia tipográfica de tipo serif realizada por Adobe Systems en el año 2000 (EEUU). Consta de ocho variables tipográficas. Este tipo de fuentes es muy utilizada en textos impresos extensos, como libros, periódicos y revistas. Facilitan la lectura porque crean en el ojo la ilusión de una línea horizontal, que es la línea por la que se desplaza la vista al leer, como títulos y recuadros.

En este proyecto se utilizó solo la variable regular e italic en el interior de los libros.

Minion Pro

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyzabcdefghijkl  
mnñopqrstuvwxyz1234567890

*abcdefghijklmnñopqrstuvwxyzabcdefghijklmn*  
*ñopqrstuvwxyz1234567890*

# CUERPO DEL LIBRO

## TAMAÑO DE PÁGINA

**Ómnibus**

—Si le viene bien, tráigame El Hogar cuando vuelva —pidió la señora Roberta, reclinándose en el sillón para la siesta. Clara ordenaba las medicinas en la mesita de ruedas, recorría la habitación con una mirada precisa. No faltaba nada, la niña Matilde se quedaría cuidando a la señora Roberta, la mucama estaba al corriente de lo necesario. Ahora podía salir, con toda la tarde del sábado para ella sola, su amiga Ana esperándola para charlar, el té dulcísimo a las cinco y media, la radio y los chocolates.

A las dos, cuando la ola de los empleados termina de romper en los umbrales de tanta casa, Villa del Parque se pone desierta y luminosa. Por Tinogasta y Zamudio bajó Clara taconeando distintamente, saboreando un sol de noviembre roto por islas de sombra que le tiraban a su paso los árboles de Agronomía. En la esquina de Avenida San Martín y Nogoyá, mientras esperaba el ómnibus 168, oyó una batalla de gorriónes sobre su cabeza, y la torre florentina de San Juan María Vianney le pareció más roja contra el cielo sin nubes, alto hasta dar vértigo. Pasó don Luis, el relojero, y la saludó apreciativo, como si alabara su figura prolija, los zapatos que la hacían más esbelta, su cuellito blanco sobre la blusa crema.

Por la calle vacía vino remolonamente el 168, soltando su seco bufido insatisfecho al abrirse la puerta para Clara, sola pasajera en la esquina callada de la tarde.

Buscando las monedas en el bolso lleno de cosas, se demoró en pagar el boleto. El guarda esperaba con cara de pocos amigos, retacón y compadre sobre sus piernas combadas, canchero para aguantar los virajes y las frenadas. Dos veces le dijo Clara: "De quince", sin que el tipo le sacara los ojos de encima, como extrañado de algo. Después le dio el boleto rosado, y Clara se acordó de un verso de infancia, algo como: "Marca, marca, boletero, un boleto azul orosa; canta, canta alguna cosa, mientras cuentas el dinero."

Sonriendo para ella buscó asiento hacia el fondo, halló vacío el que correspondía a Puerta de Emergencia, y se instaló con el menudo pla-

33

210mm

148mm

## MÁRGENES

**Ómnibus**

—Si le viene bien, tráigame El Hogar cuando vuelva —pidió la señora Roberta, reclinándose en el sillón para la siesta. Clara ordenaba las medicinas en la mesita de ruedas, recorría la habitación con una mirada precisa. No faltaba nada, la niña Matilde se quedaría cuidando a la señora Roberta, la mucama estaba al corriente de lo necesario. Ahora podía salir, con toda la tarde del sábado para ella sola, su amiga Ana esperándola para charlar, el té dulcísimo a las cinco y media, la radio y los chocolates.

A las dos, cuando la ola de los empleados termina de romper en los umbrales de tanta casa, Villa del Parque se pone desierta y luminosa. Por Tinogasta y Zamudio bajó Clara taconeando distintamente, saboreando un sol de noviembre roto por islas de sombra que le tiraban a su paso los árboles de Agronomía. En la esquina de Avenida San Martín y Nogoyá, mientras esperaba el ómnibus 168, oyó una batalla de gorriónes sobre su cabeza, y la torre florentina de San Juan María Vianney le pareció más roja contra el cielo sin nubes, alto hasta dar vértigo. Pasó don Luis, el relojero, y la saludó apreciativo, como si alabara su figura prolija, los zapatos que la hacían más esbelta, su cuellito blanco sobre la blusa crema.

Por la calle vacía vino remolonamente el 168, soltando su seco bufido insatisfecho al abrirse la puerta para Clara, sola pasajera en la esquina callada de la tarde.

Buscando las monedas en el bolso lleno de cosas, se demoró en pagar el boleto. El guarda esperaba con cara de pocos amigos, retacón y compadre sobre sus piernas combadas, canchero para aguantar los virajes y las frenadas. Dos veces le dijo Clara: "De quince", sin que el tipo le sacara los ojos de encima, como extrañado de algo. Después le dio el boleto rosado, y Clara se acordó de un verso de infancia, algo como: "Marca, marca, boletero, un boleto azul orosa; canta, canta alguna cosa, mientras cuentas el dinero."

Sonriendo para ella buscó asiento hacia el fondo, halló vacío el que correspondía a Puerta de Emergencia, y se instaló con el menudo pla-

33

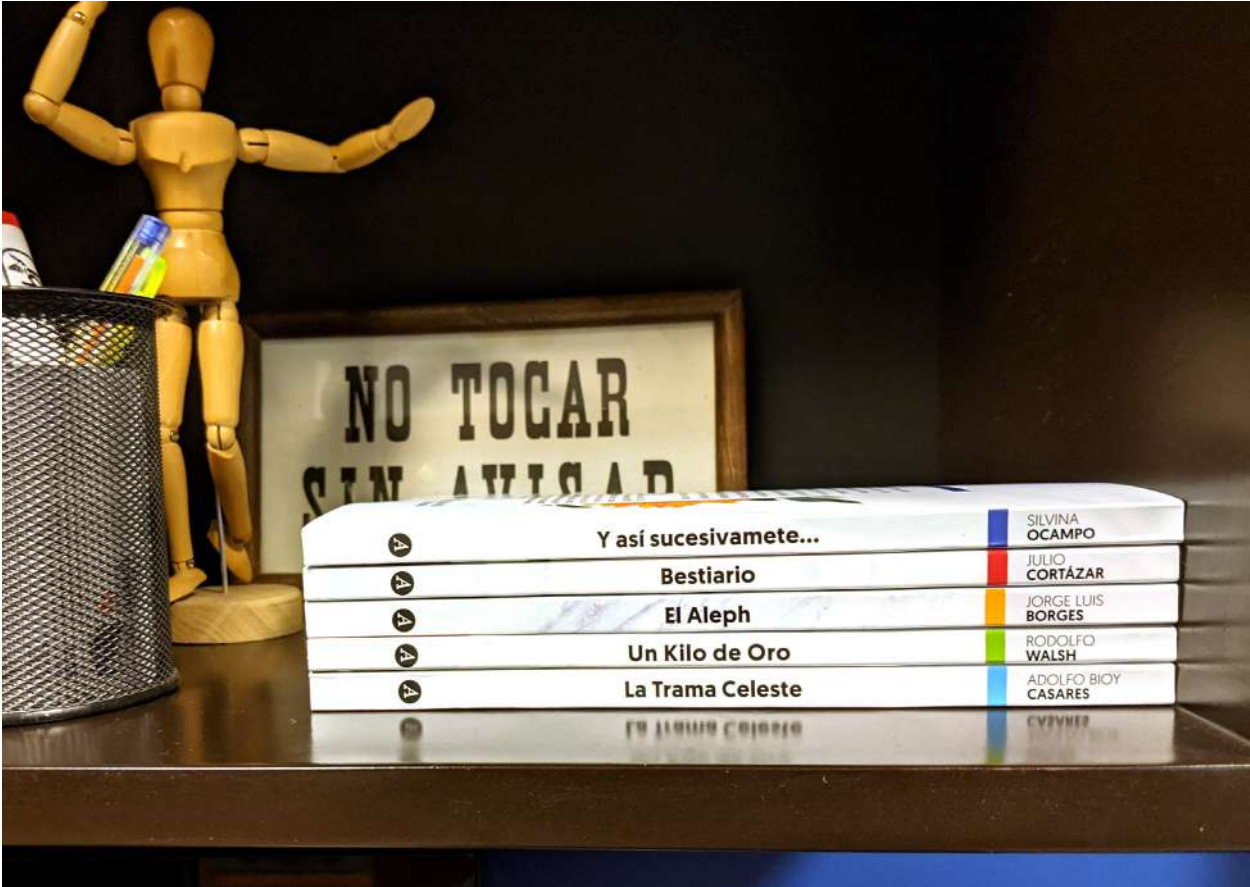
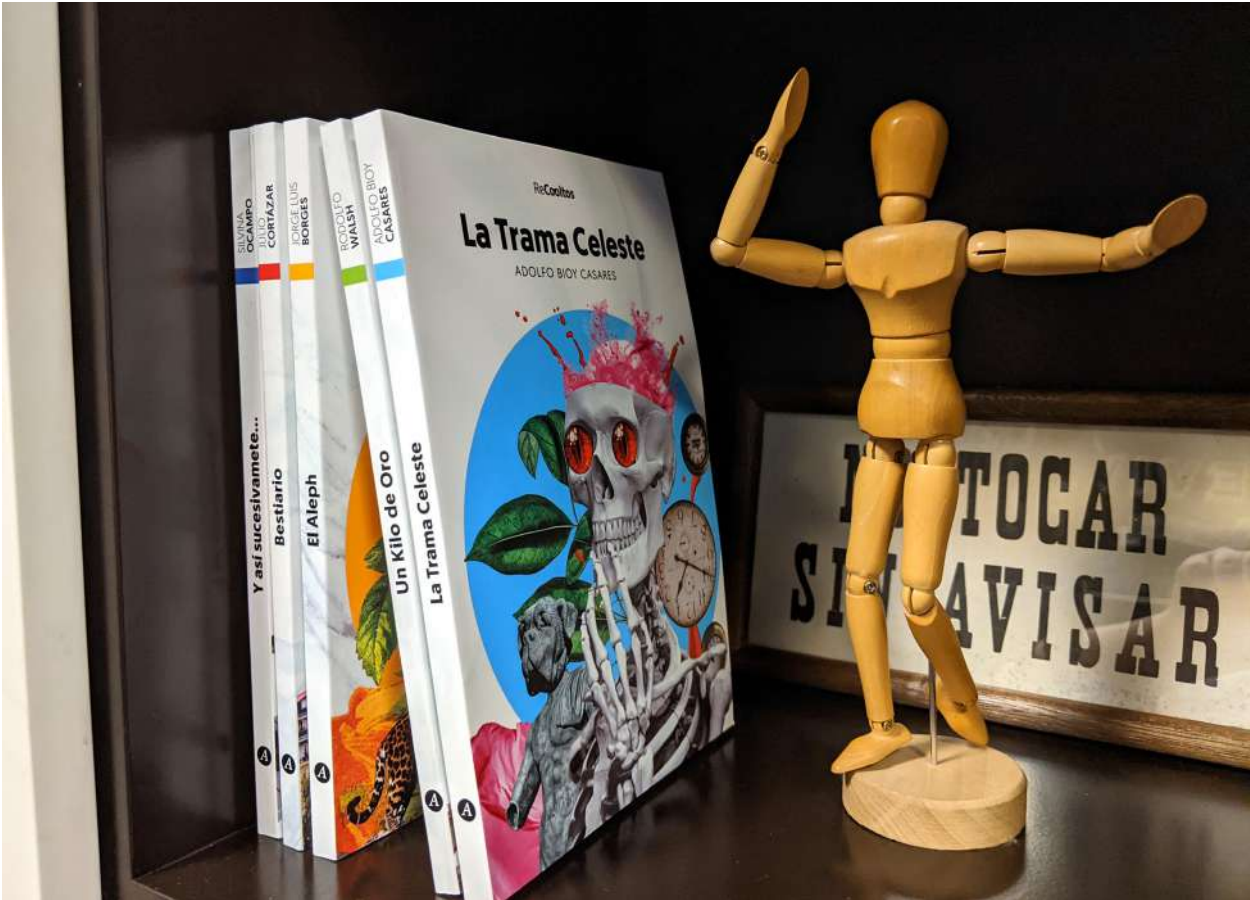
20mm

23mm

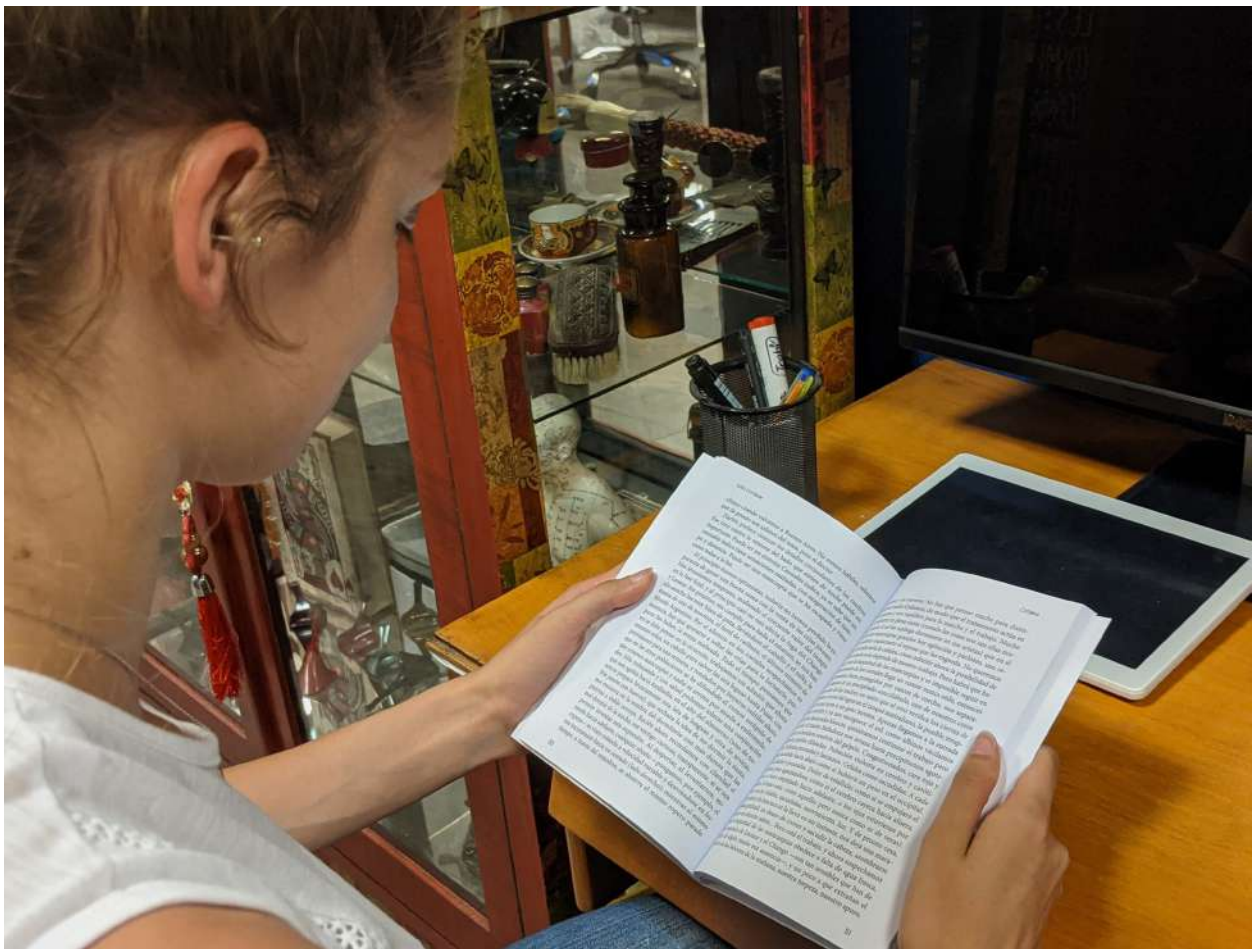
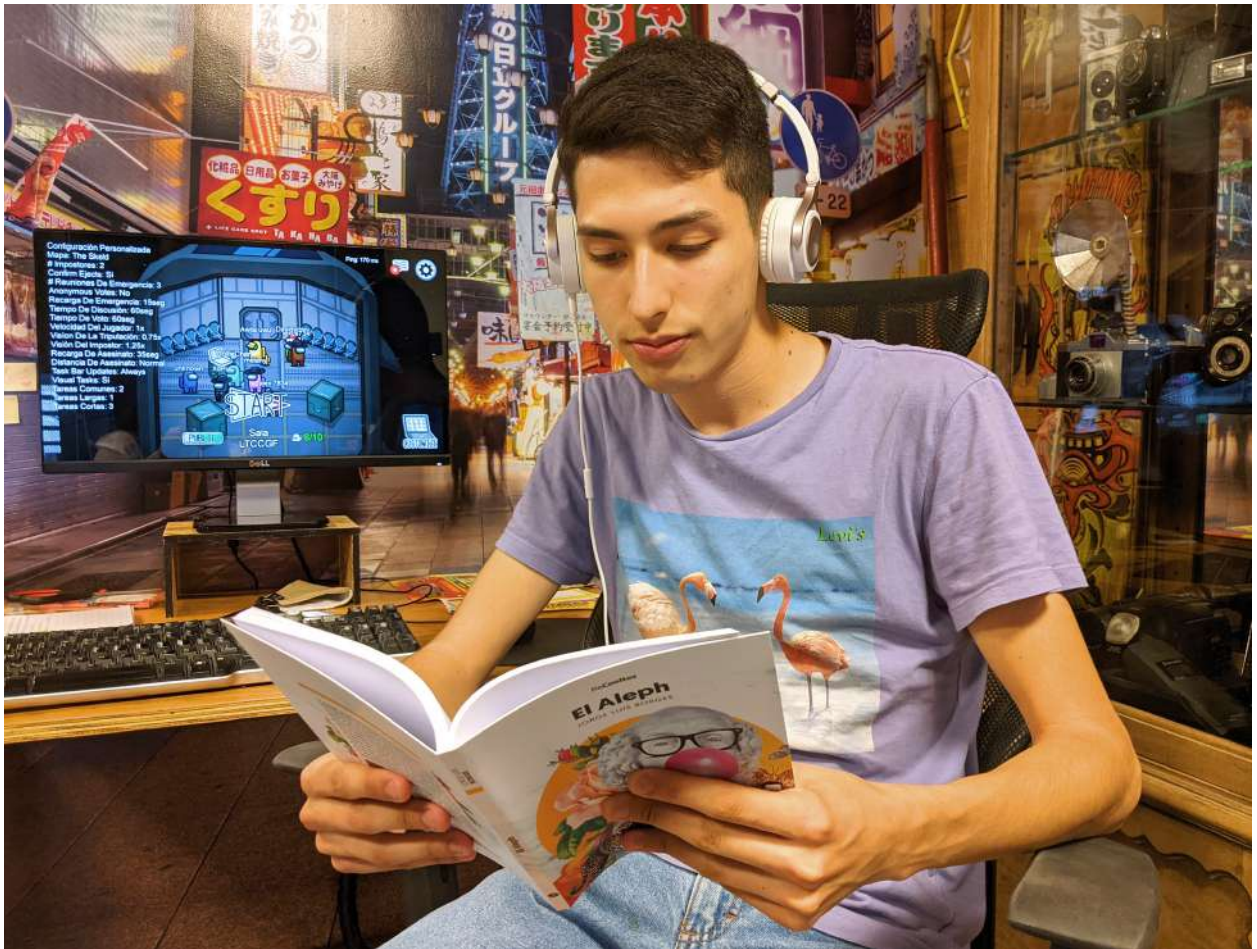
20mm

20mm

# Contextualización







## Bibliografía

-UP TNS Gallup (2008) “La voz de la nueva generación”. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina.

-Llops, R.(2014) “Un sistema gráfico para las cubiertas de libros”. Gilli. Buenos Aires, Argentina.

-¿Cuánto, qué y cómo leen los argentinos? (2015). Recuperado 6 de mayo de 2020, de <https://diariohoy.net/interes-general/cuanto-que-y-como-leen-los-argentinos-51217>

-Actitudfem. Libros para adolescentes. (2012). Recuperado 9 de mayo de 2020, de <https://www.actitudfem.com/guia/libros/resenas/libros-para-jovenes>

-Cíbola, L. (2017). Adolfo Bioy Casares: La trama celeste (Castalia). Recuperado 18 de agosto de 2020, de <https://librosdecibola.wordpress.com/2017/05/02/resena-adolfo-bioy-casares-la-trama-celeste-castalia/>

-Definicion.de (2018). Definición de género literario. Recuperado 16 de junio de 2020, de <https://definicion.de/genero-literario/>

-Evans, M. D. R., Kelley, J., Sikora, J., & Treiman, D. J. (2010). Family scholarly culture and educational success: Books and schooling in 27 nations. *Research in Social Stratification and Mobility*, Recuperado 4 de mayo de 2020, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0276562410000090>

-El Diario. (2019). ¿Libro de papel o ebook? Ventajas de cada uno. Recuperado 4 de mayo de 2020, de [https://www.eldiario.es/consumoclaro/ahorrar\\_mejor/libro-papel-ebook-ventajas\\_1\\_1680285.html](https://www.eldiario.es/consumoclaro/ahorrar_mejor/libro-papel-ebook-ventajas_1_1680285.html)

-Lopez, P. G. (2019). ¿Libro de papel o ebook? Qué prefieren los argentinos a la hora de la leer. Recuperado 13 de mayo de 2020, de <https://puntoconvergente.uca.edu.ar/libro-de-papel-o-ebook-que-prefieren-los-argentinos-a-la-hora-de-la-leer/>

Notimerica. (2018). Jorge Luis Borges, el escritor argentino que creó un estilo propio. Recuperado 19 de agosto de 2020, de <https://www.notimerica.com/cultura/noticia-jorge-luis-borges-escriptor-argentino-creo-estilo-propio-20180614110426.html>

-Redacción Computer Hoy. (2017). Ventajas y desventajas de libros en papel y libros digitales. Recuperado 13 de mayo de 2020, de <https://computerhoy.com/noticias/life/ventajas-desventajas-libros-papel-libros-digitales-70875>

-Santana, A. D., Livingstone, R. M., & Cho, Y. Y. (2013). Print readers recall more than do online readers. *Newspaper Research Journal*, Recuperado 7 de mayo de 2020, de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/073953291303400207?journalCode=nrja&>