



FACULTAD DE ARQUITECTURA,
URBANISMO Y DISEÑO
Universidad Nacional de San Juan

Trabajo final de **DISEÑO GRÁFICO**

Año 2026

Diseño editorial de alta complejidad de una saga de fantasía

María Caterina **Correa Romano**

Profesor Titular **Leonardo Ficcardi**

*A mi familia, aquellos con quienes
nací, y a quienes se volvieron mi
familia en el camino.*

ÍNDICE

1. INVESTIGACIÓN	4
1.1 Tema del proyecto	5
1.2 Título del proyecto	5
1.3 Planteamiento del problema / Necesidad	5
1.4 Justificación / Factibilidad	5
1.5 Marco teórico	6
1.6 Briefing (estudio del cliente y destinatarios)	21
1.7 Recopilación y análisis de antecedentes	25
1.7.1 Antecedentes directos	25
1.7.2 Antecedentes indirectos	30
2. IDEA	36
2.1 Definición de Objetivos	37
2.2 Estrategias	37
2.2.1 Comunicación	37
2.2.2 Creativa	38
2.2.3 Medios	39
2.2.4 Programa de diseño	39
3. SOLUCIÓN	40
3.1 Anteproyecto	41
4. REALIZACIÓN	68
4.1 Proyecto	69
4.1.1 Sobrecubiertas	69
4.1.2 Paleta cromática	74
4.1.3 Selección tipográfica	76
4.1.4 Ilustraciones	79
4.1.5 Promoción	104
4.1.6 Objetos promocionales	122
4.1.7 Trailer y Teaser	131
4.2 Informe técnico	132
4.3 Contextualización	136
5. AGRADECIMIENTOS	148
6. BIBLIOGRAFÍA	150

1. INVESTIGACIÓN

1.1 TEMA DEL PROYECTO

Diseño editorial de alta complejidad de una saga de fantasía.

1.2 TÍTULO DEL PROYECTO

Saga Green Creek

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA/NECESIDAD

El autor T.J. Klune planea lanzar una nueva edición coleccionable de su saga Green Creek el 20 de mayo de 2026, con motivo del décimo aniversario desde el lanzamiento de la saga. Contando con el apoyo de la editorial V&R Editoras S.A. Se plantea como necesidad de diseño rediseñar las portadas y el interior de los libros de la saga Green Creek, aplicando un lenguaje visual acorde a los lectores meta y en sintonía con las tendencias de diseño actuales.

1.4 JUSTIFICACIÓN/FACTIBILIDAD

Justificación

La propuesta de rediseño y relanzamiento de la saga Green Creek responde a una práctica habitual en la industria editorial: volver a poner en circulación obras ya consagradas, actualizándolas para conectar con nuevas audiencias sin perder el vínculo con sus lectores originales de la obra.

En este caso, el rediseño de portadas e interior busca renovar el lenguaje gráfico de la colección, alineándolo con las tendencias actuales y con los códigos visuales de los lectores meta, lo que facilita tanto la identificación de nuevos públicos jóvenes como la revalorización de la saga entre sus seguidores más fieles.

Asimismo, el desarrollo de un sistema de promoción y un packaging especial refuerza el carácter de “edición coleccionable”, apelando a la nostalgia de los lectores que acompañaron la obra desde sus inicios y ofreciendo al mismo tiempo un producto diferente con potencial de monetización en el mercado actual.

Además, la creación de un press kit para influencers y librerías asegura una difusión efectiva en los canales actuales de consumo cultural(como las redes sociales), potenciando el alcance del relanzamiento y garantizando que la Saga Green Creek mantenga vigencia a una década de su primera publicación.

Factibilidad

La realización de este proyecto es plenamente factible ya que cuenta con el apoyo de la editorial VR quienes cuentan con los derechos de uso y distribución de la saga original del autor. La editorial además es reconocida por su participación activa en la Feria del Libro, sponsoreando charlas y eventos para autores latinos y extranjeros.

Esta entidad sería la encargada de la producción, difusión y promoción de la nueva saga. Pero todos los elementos promocionales para el Press Kit y el stand de la Feria del libro serán tercerizados con la empresa OnPromotion, una empresa con más de 10 años de experiencia en el rubro y especializada en el diseño. Empresa con la cual ya ha trabajado en proyectos pasados la editorial.

1.5 MARCO TEÓRICO

Diseño editorial

El diseño editorial es una rama del diseño gráfico encargada de organizar, estructurar y dar forma visual a contenidos escritos en publicaciones impresas y digitales, como libros, revistas, periódicos, catálogos, eBooks y revistas interactivas. Su principal objetivo es comunicar información de manera clara, atractiva y funcional, combinando texto, imágenes y recursos gráficos para facilitar la lectura y mejorar la experiencia del lector. Además de cumplir una función estética, el diseño editorial busca transmitir la identidad, el tono y el mensaje de una publicación mediante una composición visual coherente.

Entre las principales características del diseño editorial se encuentran la jerarquización de la información, la legibilidad, la organización mediante retículas o grids, y el equilibrio entre elementos visuales y textuales. También intervienen aspectos fundamentales como la tipografía, el color, la composición, el formato y el uso de imágenes e ilustraciones, los cuales permiten guiar la lectura, destacar información importante y generar una identidad visual consistente. El diseño editorial debe adaptarse tanto a soportes impresos como digitales, considerando cuestiones de usabilidad, lectura en pantalla y diseño responsive.

Las incumbencias del diseño editorial abarcan la planificación, diagramación y maquetación de publicaciones; la selección y combinación tipográfica; la organización visual del contenido; la creación de sistemas gráficos coherentes; y la adaptación de piezas editoriales a distintos formatos y plataformas. Asimismo, el diseñador editorial trabaja en conjunto con editores, correctores, fotógrafos e ilustradores para garantizar que el contenido se comunique eficazmente y mantenga una unidad visual y conceptual. Su campo de acción incluye libros, revistas, diarios, informes institucionales, catálogos, publicaciones académicas y contenidos editoriales digitales.

Edición - Reedición - Relanzamiento

Una obra se considera editada una vez que ésta ha pasado por una serie de servicios editoriales. Si no fuera este el caso, la obra sería sólo un manuscrito u original; es decir, un diamante en bruto. Para que una obra se convierta en alguna de las tantas posibles modalidades de edición debe atravesar unos determinados procesos. En el caso de un libro esos procesos son, al menos, el trabajo del texto, las correcciones, el diseño y la maquetación. A esto se llama edición de un libro. Y cada modalidad es una edición en sí misma.

La edición no debe confundirse con la publicación de un libro. Estos son actos disímiles entre sí, ya que se puede efectuar uno con independencia del otro. Por su parte, la impresión es el procedimiento por el cual se marcan letras y caracteres gráficos en una superficie mediante procedimientos adecuados; también es la estampación por medio de la presión.

La reimpresión no necesita un nuevo ISBN, porque no hay alteraciones entre una edición y otra. En cambio, una nueva edición sí requiere de un nuevo ISBN, porque hay variaciones sustanciales respecto a la primera edición. Por la misma razón, una obra editada en formato tapa dura y, a la vez, como bolsillo necesita diferente ISBN. Es igual para el libro digital, porque son ediciones con características diferentes.

Las ediciones de libros, especialmente los libros de texto, a menudo experimentan cambios entre una versión y la siguiente. Estas modificaciones pueden ser sutiles o sustanciales, afectando la experiencia del lector y la utilidad del material. Comprender qué impulsa estos cambios y qué aspectos se ven modificados es crucial tanto para autores como para lectores.

Varias razones justifican la publicación de nuevas ediciones de un libro. Entre las más comunes se encuentran:

- **Actualización de información:** En campos como la ciencia, la tecnología, la historia o las ciencias sociales, la información se actualiza constantemente. Una nueva edición permite incorporar los últimos descubrimientos, avances y perspectivas, asegurando la relevancia y exactitud del contenido.
- **Correcciones de errores:** Errores tipográficos, gramaticales o de contenido pueden pasar desapercibidos en la primera edición. Las revisiones ofrecen la oportunidad de corregir estas imprecisiones, mejorando la calidad y la confiabilidad del libro.
- **Mejoras en la claridad y presentación:** Las nuevas ediciones pueden incluir cambios en la organización del contenido, la claridad del lenguaje, el diseño y la maquetación, haciendo el libro más accesible, atractivo y fácil de comprender.
- **Incorporación de retroalimentación:** Los comentarios de lectores, profesores o críticos ofrecen perspectivas valiosas. Una nueva edición puede integrar estas sugerencias para mejorar el material y adaptarlo mejor a las necesidades de la audiencia.
- **Cambios en el currículo o estándares educativos:** En el caso de los libros de texto, una nueva edición puede ser necesaria para ajustarse a programas educativos actualizados.
- **Avances tecnológicos:** La incorporación de recursos digitales, aplicaciones interactivas o códigos QR enriquece la experiencia lectora y pedagógica.
- **Llegar a nuevos públicos:** En la literatura, los rediseños permiten que obras ya publicadas se alineen con las tendencias gráficas actuales y los códigos visuales de nuevas generaciones de lectores.
- **Necesidad de monetización del autor/editorial:** Relanzar una obra con una edición coleccionable o ampliada ofrece una oportunidad de generar nuevos ingresos a partir de un material ya consolidado.
- **Deseo y nostalgia:** Muchos autores y lectores valoran la reedición como un modo de celebrar aniversarios, rendir homenaje a la obra y revivir la experiencia emocional de la primera lectura, fortaleciendo así el vínculo afectivo con la historia.

Los cambios entre ediciones pueden afectar diferentes aspectos del libro, desde el contenido: agregando nuevos capítulos, secciones o ejemplos; eliminando información obsoleta o errónea; o mejorando la claridad y fluidez. Pueden también sufrir cambios en la organización y estructura, cambios de formato (agregar imágenes o ilustraciones, así como cambiar la tipografía) para mejorar la estética o la legibilidad. Nuevos libros están agregando recursos adicionales como material adicional en línea, realidad aumentada o QR con información.

En resumen, las modificaciones entre ediciones de libros buscan mejorar la calidad, la exactitud, la accesibilidad y la relevancia del material.

Remaster - Remake - Reboot

Es algo muy común en la industria del cine, los libros y la música volver a lanzar su obra. Los éxitos del pasado a veces se vuelven a grabar por una combinación de razones estratégicas y culturales. Los términos *remake*, *remaster* y *reboot* se utilizan habitualmente cuando se relanzan títulos antiguos para audiencias actuales. Aunque estas expresiones parecen referirse a procesos similares, cada una implica enfoques y objetivos diferentes y difieren en el grado de transformación que aplican.

Un **remaster** consiste en mejorar aspectos técnicos de una obra sin alterar su estructura esencial. El propósito principal es adaptar el título a tecnologías modernas sin alterar sustancialmente su historia. En videojuegos, implica optimizar resolución, texturas e iluminación. En cine, suele aplicarse a versiones restauradas con mejor imagen y sonido. En música, se refiere a la remezcla de álbumes clásicos para sistemas de audio modernos. En literatura, puede compararse con ediciones revisadas o anotadas que actualizan la presentación sin modificar el texto central. Por ejemplo *El Padrino* en su versión remasterizada en 4K o las reediciones musicales de *The Beatles* con sonido digital mejorado.

Un **remake** es una recreación más profunda: se reconstruye la obra desde cero manteniendo la idea original, pero con cambios significativos en el lenguaje, la técnica y, en ocasiones, la narrativa. En videojuegos, se desarrollan títulos nuevos con motores gráficos actuales. En cine, se filman nuevamente películas clásicas con elenco y estética renovados. En literatura, pueden considerarse “reescrituras” o adaptaciones modernas de un relato clásico. En música, se manifiesta en nuevas versiones de canciones con arreglos, géneros o intérpretes distintos.

El **reboot** implica un reinicio completo: se toma el concepto central de una obra, pero se modifica de raíz su historia, estilo y personajes. El objetivo no es actualizar, sino reinventar. En videojuegos, significa replantear la saga desde cero. En cine, se relanzan franquicias icónicas con enfoques narrativos diferentes. En literatura, puede aplicarse a sagas reimaginadas en nuevos contextos o con cambios radicales de trama. En música, se observa en artistas que relanzan su estilo o identidad desde una nueva perspectiva creativa. Por ejemplo la saga *Batman* con distintas interpretaciones cinematográficas (de Tim Burton, Christopher Nolan y Matt Reeves)

Fantasía

La fantasía es la literatura de lo imposible. Por eso no es tan fácil trazar una frontera, porque no la hay. Existen muchos territorios compartidos con otros géneros, puntos de contacto donde las diferencias se vuelven difusas. Sin embargo, aunque haya zonas grises, sí hay algunos principios que definen al menos el corazón del género.

En lo general, la fantasía se encuentra dentro del ámbito de la ficción especulativa, un término que abarca una amplia variedad de subgéneros como la ciencia ficción, las utopías y las distopías, las ucronías, algún tipo de terror, algunos añaden el realismo mágico o la propia fantasía.

La diferencia más evidente entre fantasía y otros compañeros de ficción especulativa es la naturaleza de sus premisas. Mientras que la ciencia ficción se basa en extrapolaciones científicas o tecnológicas, las distopías y utopías exploran sistemas sociales hipotéticos, las ucronías exploran posibilidades condicionales y el realismo mágico integra lo sobrenatural en la realidad cotidiana de forma sutil y no central a la historia, la fantasía abraza lo imposible como algo natural y central en la historia.

En la fantasía, la magia, los mitos y los mundos autónomos existen sin necesidad de justificación científica o histórica, siendo el centro un espacio donde lo irracional se

convierte en ley y lo sobrenatural es parte intrínseca de la realidad. En resumen, la fantasía es el arte de lo imposible hecho tangible, donde lo mágico no necesita explicación, simplemente es.

La fantasía permite explorar lo extraordinario y lo imaginario, desafiando las restricciones de lo que conocemos. Eso no implica que el lector crea todo porque sí, el pacto es que el escritor presenta un mundo con elementos ficticios y el lector lo cree pero porque es coherente.

La fantasía ofrece una vía de escape hacia universos de aventuras épicas, conflictos heroicos o reflexiones profundas sobre la humanidad. Eso no implica que sea solo un refugio, sino una forma de dar sentido a un mundo más vasto y misterioso que el que los ojos pueden ver. Y no es escapismo, sino una puerta abierta a los misterios que subyacen más allá de lo evidente, a las preguntas que la realidad no se atreve a formular.

Como dijo Edgar Allan Poe:

*“aquellos que sueñan de día
comprenden muchas cosas que
escapan a los que sueñan solo
de noche.”*

Se clasificarán los diferentes géneros siguiendo algunas premisas: según el tono y la estructura de la historia, según la ambientación y el mundo; y según el eje temático.

1- Según los mundos en los que se desarrollan las historias: Dada la importancia que tienen los universos en las historias de fantasía, empezaremos clasificando sus diferentes subgéneros según los mundos en los que se desarrollan las historias, diferenciando entre aquellos mundos completamente imaginarios, aquellos que se basan en la realidad y los que combinan elementos de ambos.

Cabe comenzar por la **Alta Fantasía**. En esta lo realmente definitorio es que el mundo es imaginario, significa que su esencia por lo tanto respecto a la ambientación es que el mundo donde se desarrollan las historias es tan importante que actúa como otro personaje más.

Por contraposición, la **Baja Fantasía** se desarrolla en un mundo basado en la realidad cotidiana, donde elementos mágicos, sobrenaturales o fantásticos irrumpen de forma limitada o discreta. A diferencia de la alta fantasía, no hay mundos secundarios completos: la magia coexiste con lo ordinario, generando tensión entre lo conocido y lo inexplicable.

Así, por ejemplo, la saga de Harry Potter puede considerarse baja fantasía pero también fantasía épica, porque ocurre en el mundo real con tintes de magia pero se desarrolla en un mundo épico.

También tenemos bajo este subgénero, si dividimos aquí por el periodo histórico, la **Fantasía Contemporánea**, como Mary Poppins o American Gods, y la **Fantasía Histórica**, donde caben por ejemplo algunos personajes de Howard, como Solomon Kane o Bran Mak Morn, etc.

Respecto a la Fantasía Contemporánea, descubrimos subgéneros como la Fantasía Urbana, clave en Cazadores de Sombras de Cassandra Clare o lo que se conoce como Fantasía de Academia, cuyo principal exponente es Harry Potter.

Dentro de la baja fantasía podríamos incluir también a la **Fantasía Mítica**, que se inspira en mitos, leyendas y folclore, a menudo reinterpretando historias clásicas muchas veces con una ambientación y enfoque moderno, como Prometea, de Alan Moore o como Percy Jackson y el ladrón del Rayo de Rick Riordan.

Eso sí, sí cabe destacar las ambientaciones mixtas en este nivel, que no caerían bajo la alta fantasía o la baja fantasía.

El primero es el más claro: la **Fantasia de Portal o fantasía de plataforma**. Aquí entran las historias donde se viaja desde el mundo real a un mundo fantástico a través de un portal, umbral o artefacto mágico. La historia suele alternar entre ambos mundos. Las Crónicas de Narnia de C.S. Lewis, es su principal representante.

Finalmente, tenemos el subgénero híbrido de **Espada y Planeta**, que combina elementos de Espada y Brujería con escenarios de ciencia ficción, generalmente en planetas alienígenas. Los protagonistas, a menudo provenientes de la Tierra o un mundo similar, se enfrentan a desafíos en un entorno exótico, usando espadas y habilidades marciales en lugar de tecnología avanzada. El ejemplo más clásico es John Carter de Marte de Edgar Rice Burroughs.

Cabe también mencionar lo que se conoce como **Fantasia Bangsiana**, un subgénero de la fantasía que se centra en historias ambientadas en el más allá, donde los personajes interactúan después de la muerte. Su nombre proviene del escritor John Kendrick Bangs, que popularizó este tipo de relatos, pero bien ya existían ejemplos de estos en la literatura clásica, como La Divina Comedia de Dante.

Finalmente, otro subgénero híbrido podría ser una de las definiciones que existen para **Fantasia Oscura**, que es la de una ambientación de mundo real o imaginario en la que aparecen algunos elementos de terror, pero lo relevante es el ambiente de fantasía. Por ejemplo, las Crónicas vampíricas, de Anne Rice, o los escenarios de los juegos de rol de Hombre Lobo o Vampiro.

2- Según el tipo de magia: Por otro lado, tanto dentro de la Alta Fantasía como de la Baja Fantasía o la híbrida, en lo referente a la magia, se podría hacer una distinción entre magia blanda y magia dura. Si hacemos extensivo esto al resto de la ambientación, tendríamos la **Magia Dura**, un término equivalente al de la Ciencia Ficción Dura pero aplicado a la fantasía, donde los elementos fantásticos siguen reglas estrictas y lógicas, similares a un sistema científico. El Cosmere de Sanderson podría ser un ejemplo.

En contraposición, la **Magia Blanda** se caracteriza por su ambigüedad y falta de explicación sistemática. En este tipo de magia, los poderes sobrenaturales no siguen reglas claras ni predecibles, lo que otorga un aire de misterio e imprevisibilidad al relato. La magia funciona más como un elemento narrativo atmosférico o simbólico que como una herramienta utilitaria con límites definidos. Es común en historias donde lo importante no es cómo funciona la magia, sino el efecto que tiene sobre los personajes y el mundo. Un ejemplo claro sería la obra de J.R.R. Tolkien, donde, si bien hay seres poderosos y artefactos mágicos, sus reglas no son explícitamente detalladas.

3- Según el tono y la estructura de la historia: Refiere a cómo está organizada la narración dentro del género de fantasía, es decir, el tipo de trama, la evolución de los personajes, la forma en que se desarrolla el conflicto y el tono del mismo. En lugar de centrarse en la ambientación o el tema, esta clasificación distingue las obras según la manera en que construyen sus relatos y los patrones narrativos que siguen.

Así, empezamos por la **Fantasia Heroica**, también llamada **Fantasia Épica**, que se centra en un héroe o grupo de héroes que enfrentan desafíos épicos, a menudo con un enfoque en la valentía, el honor y la superación personal. Las tramas suelen ser lineales y con un claro conflicto entre el bien y el mal. Muchas obras clásicas se situarían como Fantasía Épica, como El Señor de los Anillos de Tolkien. Estas historias narran las tribulaciones de diversos personajes, desde sus humildes orígenes hasta su ascendencia real, unidos por lazos de compañerismo en misiones de monumental importancia. Con el telón de fondo de la oscuridad que se avecina (tiranos, antiguas maldiciones o imperios corruptos), estos personajes se elevan, encarnando el coraje y el sacrificio, evolucionando de la gente común a las leyendas.

En esencia, la fantasía épica celebra el triunfo del espíritu humano sobre la adversidad. Este subgénero nos recuerda el poder indomable del heroísmo y la unidad para superar la oscuridad.

En cuanto a la **Espada y Brujería**, es otro de los subgéneros principales de la fantasía, y se suele enfocar en personajes guerreros que confían más en su fuerza y astucia que en el destino o la magia, con historias centradas en la acción y la aventura. Su estructura suele ser episódica o basada en relatos autoconclusivos que siguen las hazañas del protagonista.

El **Grimdark** es un concepto más moderno. Tiene una estructura narrativa que se basa en conflictos grises y finales no convencionales. Se caracteriza por tramas oscuras, ambientes desesperanzados y personajes moralmente ambiguos. El conflicto central suele ser brutal y carente de héroes claros, con un enfoque en la crudeza de la vida y la naturaleza humana. La Primera Ley de Joe Abercrombie es un gran ejemplo de este subgénero.

No debe confundirse con la Fantasía Oscura en el sentido de que Grimdark habla de un tono y estructura ambiguo moralmente, no necesariamente maligno. En todo caso, la gran diferencia es que la Fantasía Oscura se refiere o al ambiente o al enfoque temático. Respecto al ambiente, la fantasía oscura define un mundo fantástico con vampiros, etc como hemos dicho antes. Respecto al enfoque, en la Fantasía Oscura se refiere a uno sombrío, que sí puede tener cierto parecido con el Grimdark o algunas líneas comunes. Pero aunque guardan cierta relación no debe confundirse el tono y la estructura con el enfoque temático. Así una obra podría ser fantasía oscura en la ambientación, grimdark en el tono y romantasy en su enfoque.

En contraste al grimdark aparece el **Hope Punk**. De acuerdo a Alexandra Rowland sería un tipo de fantasía que se desarrolla en escenarios hostiles, pero donde los personajes eligen hacer lo correcto. En el hope punk, la esperanza es el motor narrativo.

Otro género según el tono podría ser el conocido como **Mythopoeia**, que reúne mitologías originales con tono poético, como El Silmarillion, de Tolkien.

También según el tono podemos comentar la **Literatura de Rol y Juegos y Fantasía Progresiva**, la estructura narrativa está directamente influenciada por las reglas de videojuegos o juegos de rol. Las mecánicas de los juegos, como niveles, estadísticas o misiones son parte clave de la trama. Este subgénero es muchas veces híbrido con la ciencia ficción y un buen ejemplo podría ser Epic de Conor Kostick.

No debe confundirse con historias que tienen conexión con juegos, como las basadas en Warhammer, o con libros que son juegos en sí mismos, como Elige tu propia aventura, o con el subgénero **GameLit**, que abarca historias ambientadas en mundos de juego donde la progresión del personaje dentro del sistema no es un elemento esencial. Un ejemplo de esto mismo sería Jumanji (1981) de Chris Van Allsburg. La clave del GameLit es que el protagonista es plenamente consciente de que está inmerso en un juego o en un mundo similar a uno, y su objetivo es avanzar o mejorar dentro de este.

Finalmente, algunos incluirían aquí lo que se conoce como **New Weird**: Surrealismo y ruptura de convenciones que quizá encajaría mejor un nivel más alto, como género híbrido de la ficción narrativa. Las historias del New Weird son a menudo caóticas, oscuras y complejas, fusionando lo fantástico con lo extraño, lo horroroso y lo misterioso.

4- Según el enfoque temático: Para terminar tenemos una última clasificación que dependería del enfoque temático. Consiste en agrupar las obras de fantasía basándose en los temas centrales o las cuestiones principales, que abordan en su narrativa, más allá de la ambientación o la estructura formal.

Así, se pueden diferenciar obras que se centran en conflictos épicos y luchas universales, que es la llamada **Fantasía Heróica**. Aquí hablamos historias de gran escala, con conflictos entre reinos, guerras cósmicas y héroes que enfrentan desafíos monumentales. Un ejemplo de esto es El Señor de los Anillos de J.R.R. Tolkien. Pero hay muchos más. Por ejemplo, uno medio olvidado: Eragon, de Christopher Paolini.

Por reacción a la fantasía épica, cabría destacar aquí a la conocida **Fantasía Oscura** dependiendo del enfoque, que explora temas maduros como la corrupción, la violencia y la decadencia moral, con un tono sombrío y a menudo desesperanzado, Berserk, de Kentaro Miura, es un gran ejemplo. Mirando en las sombras de la psique y el alma bajo presión, la fantasía oscura explora los personajes moralmente más complejos: antihéroes vulnerables que buscan la redención, forasteros mal juzgados que luchan contra demonios internos y monstruos incomprensidos despreciados por la sociedad. Estos retratos amplifican nuestra compasión, destacando cómo incluso los caminos más torcidos pueden conducir al crecimiento emocional.

Luego tenemos **Romantasy** o Romance Fantástico o Fantasía Romántica. Combina romance y fantasía, con relaciones amorosas como eje central de la trama, a menudo en un marco de magia y aventuras. El enfoque en el amor y las relaciones personales son el motor de la historia. Una Corte de Rosas y Espinas, ACOTAR, de Sarah J. Maas es el gran ejemplo.

Tenemos también la **Fantasía de Crimen** y Misterio o de Detectives, que combina elementos de fantasía con tramas de investigación, crímenes y resolución de misterios.

Fantasía **Post Apocalíptica**. Aunque se puede solapar ciencia ficción, hay obras que combinan un mundo devastado con elementos fantásticos, explorando la reconstrucción o transformación de civilizaciones.

La **Fantasía Filosófica** destaca por la exploración de la existencia o la ética, aunque normalmente se incluye aquí Fantasía Política o Fantasía Religiosa.

Otro subgénero también difuso que podrías resaltar aquí podrá ser la **Fantasía Histórica**, especialmente la fantasía Histórica Alternativa, esto es, “¿Qué pasaría si?”. Importante, no valdrían obras como La Conjura Contra América de Philip Roth, que sería una ucronía, esto es, un nivel por encima para algunos. Para que caiga aquí necesitamos elementos mágicos de algún tipo.

En el siguiente cuadro se muestra de forma sintética la clasificación según los tipos de fantasía usada en la literatura.



Diseño gráfico y fantasía

Según la tesis “*POPULAR DESIGN ELEMENTS IN YOUNG ADULT FANTASY BOOK COVER DESIGN*” escrita por Galiana Mohammed, se pueden encontrar tres características principales en el diseño de libros de fantasía para adultos jóvenes.

Para este estudio tomaron como referencia 100 libros de literatura fantástica del periodo de años del 2010-2019. Explica que el rango etario para el término adultos jóvenes va desde los 12 a los 18 años. Este público en particular se caracteriza por transitar momentos de la vida que pueden ser en extremo difíciles e incómodos, en donde se busca guía y representación en los personajes de los libros. Estas historias ayudan a los adolescentes en la transición a la adultez.

1-Teoría del color fantástico:

La teoría del color es uno de los aspectos más importantes del diseño de cubiertas, ya que diferentes colores comunican ciertas emociones y sentimientos a los lectores. Los humanos reaccionan de manera subconsciente a ciertos patrones visuales, y los diseñadores se aprovechan de esto (Lototska, 2020). Al diseñar cubiertas de libros, los colores pueden comunicar muchas emociones diferentes sin el uso de palabras. Este elemento de diseño se utiliza para comunicar visualmente los diferentes sentimientos que tendrá un lector mientras lee el libro. El color se usa como una herramienta de marketing, que casi garantiza que se tomará una decisión de compra en cuestión de segundos al recoger un libro (Morr, 2016). Asegurarse de utilizar colores que emitan las emociones correctas es crucial para la comercialización de un libro (Morr, 2016). En el caso de la teoría del color en la fantasía, muchos autores coinciden en una cierta paleta de colores a la que los diseñadores se adhieren al diseñar la cubierta de un libro.

En esta línea se detectó que los colores más usados: azul, púrpura, rojo y verde, cada uno evocando sensaciones distintas: misterio, fantasía, pasión o naturaleza, respectivamente, en línea con lo que detectaste. También es común un esquema monocromático con un color principal dominante, apoyado por contrastes sutiles .

2-Elementos de diseño: Figura Humana

Un elemento de diseño extremadamente popular y notable cuando se trata del diseño de portadas de libros de fantasía juvenil es la aparición de figuras humanas. La figura puede ser completamente visible o mantenerse parcialmente oculta para promover el misterio. La figura generalmente ocupa la mayor parte del espacio en la portada para enfatizar su importancia en la historia. En la disertación, Dedicación al detalle: Comunicación de Portadas de Libros en la Literatura Juvenil, el autor discute la popularidad de las figuras en la portada de los libros de fantasía juvenil. Por lo general, el protagonista se muestra en la portada para introducir al lector a la historia así como al personaje principal, ya que son de extrema importancia para la historia (Bonavia, 2019, p. 22). Esto también es útil en términos de consistencia y familiaridad, ya que la abrumadora mayoría de la literatura de fantasía juvenil son series (Bonavia, 2019, p. 27). Esto asegura que el lector reconocerá la serie a medida que el mismo personaje aparezca en todas las portadas.

3- Simbolismo:

Cuando se trata de fantasía juvenil, la disertación, Dedicación al Detalle: Comunicación de Portadas en la Literatura Juvenil, explica que el simbolismo mínimo es otro elemento popular del diseño. Utilizar símbolos que son importantes para la historia ayuda a atraer a los lectores. Los lectores querrán saber qué significa el símbolo y por qué es importante (Bonavia, 2020, p. 27). Por ejemplo, si se utiliza una espada como el punto focal de la portada, el lector puede preguntarse qué significancia tiene la espada en la historia y puede sentirse animado a tomar el libro y leer la sinopsis para aprender más.

Incluir varios símbolos como coronas o armas ofrece una oportunidad para establecer una identidad para la serie, ya que como se mencionó anteriormente, la mayoría de los libros de fantasía juvenil son parte de una serie más grande (Bonavia, 2019, p. 27). Mantener la portada bastante minimalista también deja espacio para la expansión a medida que la serie continúa creciendo y la historia se vuelve más compleja. Este tipo de diseño flexible permite una mayor libertad creativa (Bonavia, 2020, p. 27).

Para concluir, los tres elementos de diseño más populares que aparecen en las portadas de libros de fantasía juvenil son la teoría del color en la fantasía, las figuras humanas y el simbolismo. A través de las diversas disertaciones y artículos, es evidente que estos tres elementos pueden ayudar a un libro a comunicar ciertos sentimientos y emociones a los lectores. La portada de un libro actúa como el primer punto de comunicación entre la historia y el lector, y es importante que el lector se sienta emocionado por la portada, especialmente si se trata de un libro desconocido para él.

Si bien estos resultados se alinean con los argumentos expuestos en la revisión de la literatura y muestran que los tres elementos de diseño de portadas son, de hecho, prevalentes en los libros de fantasía juvenil más amados de la última década, no se puede afirmar con certeza que el diseño de la portada sea la única razón por la que estos libros son tan populares y queridos por muchos. Como se mencionó anteriormente, la mayoría de los libros de fantasía juvenil forman parte de una serie más amplia, lo que significa que una vez que un lector ha leído y disfrutado del primer libro de una serie, es más probable que lea los siguientes libros sin importar mucho cómo se vea la portada. Los lectores también pueden ser leales a los autores, por lo que pueden leer un libro solo porque su autor favorito lo escribió. Esta podría ser una razón por la cual el diseño de la portada puede no estar en primer plano de la decisión de compra de un lector. Sin embargo, varios de los libros en el grupo de muestra eran los primeros de sus respectivas series, lo que significa que el diseño de la portada podría haber sido un factor que intrigaba a los lectores y decidieron leer el libro. En general, es evidente que el diseño de la portada sigue siendo una parte muy importante del diseño de portadas de libros en el género de fantasía juvenil, ya que muchos de los libros estudiados tienen diseños de portadas extremadamente elaborados con detalles intrincados que son muy llamativos y destacan entre otras portadas de libros más simples.

Por otro lado se puede estudiar conceptos importantes dentro de la fantasía como lo es el “Arte Fantástico” el cual no es un género específico pero si se ve a los largo de la historia como una forma de representar eventos no realistas, místicos o folclóricos de forma representacional y naturalista.

La fantasía ha sido una parte integral del arte desde sus inicios, pero ha sido particularmente importante en el manierismo, la pintura realista mágica, el arte romántico, el simbolismo, el surrealismo y la vulgaridad. En francés, el género se llama le fantastique, en inglés a veces se denomina arte visionario, arte grotesco o arte manierista. Ha tenido una interacción profunda y circular con la literatura fantástica.

El auge de las revistas “pulp” de fantasía y ciencia ficción exigió obras de arte para ilustrar historias y para promover las ventas. Esto condujo a un movimiento de artistas de ciencia ficción y fantasía antes y durante la Gran Depresión, como lo santificó Vincent Di Fate, él mismo un prolífico artista de ciencia ficción y espacio.

En los Estados Unidos, en la década de 1930, un grupo de artistas de Wisconsin inspirados por el movimiento surrealista de Europa crearon su propia marca de arte fantástico. Entre ellos se encontraban los artistas Marshall Glasier, Dudley Huppler y John Wilde, con sede en Madison, Wisconsin; Karl Priebe, de Milwaukee, y Gertrude Abercrombie, de Chicago. Su arte combinaba humor macabro, misterio e ironía que estaba en contradicción directa y aguda con el regionalismo estadounidense entonces en boga.

En el Chicago de la posguerra, el movimiento artístico Chicago Imagism produjo muchas pinturas fantásticas y grotescas, que fueron poco conocidas porque no se ajustaban a las modas del arte abstracto neoyorquino de la época. Los principales imaginistas incluyen a Roger Brown, Gladys Nilsson, Jim Nutt, Ed Paschke y Karl Wirsum.

Después de 1970, la fantasía occidental moderna está influenciada por las ilustraciones de Conan el Bárbaro y El Señor de los Anillos. Así como por obras populares de ciencia ficción y fantasía como el juego de rol Advanced Dungeons & Dragons o la revista francesa Heavy Metal.

Al tener en claro estos conceptos se pueden diferenciar distintas tendencias en cuanto a clasificación de literatura fantástica se habla. La mayoría de las tapas se caracterizan según el enfoque temático partiendo de las cuatro más reconocidas: Fantasía oscura, Romantasy, Fantasía épica o heroica y Fantasía histórica.

Fantasía oscura: El estilo de esta temática se caracteriza por un alto nivel simbólico, con objetos que probablemente serán de importancia en el interior del libro. El foco no se encuentra en los personajes, sino en el misterio de quiénes protagonizarán la historia. Para esto se hace uso de colores oscuros, fuego, humo y otros elementos que generan misterio. Los colores son pobres, se hace mucho uso de tonos oscuros, colores metalizados y podemos ver la presencia de alguno de los cuatro colores principales (rojo, azul, verde o violeta) acentuando elementos de interés.



Silencio, una novela de oráculo, por Reachel Karl.

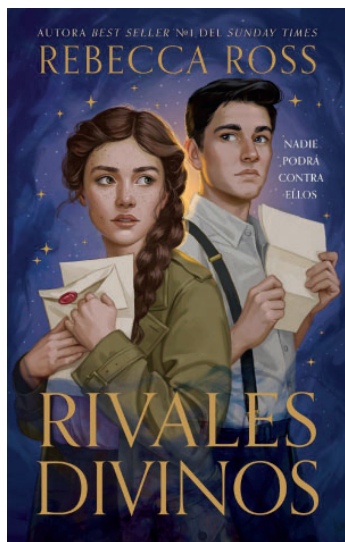


Una luz en la llama, por Jennifer L. Armentrout.

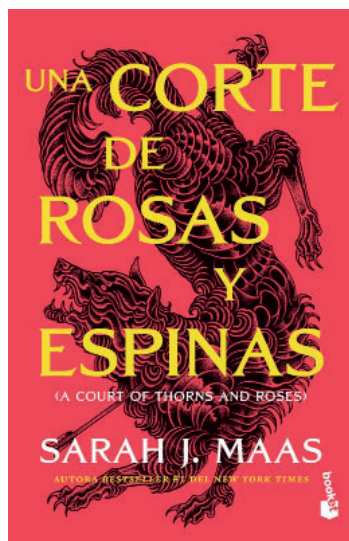


Una corte de fuego, por Khardine Gray.

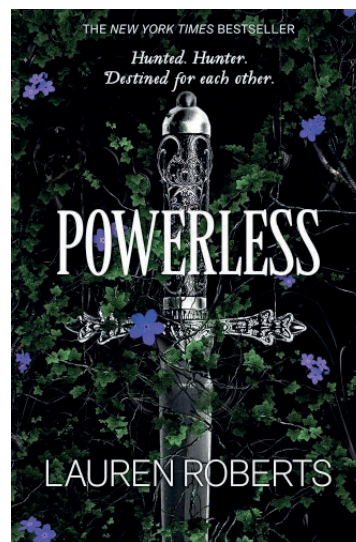
Romantasy: En los libros de Romantasy podemos ver confluye la presencia de elementos simbólicos con la de personajes principales o importantes para la trama. Se siguen repitiendo los mismos colores, pero esta vez de forma mucho más protagonista en el diseño, ya sea de forma plena o con textura, juegan un papel más principal en identificación de estos libros.



Rivales divinos, por Rebecca Ross.



Una corte de rosas y espinas, por Sarah J. Maas.



Powerless, por Lauren Roberts.

Fantasia Épica: El foco del diseño está puesto directamente en el personaje/héroe de la historia. Se encuentran principalmente ubicados en la parte central de la cubierta, mostrando ya sea una parte o la totalidad de su cuerpo. Así también es importante el ambiente que los rodea ya que empiezan a situar al lector en el tipo de historia que van a leer. Se utilizan una variedad de texturas y fondos para rodear al personaje y se ve por lo menos uno de los colores más característicos. La tipografía del título se presenta mayormente en colores metalizados brillantes.



La niña de fuego, por Aisling Fowler.

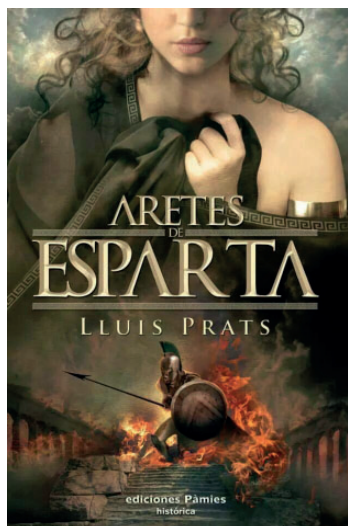


Heredera de fuego, por Sarah J. Maas.

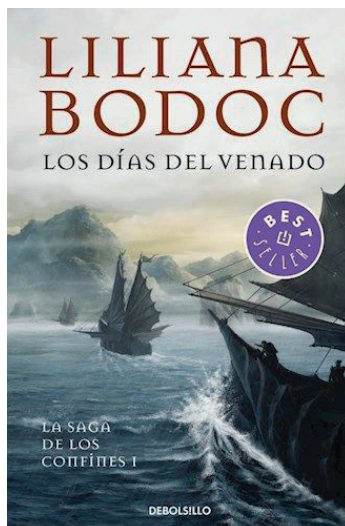


La era de los reyes, por Nira Strauss.

Fantasia Histórica: La fantasía histórica se encuentra en tonos menos vibrantes que el resto de las temáticas. En estas portadas los personajes o espacios que se ven están representados con técnicas realistas y elementos reconocibles rápidamente. Se le presta más atención a los elementos de la naturaleza.



Aretes de Esparta, por Lluís Prats.



Los días del venado, por Liliana Bodoc.



Tiempo de dragones, por Liliana Bodoc.

Cartografía fantástica

La cartografía fantástica, la creación de mapas ficticios o la geoficción es un tipo de diseño de mapa que presenta visualmente un mundo o concepto imaginario, o representa una geografía del mundo real en un estilo fantástico. La cartografía fantástica generalmente se manifiesta a partir de la construcción de mundos y a menudo corresponde a narrativas dentro de los géneros de fantasía y ciencia ficción. Stefan Ekman dice: “Un mapa [normal] vuelve a presentar lo que ya está ahí; Un mapa ficticio suele ser primario: crear el mapa significa, en gran medida, crear el mundo del mapa”.

Si bien la fantasía cartográfica ha sido popularizada por novelas de estos géneros, también se ha convertido en un pasatiempo independiente y una búsqueda artística. La fantasía cartográfica tiene sus orígenes históricos en la mitología, la filosofía, la literatura y las ciencias naturales. Aunque típicamente geográfica, la fantasía cartográfica puede incluir mapas planetarios, galácticos y cosmológicos; mapas conceptuales; y mapas especulativos. Los mapas de fantasía se crean y presentan en diferentes medios como libros, programas de televisión, películas, videojuegos, juegos de mesa y sitios web; y se caracterizan por la estética, los temas y los estilos asociados con el mundo o el concepto que están representando. La creciente popularidad de la geoficción y la construcción de mundos ha llevado a la aparición de programas de diseño adaptados a cartógrafos creativos.

Los cartógrafos de la Edad Media no veían su profesión como meras representaciones precisas de la geografía. A menudo, sus mapas fueron elaborados tanto como obras de arte como herramientas para navegar, incorporando imágenes y simbolismos de la mitología, el folclore y las historias de fantasía.

Un ejemplo temprano de cartografía creada sin la intención de presentar una realidad geográfica es El infierno de Dante. A finales del siglo XV, se habían publicado

numerosas ilustraciones inspiradas en la Divina Comedia de Dante Alighieri basadas en descripciones del texto.

El infierno de Dante ha seguido siendo el tema de los cartógrafos de fantasía durante siglos.

En la cultura popular, el género de fantasía presenta predominantemente mapas y escenarios que emulan la Tierra, pero con un sentido de otredad. Los mapas creados en este género reflejan estos conceptos. Se pueden clasificar según el alcance. El alcance informa cómo y cuánta información se muestra en el mapa. En este sentido podemos tener mapas: Locales, geográficos, planetarios, galácticos y cosmológicos. Suelen ser utilizados por los creadores para transmitir una perspectiva. Por esta razón, se representa que fueron creados por un personaje u organización en el mundo. Esta es una herramienta útil para autores o constructores de mundos, ya que el mapa puede actuar como un personaje dentro de la historia. Pueden ser erróneos, específicos en el tiempo o prejuiciosos, al igual que un personaje normal o un narrador poco fiable.



Mapa fantástico “El infierno” de Dante.



Mapa fantástico de “Prythian” del libro Una corte de rosas y espinas, por Sarah J. Maas.

Press Kit

En el ámbito editorial, el press kit se concibe como el contenedor integral de acciones y materiales de prensa, que articula tanto los objetos promocionales como el press book. Su función principal es acompañar y potenciar el lanzamiento, la difusión y el posicionamiento de una editorial, una colección o una saga literaria, integrando piezas informativas y elementos físicos o digitales de carácter institucional y promocional.

El press kit puede presentarse en formato físico, digital o híbrido, e incluye objetos promocionales (como señaladores, posters, bolsas, remeras u otros recursos gráficos) junto con el press book, que actúa como núcleo informativo del sistema. En este sentido, el press kit no se limita a un único soporte, sino que funciona como un dispositivo comunicacional amplio, pensado para facilitar el vínculo entre la editorial, los medios de comunicación y otros actores del sector.

Press Book

El press book es la pieza central informativa del press kit editorial. Se trata de un documento que reúne de manera ordenada y accesible toda la información relevante que periodistas y medios necesitan para comprender, contextualizar y comunicar correctamente la identidad de la editorial y sus publicaciones. En sus componentes textuales y gráficos, el press book incluye comunicados de prensa, información institucional, biografías de autores, sinopsis de obras, datos técnicos, imágenes en alta calidad y antecedentes relevantes. A diferencia de un catálogo o un folleto, el press book debe alejarse del tono publicitario y priorizar una comunicación objetiva, clara y verificable, aportando contexto, historia y lineamientos editoriales. Su objetivo es funcionar como fuente de consulta y referencia, asegurando que la información difundida sobre la editorial, la colección o la obra sea coherente, precisa y alineada con su identidad.

Teaser

El teaser, también conocido en español como campaña de intriga, es un formato que se ha popularizado en los últimos años. Surgió inicialmente en el ámbito de la publicidad y, debido a su buena recepción, se extendió posteriormente a otros medios como la televisión, el cine y la literatura.

Se utiliza principalmente como instancia previa o anticipo de una campaña publicitaria vinculada a un producto o servicio, y se caracteriza por ofrecer al público información fragmentada que genera un alto grado de intriga, incentivando la expectativa por la llegada del contenido o producto completo.

En un teaser se revela muy poco: el mensaje se plantea como un enigma cuyo objetivo es despertar curiosidad y expectativa en los usuarios o espectadores. Para ello, se aprovecha la amplia capacidad de difusión de medios como internet, el cine y la televisión. En este sentido, el objetivo principal es asegurar la repercusión mediática antes de que se conozca con precisión de qué se trata el producto o la obra.

En el caso de los teasers audiovisuales, la duración suele ser breve, generalmente entre 30 y 60 segundos. En este formato no se comunica el contenido de la película o del producto, sino que se busca informar que se aproxima un estreno o lanzamiento, sin revelar aún detalles sobre su naturaleza.

Trailer

Tráiler es un término inglés que se relaciona con el medio cinematográfico y es traducido como “avance” ya que el mismo indica una sinopsis o resumen de la trama del filme, asimismo, puede ser una serie de televisión, vídeo musical o, video juego que se estrenará próximamente.

El **book trailer**, el cual puede ser referido como “video-podcasts”, consiste en la promoción de un libro para animar a los lectores. El book tráiler es un vídeo corto, similar a los trailers cinematográficos, en donde se exhibe los acontecimientos relevantes narrados en el libro, identificación del escritor, imágenes, efectos, entre otros aspectos acompañados de un fondo musical. En ocasiones los trailers book contienen entrevistas realizadas al escritor exponiendo su obra y los motivos que lo llevaron a escribir. De igual manera, el book tráiler se puede usar con la finalidad de presentar un nuevo autor o, para darle un mayor énfasis al personaje principal del libro, más cuando el mismo trata de la biografía de un personaje.

Actualmente, existen páginas webs que permiten que los editores y autores puedan publicar trailers de libros con la posibilidad de que los lectores dejen sus comentarios o críticas.

1.6 BRIEFING (ESTUDIO DEL CLIENTE Y DESTINATARIOS)

T.J. Klune

Travis John Klune (20 de mayo de 1982), también conocido como TJ Klune, es un autor estadounidense de ficción, romance y fantasía, reconocido por la presencia de personajes LGBTQ+ en sus obras. Varias de sus novelas han integrado la lista de los más vendidos de *The New York Times* y le han valido numerosos premios. Además, Klune ha hablado públicamente sobre cómo su asexualidad ha influido en su escritura y en la construcción de sus personajes.

Su amor por la escritura comenzó en la infancia, durante la década de 1980, cuando escribía fan fiction basada en su videojuego de acción y aventuras favorito, *Metroid*. Con el tiempo, empezó a desarrollar historias originales. Sus docentes siempre alentaron su trabajo, expresando que esperaban ver sus libros en librerías algún día.

Su primer libro, *Dos hombres y un niño*, fue publicado en 2011. Debido a la frecuente utilización de seudónimos en la ficción romántica gay, decidió escribir bajo el nombre de TJ Klune. La principal motivación detrás de esta obra fue la abundancia de personajes queer representados de manera estereotipada y ofensiva en otras historias. Klune buscaba ofrecer una representación auténtica y positiva de las relaciones queer, con personajes con los que el público pudiera identificarse. En ese mismo año, Amazon destacó *Dos hombres y un niño* como uno de los mejores libros LGBTQ de 2011, y a esta novela le siguieron tres títulos más que conformaron la serie. En 2013 publicó la novela de realismo mágico *Into This River I Drown*, escrita mientras procesaba la muerte de su padre. Se trata de una historia sobrenatural sobre el dolor y el amor ambientada en un pequeño pueblo, que le valió el Premio Literario Lambda 2014 al Mejor Romance Gay.

En 2016 escribió y publicó *Wolfsong*, una novela LGBTQ ambientada en un mundo de hombres lobo. La obra alcanzó gran popularidad en 2020, cuando se convirtió en un fenómeno en TikTok e Instagram, consolidándose como uno de sus trabajos más reconocidos. *Wolfsong* fue el primer libro de la tetralogía *Green Creek*. Inicialmente publicada de manera independiente, la novela fue posteriormente adquirida por Tor Books para su reedición, tras resolverse cuestiones relacionadas con los derechos de autor.

Su debut en la literatura juvenil, *The Extraordinaries*, fue elogiado por Kirkus por su uso de tropos de superhéroes y fan fiction, mientras que Publishers Weekly destacó la representación positiva y empática de un personaje adolescente con TDAH.

Por su parte, la novela independiente de fantasía *The House in the Cerulean Sea* se convirtió en un best seller del *The New York Times* y fue seleccionada por *The Washington Post* como una de las “mejores lecturas para sentirse bien de 2020”. Publishers Weekly la describió como una “fantasía orwelliana que invita a la reflexión”, y Kirkus elogió la habilidad de Klune para crear personajes memorables. Asimismo, fue nombrada uno de los mejores libros de ciencia ficción y fantasía de Amazon en 2020. En 2017, Klune fue nominado como uno de los autores favoritos de ficción M/M en el sitio web de reseñas Goodreads. Es también un activo defensor de una representación más diversa y respetuosa de la comunidad LGBTQ+ en la literatura, y ha manifestado su deseo de ver más personajes asexuales reflejados en los libros.



Series:

The Seafare Chronicles

- *Dos hombres y Un Niño, (Bear, Otter, and the Kid, 2011)*
- *Who We Are (2012)*
- *The Art of Breathing (2014)*
- *The Long and Winding Road (2017)*

Elementally Evoked

- *Burn (2012)*
- *At First Sight*
- *Tell Me It's Real (2013)*
- *The Queen & the Homo Jock King (2016)*
- *Until You (2017)*
- *Why We Fight (2019)*

Tales From Verania

- *The Lightning-Struck Heart (2015)*
- *A Destiny of Dragons (2017)*
- *The Consumption of Magic (2017)*
- *A Wish Upon the Stars (2018)*
- *Fairytales From Verania (2021) (Recompilación de novelas cortas, sin traducción al español)*
- *The Damning Stone (2022)*

How To Be

- *How To Be a Normal Person (2015)*
- *How To Be a Movie Star (2019)*

Immemorial Year

- *Whitered Sere (2016)*
- *Crisped Sere (2016)*

Green Creek

- *La Canción del Lobo (Wolfsong, 2016)*
- *La Canción del Cuervo (Ravensong, 2018)*
- *La Canción del Corazón (Heartsong, 2019)*
- *La canción de los Hermanos (Brothersong, 2020)*

The Extraordinaries

- *The Extraordinaries (2019)*
- *Flash Fire (2021)*
- *Heat Wave (2022)*

Novelas

- *Into This River I Drown (2013)*
- *John & Jackie (2014)*

- *Murmuration (2016)*
- *Olive Juice (2017)*
- *The Bones Beneath My Skin (2018)*
- *La Casa en el Mar Más Azul (The House in the Cerulean Sea, 2019)*
- *Under the Whispering Door (2021)*
- *In the Lives of Puppets (2023)*

Premios

- *Premio literario Lambda En este río me ahogo (2013)*
- *Premio Alex La casa en el mar cerúleo (2020)*
- *Premio de Becas Mitopoéticas de Literatura para Adultos La Casa en el Mar Cerúleo (2020)*
- *Ganador del premio Gold Nautilus Book Award The Extraordinaries (2021)*



Diseño de packaging para novelas de TJ Klune por Tor Books



Diseño de cubiertas para novelas de TJ Klune por Tor Books

VR Editoras

Esta editorial argentina fue creada en 1996 por Lidia María Riba, docente y editora, quien soñaba con fundar una editorial que transmitiera mensajes positivos, valores y emociones a través de la palabra. Su objetivo era brindar esperanza y anclar sus publicaciones en los sentimientos, la amistad y el amor.

Con esta premisa fundó la primera editorial latinoamericana especializada en libros regalo, que hoy se ha consolidado como una empresa multinacional. Actualmente publica más de 200 novedades anuales desde sus sedes en Argentina, México, Brasil y España. Sus libros llegan a todos los países de habla hispana y a todo Brasil en idioma portugués.

La editorial trabaja con autores de renombre como Paulo Coelho, James Dashner, Elena Armas, Chris Colfer, Canela, Marissa Meyer, John Maxwell, Alice Oseman y TJ Klune, entre muchos otros, destacándose en cada una de las líneas que conforman su catálogo.

Lo que comenzó como una editorial de nicho fue expandiéndose progresivamente, incorporando nuevas líneas y productos, como ebooks y audiolibros, así como distintos canales de distribución y diversas formas de hacer negocios. En la actualidad, la editorial cuenta con cuatro sellos:

- **VRYA:** destinado a literatura juvenil y para adultos jóvenes, abarca sagas, novelas y novelas gráficas. Este sello marcó un punto de inflexión en la forma de comunicación de la editorial con su público lector joven.
- **VERA:** definido por las propias editoras en su sitio web como “un sello para personas empoderadas que confían en el amor”, se especializa en literatura romántica. Este sello redimensiona el lugar de las mujeres en sus propias historias, como individuos que desean y viven bajo sus propias reglas.
- **Capicúa:** orientado a libros infantiles, desde la primera infancia hasta la preadolescencia. Se especializa en libros de tela, pop-up y libros objeto.
- **VR:** enfocado en libros de superación personal e introspección, recetas de cocina, novelas y libros objeto de inspiración ilustrada.

El amor por los detalles, cuyo origen se encuentra en los libros regalo, continúa siendo uno de los pilares fundamentales de la identidad de la editorial. Cada libro es creado con el esmero y la atención de un equipo comprometido con la cultura positiva y la calidad editorial, valores que la han caracterizado desde sus inicios y que aún hoy se mantienen.

Además, la editorial participa desde hace años en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires con stand propio, donde exhibe y comercializa sus publicaciones. Su presencia se registra al menos desde la 42.^a edición de la feria, con stands diseñados por el estudio de arquitectos CUATRO+D.



Logo de la editorial.



Stand de VR Editoras en la 42° Feria Internacional del libro. Diseño por estudio Cuatro+D.

V&R Editoras trabaja de manera articulada con empresas especializadas para el desarrollo de sus objetos promocionales y la materialización de sus stands feriales. Para el diseño y construcción de sus espacios expositivos, colabora con el estudio de arquitectura CUATRO+D, encargado de proyectar stands para la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires. Asimismo, para la producción de objetos promocionales y material de merchandising, V&R Editoras trabaja junto a OnPromotion, empresa especializada en artículos promocionales y la comunicación directa con los lectores.

CUADRO+D Espacios Innovadores

Es un estudio de arquitectura y diseño argentino especializado en la creación y construcción de espacios innovadores para marcas, eventos y proyectos corporativos. Su trabajo se centra principalmente en el diseño y construcción de stands para ferias, exposiciones y convenciones, con el objetivo de lograr que los productos y servicios de sus clientes destaquen visualmente en contextos competitivos con numerosas marcas participantes.

La empresa combina creatividad arquitectónica, diseño aplicado y planificación estratégica para desarrollar soluciones completas que incluyen desde la concepción del proyecto hasta la ejecución final. Además de stands, CUATRO+D diseña exhibidores y puntos de venta (POP), locales comerciales, showrooms, oficinas llave en mano y la ambientación de eventos corporativos, buscando trasladar la identidad intangible de una marca a un espacio físico que conecte emocionalmente con su público.

La filosofía de trabajo del estudio se apoya en cuatro valores fundamentales: compromiso, vanguardia, ética y trayectoria, que guían sus procesos creativos y constructivos para ofrecer productos con alto impacto visual y funcionalidad.

Ha desarrollado proyectos para clientes y marcas de distintos sectores, participando activamente en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, diseñando para clientes como: VR Editoras, Cúspide, Editorial Océano, Editorial Deva's y la editorial Kapelusz Norma.

On Promotion

Es una empresa argentina especializada en el diseño y la comercialización de artículos promocionales y regalos empresariales, con más de diez años de trayectoria en el mercado. Su actividad principal consiste en apoyar a sus clientes en el desarrollo de campañas BTL (Below The Line) mediante productos promocionales creativos, innovadores y de alta calidad que ayuden a comunicar la identidad y los valores de cada marca.

La empresa está conformada por un equipo de profesionales jóvenes, creativos y proactivos, cuya cultura de trabajo se basa en el esfuerzo, el compromiso y la mejora continua. OnPromotion se enfoca en que cada artículo promocional transmita la esencia de la marca del cliente, buscando generar el mayor impacto posible a través de productos de excelente calidad y con una entrega puntual, al tiempo que se mantiene un costo por contacto accesible para campañas de marketing y comunicación.

Su catálogo de productos abarca una amplia variedad de objetos que pueden personalizarse con técnicas de serigrafía, tampografía, impresión digital, grabado láser, bordado y otros procesos de decoración. Entre los artículos ofrecidos se incluyen bolsos térmicos, termos, mochilas, agendas, cuadernos, accesorios tecnológicos, artículos de escritorio y otros objetos que funcionan como herramientas de branding y fidelización de públicos.

La empresa, registrada legalmente como ONPROMOTION S.R.L., está ubicada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y desarrolla tanto comercialización como diseño y asesoramiento en productos promocionales para empresas de distintos sectores.

1.7 RECOPIACIÓN Y ANÁLISIS DE ANTECEDENTES

Se tomaron cuatro antecedentes directos y cuatro indirectos. Los antecedentes directos corresponden a obras literarias que lanzaron una nueva edición luego de algunos años de su primera publicación. Por su parte, los antecedentes indirectos incluyen ejemplos de otras ramas del arte, como la música y el cine, en los que se observan remakes realizados años después de su estreno o lanzamiento.

1.7.1 ANTECEDENTES DIRECTOS

Trono de cristal (Sarah J. Mass)

En respuesta al fenómeno global que provocó la saga Trono de Cristal, la editorial Hydra relanzó en septiembre de 2024 una edición especial limitada del primer libro en formato de tapa dura, con los cantos pintados y calidad de colección, destinada a lectores exigentes y fans de Sarah J. Maas. Esta edición no solo aporta un valor estético elevado, sino que también busca capitalizar la demanda creciente por objetos literarios tangibles y atractivos para coleccionistas.

La estrategia editorial incluyó el lanzamiento progresivo de los siguientes volúmenes: Corona de medianoche en septiembre, Heredera de fuego en octubre y La espada de la asesina (la precuela) el 2 de diciembre de 2024, todos en formatos similares, lo cual refuerza el enfoque de completar una colección homogénea.

En la primera edición de la saga puede observarse una composición centrada, con el uso de una única tipografía serif que varía entre mayúsculas y versalitas, con un acabado metálico brillante. El personaje principal se presenta centrado, sobre un fondo nebuloso y difuso. Cada uno de los libros adopta un tono cromático específico y se mueve dentro de sus análogos, priorizando colores quebrados y no puros.

Este sistema visual se apoya en la ilustración para transmitir realismo, expresividad y una gran cantidad de detalles. En contraste, la nueva edición propone un enfoque diferente: si bien mantiene el recurso de la ilustración, ya no representa al personaje principal, sino que muestra escenarios relevantes de la historia mediante figuras de bordes limpios, colores saturados y texturas sutiles. Asimismo, la tipografía pasa a ser una sans serif de trazo modulado. Estos cambios reflejan las tendencias actuales del diseño y las modas, que privilegian propuestas visuales más limpias, simples y sintéticas.



Edición de la saga Trono de cristal, por editorial Hydra. Año 2012.



Edición especial coleccionable de la saga Trono de cristal, por editorial Hydra. Año 2024.

Los Juegos del Hambre

Esta saga fue publicada originalmente en 2008 por Scholastic, una reconocida editorial estadounidense especializada en literatura infantil y juvenil. Recientemente se anunció una edición coleccionable de alto valor estético. El motivo es actualizar la saga para el lanzamiento del nuevo título, Sunrise on the Reaping (publicado en marzo de 2025). Esta versión de lujo se publicó el 4 de noviembre de 2025, con características destacadas como nueva portada con detalles metálicos, cantos tintados con artestencil, guarda interior floral a todo color y contenido exclusivo adicional.

Esta colección especial tiene una fuerte carga simbólica: combina un aspecto visual y físico cuidado con la narrativa expandida del universo distópico, agregando valor tanto para coleccionistas como para nuevos lectores que buscan una experiencia inmersiva completa. Además, Sunrise on the Reaping tuvo un lanzamiento impresionante desde su debut en marzo de 2025, convirtiéndose en bestseller #1 a nivel internacional con más de 2,5 millones de copias vendidas en inglés.

Este movimiento editorial se contextualiza dentro de una estrategia más amplia: mantener la relevancia cultural de la saga y aprovechar la anticipación generada por su futura adaptación cinematográfica, que se estrenará en noviembre de 2026.

Los cambios sintácticos entre ambas ediciones pueden identificarse con claridad. En la edición original se utiliza una tipografía sans serif de carácter geométrico, que intenta generar distintas composiciones en cada tapa. Esta se combina con fondos planos y figuras geométricas que enmarcan al pájaro sinsajo, elemento central de la saga. Este tipo de diseño era habitual en las novelas de fantasía y distopía de la época, ya que buscaba transmitir una estética futurista acorde al universo narrativo.

En contraste, la nueva edición recurre a colores planos e intensos que generan un fuerte contraste entre sí, manteniendo al pájaro en color negro como punto focal ubicado en el centro de la composición. Los títulos adquieren un tamaño considerablemente menor, ya que el elemento principal para el reconocimiento del libro es el ave y no el nombre del volumen.

En consecuencia, la propuesta visual resulta más sintética y explora otros recursos gráficos, como los cantos pintados y los interiores ilustrados a color.



Edición de la saga Los juegos del hambre, por editorial Scholastic. Año 2008.



Edición de la saga Los juegos del hambre, por editorial Scholastic. Año 2026.

Orgullo y Prejuicio

La reconocida novela de Jane Austen ha recibido múltiples rediseños por parte de distintas editoriales a lo largo del tiempo. Sin embargo, una edición especialmente relevante para los fines de este trabajo es la realizada por Chronicle Books en 2020. Se trata de una edición de tapa dura en la que la novela se transforma en un verdadero libro objeto gracias a la incorporación de material adicional.

La publicación incluye 19 cartas plegadas y guardadas de forma manual, que el lector puede abrir a medida que avanza en la lectura de la trama. Esta edición fue ampliamente valorada por los lectores debido a su elegancia y a la cuidada atención a los pequeños detalles, poniendo en relieve el valor del trabajo artesanal de las ediciones especiales.



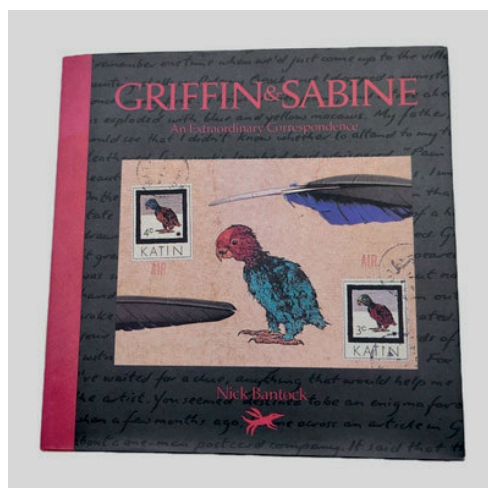
Edición especial de la editorial Chronicle, 2020.

Griffin y Sabine: Una correspondencia extraordinaria

En este caso, la narrativa del libro se construye a partir de cartas y postales físicas que se encuentran insertas en sobres dentro de las páginas y que pueden ser retiradas por el lector a medida que avanza la lectura.

Griffin y Sabine: una correspondencia extraordinaria es una novela epistolar de Nick Bantock, publicada en 1991 por Chronicle Books en los Estados Unidos y por Raincoast Books en Canadá. Se trata del primer título de la trilogía Griffin y Sabine. La historia se desarrolla a través del intercambio de cartas y postales extraíbles entre los dos personajes principales y está dirigida a un público adulto, ya que algunas interpretaciones señalan el carácter inquietante de sus ilustraciones y contenidos.

Esta obra constituye un ejemplo destacado de libro objeto orientado a lectores adultos, en el que el diseño adquiere un rol protagónico. Las cartas y postales se presentan como piezas de lectura independientes del bloque de texto tradicional, con un tratamiento visual sofisticado que potencia la dimensión sensorial y narrativa de la obra.



Libro objeto de la editorial Chronicle, 1991.

1.7.2 ANTECEDENTES INDIRECTOS

MÚSICA- Miranda

En el año 2023, Miranda lanzó Hotel Miranda!, un álbum que consiste en reversiones de sus propios éxitos con la participación de artistas invitados, con el fin de renovar su catálogo, atraer nuevas audiencias y actualizar su sonido mediante colaboraciones contemporáneas.

Esta decisión se enmarca en la trayectoria de la banda como innovadora del pop argentino. Por ejemplo, su segundo álbum, Sin Restricciones (lanzado en septiembre de 2004), fue una “bomba pop” que consolidó su irrupción masiva en Hispanoamérica gracias a canciones emblemáticas como “Yo Te Diré”, “El Profe”, “Traición”, “Otra Vez” y especialmente “Don”, conocida popularmente como “La guitarra de Lolo”. Este disco representó un cambio notable en la escena del rock local gracias a su estética teatral y su electropop melodramático, una mezcla que los destacó por su autenticidad, irreverencia estética y fuerte conexión con comunidades alternativas. Así, Hotel Miranda! no solo celebra la vigencia de su repertorio, sino que también evidencia una estrategia continuada de la banda: revitalizar su legado musical a través de reinterpretaciones colaborativas, manteniéndose relevantes y conectados con nuevas generaciones sin perder su identidad creativa.

Desde lo gráfico, puede observarse que el primer álbum se caracteriza por el uso de fondos blancos, tipografías elegantes y gestuales, y la presencia de fotografía analógica cargada de dramatismo, pero a la vez de sutileza.

En cambio, el segundo álbum presenta una explosión de recursos visuales: incorpora texturas, colores saturados y una fotografía más teatral y cargada de significado. Evidencia a una banda mucho más consolidada, con mayor confianza y sin temor a mostrar su identidad.



Album “Sin restricciones”, año 2004.



Album “Hotel Miranda!”, año 2023.

MÚSICA- Turf

Luego de años separados, Turf se reunió en la década del 2010 y retomó su actividad a través de giras y reediciones de sus álbumes clásicos, con el objetivo de reactivar la banda, reconectar con su público fiel y atraer nuevas generaciones. La reunión definitiva se consolidó a partir de 2015, tras varios shows que marcaron su regreso al escenario.

Este proceso de reencuentro se completó en 2023 con el lanzamiento de su sexto álbum de estudio, *Renacimiento*, compuesto por 11 canciones disponibles en plataformas digitales y en formato vinilo. La publicación de este álbum representa una estrategia tanto nostálgica como creativa: por un lado, permite capitalizar el legado musical acumulado; por otro, reafirma la relevancia actual de la banda mediante un material fresco, nuevas producciones y la activación de su historia artística.

Turf ha combinado exitosamente la nostalgia con una renovación estratégica: reeditando su catálogo, reviviendo su presencia escénica y lanzando nueva música, todo para revitalizar su trayectoria e impactar a nuevos públicos sin perder la conexión con su esencia.

Puede observarse que los primeros álbumes de la banda estaban centrados principalmente en la ilustración, la presencia de fotografías intervenidas y una marcada importancia del color y las texturas como elementos identitarios.

En cambio, el nuevo álbum propone una colisión entre el arte renacentista tradicional y el uso de lettering realizado con aerosol. Este tipo de intervención funciona como un recurso visual que expresa la convivencia entre la esencia original de la banda y la incorporación de nuevas tendencias musicales.



Portadas de álbum: Para mi para vos (2004), Kurt Cobain (2015) y Odisea (2018)



Álbum "Renacimiento", año 2023.

CINE- *Freaky Friday*

La historia original no surgió en el cine, sino en un libro infantil titulado *Freaky Friday*, escrito por Mary Rodgers y publicado en 1972. La obra presenta una premisa simple pero poderosa: una madre y su hija intercambian cuerpos y deben vivir la vida de la otra por un día.

En 1976 se realizó la primera adaptación cinematográfica del libro. Disney vio potencial en la premisa para atraer a familias y adolescentes, y la convirtió en una comedia fantástica ligera. Esta versión introdujo el recurso del “intercambio de cuerpos” a audiencias masivas y se transformó en un referente popular dentro de este tipo de relatos.

Luego, en 1995, se produjo el primer remake de la obra, a través de una adaptación televisiva realizada para ABC/Disney. Esta versión fue pensada para su exhibición en la pantalla chica y para captar a un público nuevo que quizá no había conocido, o no recordaba, la película de 1976. No se trató de un estreno cinematográfico, sino de un reinicio más liviano de la historia, destinado a mantenerla vigente dentro de las producciones familiares de Disney.

En 2003 se estrenó el segundo remake, que se convirtió en la versión más conocida y exitosa a nivel internacional. En este caso, Disney buscó revitalizar la historia para una nueva generación —la de los años 2000— mediante una estética más moderna, una energía juvenil marcada y un mayor énfasis en la música, la cultura adolescente y los conflictos familiares. Con Lindsay Lohan y Jamie Lee Curtis como protagonistas, el estudio apostó por dos figuras capaces de conectar tanto con el público adolescente como con el adulto. Esta adaptación desarrolló a los personajes de manera más profunda, incorporó un humor actualizado y se destacó por las actuaciones de sus protagonistas, lo que derivó en un gran éxito comercial y crítico, consolidando la historia en el imaginario cultural contemporáneo.

La versión más reciente, estrenada en 2018, fue producida como un musical televisivo para Disney Channel, tomando como base la adaptación teatral de 2016. Esta reinterpretación incluye canciones, coreografías y un tono más infantil y fantasioso, ya que fue pensada para un público más joven y orientada al consumo en plataformas como Disney+ y la televisión infantil. En este sentido, puede considerarse menos como un remake tradicional y más como una reinterpretación de la historia en formato musical, dirigida a una audiencia específica.

Al analizar las razones que explican la existencia de múltiples remakes de una misma historia, puede observarse, en primer lugar, que la idea de “ponerse en el lugar del otro” resulta efectiva en cualquier época, ya que aborda temáticas universales como el entendimiento mutuo, los conflictos familiares, la empatía y el crecimiento personal. Estos ejes narrativos permiten que cada generación resignifique la historia según su propio contexto cultural.

Por otro lado, el modelo de familia representado en la obra resultó especialmente rentable para Disney, una empresa que históricamente ha buscado transmitir enseñanzas y valores a través de sus producciones. *Freaky Friday* le brindó la oportunidad de actualizar, en cada versión, un modelo de familia acorde a los valores sociales de cada momento histórico, al mismo tiempo que aprovechaba las tendencias culturales y las innovaciones tecnológicas para explotar los medios de difusión disponibles. Esto permitió mantener el contenido activo y fácilmente monetizable para nuevas audiencias. Así, la historia se presentó primero como una comedia familiar clásica para la gran pantalla, luego como un telefilm destinado a un público hogareño, más tarde como un estreno cinematográfico orientado a adolescentes y familias, y finalmente como un musical que aborda el relato desde lo lírico, con música juvenil y ritmos contemporáneos. *Freaky Friday* funciona, de este modo, como un relato espejo de cada época: cada versión revela cómo se conciben la familia, la autoridad, la adolescencia y el rol de la mujer en su respectivo contexto histórico. La reiteración del relato no responde a una

falta de ideas, sino a la capacidad de la historia para adaptarse culturalmente, dialogar con nuevas generaciones y mantener intacto su núcleo narrativo.

Desde lo gráfico podemos ver que la película de 1976 fue creada en una época donde estaba en auge el afiche, usando recursos como la fotografía y la ilustración, y en donde toda la promoción se hizo con cartelería física en cines, revistas y diarios. Los posters se hicieron con

composiciones pintadas a mano, con una paleta de colores cálida y saturada, en donde los personajes aparecen con una gestualidad exagerada para reforzar el tono de comedia, y poses literales ya que el afiche debía explicar la premisa.

En la segunda película el presupuesto para la comunicación fue menor ya que era una adaptación para televisión. Se vuelve a ocupar el recurso de la fotografía, con una composición frontal, casi de retrato, con colores más suaves y menos contraste. En este poster no hubo mucha experimentación, se hizo una comunicación simple y clara apoyándose en el reconocimiento del título, no en el impacto visual.

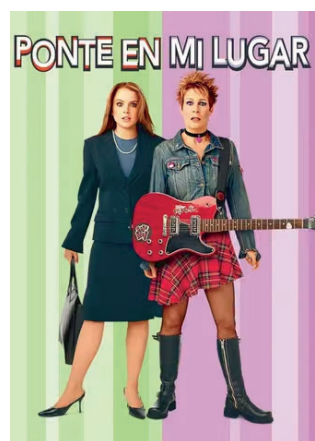
La tercera película fue un boom de marketing a nivel global, en una época pre-redes sociales se hizo mucho hincapié en los posters, trailers, CD con soundtrack y en las revistas juveniles. Como recursos se usaron los colores contrastantes y opuestos creando una clara división. Los personajes ya no explican la historia sino que la sintetizan, enfatizando el conflicto generacional, el humor y se apoya en la fama de las actrices más que en el peso del título. La última película se lanzó en la era del streaming y la TV infantil, en donde hay mucha competencia visual. Podemos ver una estética súper colorida y digital, haciendo mucho énfasis en la música más que en la experiencia narrativa.



Primer adaptación, año 1976.



Segunda adaptación, año 1995.



Tercer adaptación, año 2003.



Cuarta adaptación, año 2018.

CINE- Harry Potter

La franquicia de Harry Potter continúa vigente más de dos décadas después de la publicación del primer libro y del estreno de sus adaptaciones cinematográficas. En 2023, la plataforma Max (HBO) anunció la producción de una serie televisiva basada directamente en las novelas de J. K. Rowling, con la particularidad de que cada temporada adaptará un libro completo. Esta decisión responde a la necesidad de actualizar el universo mágico para nuevas generaciones y ofrecer una narración más detallada que la lograda en las películas, aprovechando la extensión del formato serial. El proyecto se enmarca en una estrategia comercial más amplia: la saga Harry Potter sigue siendo altamente rentable gracias a su merchandising, las ediciones especiales de los libros, las experiencias interactivas y los parques temáticos de Universal. En este sentido, la serie no solo apunta a revitalizar el interés narrativo en la historia, sino también a potenciar el valor de marca de una franquicia que permanece entre las más exitosas del entretenimiento global. Actualmente no hay tanto material gráfico de la nueva serie, ya que se trata de una producción que aún se encuentra en desarrollo. Sin embargo, de manera progresiva, los distintos canales de difusión de HBO han comenzado a revelar pequeñas piezas visuales que permiten anticipar ciertos lineamientos estéticos, como imágenes de los nuevos sets de grabación, anuncios de casting y algunos detalles internos del proceso de producción.

En este contexto, la serie enfrenta un desafío particularmente complejo: la recepción inmediata del público, especialmente de los fans de la saga original, mientras el proyecto todavía está en proceso de realización. A diferencia de lo ocurrido durante la producción de las películas, el actual ecosistema mediático —marcado por las redes sociales y la circulación acelerada de información— otorga a los fans un acceso mucho mayor a los contenidos en desarrollo y, en consecuencia, un peso significativo en la opinión pública y en la toma de decisiones creativas.

Desde lo gráfico, este escenario implica un cambio sustancial respecto a las películas originales. La saga cinematográfica construyó, a lo largo de una década, una identidad visual sólida y reconocible, basada en paletas cromáticas oscuras, tipografías góticas, escenarios de gran escala y una estética progresivamente más madura que acompañó el crecimiento de los personajes. Estos recursos se consolidaron en el imaginario colectivo y se transformaron en un referente visual difícil de reemplazar.

La nueva serie de HBO, en cambio, se presenta con la necesidad de encontrar un equilibrio entre la fidelidad a esa identidad visual ya establecida y la creación de un lenguaje gráfico propio. A nivel estético, se percibe una intención de renovar los escenarios y el vestuario, incorporando un mayor nivel de detalle, realismo y profundidad visual, aprovechando los avances tecnológicos actuales y el formato seriado, que permite una exploración más extensa y minuciosa del universo narrativo.



Poster de “Harry Potter y la piedra filosofal”, año 2001.



Único poster oficial de la nueva serie de Harry Potter por HBO.

2. IDEA

2.1 DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Objetivo general:

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

Objetivos específicos:

- Analizar las tendencias actuales en diseño editorial y visual para definir un lenguaje gráfico pertinente a los lectores meta.
- Rediseñar las portadas y el interior de los libros de la saga, garantizando coherencia visual y relevancia cultural en el mercado contemporáneo.
- Diseñar un sistema de promoción que integre piezas impresas y digitales, adaptadas a los canales de difusión actuales.
- Contribuir a la permanencia y vigencia de la obra en el mercado editorial mediante estrategias que equilibren nostalgia y actualización visual.

2.2 ESTRATEGIAS

2.2.1 Comunicación

Los conceptos representados en el proyecto están directamente ligados a aquellos presentes dentro de la obra literaria. La naturaleza se presenta como una representación directa de los personajes, asociando animales, plantas o fenómenos climáticos a cada uno de ellos. Asimismo, se evidencia la presencia de la sinestesia como fenómeno que atraviesa toda la obra: sonidos u olores nos remiten inmediatamente a determinadas personas o situaciones, mientras que los colores se manifiestan como representaciones de sentimientos, estados de ánimo o incluso de estados de peligro o calma. Un ejemplo de esto aparece cuando el padre describe a su hijo mayor. Para él, su hijo posee un carácter fuerte, dominante y protector, que le recuerda al primer día de una nevada, con olor a pino y una sensación refrescante en la piel. Este mismo personaje es representado posteriormente en la obra mediante el color violeta intenso, tono que se asocia a aquellos que se vuelven salvajes, rompen los lazos con su familia y quedan sin rumbo.

A partir de esta lógica, cada libro está representado mediante uno o dos elementos de la naturaleza que responden al protagonista y a la forma en que es percibido dentro de la obra, junto con un color que simboliza la emoción predominante en la historia. De esta manera, el primer libro se representa con el color amarillo, asociado a la alegría y al movimiento, ya que funciona como introducción a la saga, donde ocurren numerosos eventos importantes y en el que el lector comienza a enamorarse de los personajes. El segundo se identifica con el rojo, donde la ira y el rencor ocupan un papel central. El tercero se asocia con un azul celeste, que transmite una profunda tristeza y sensación de vacío. El cuarto adopta el violeta, representando un estado salvaje, solitario y desconectado. Finalmente, el último libro se vincula con un rosado intenso, ya que no se centra en la perspectiva de un único personaje, sino en la de varios, abordando el amor que sienten entre sí y el miedo a perderse mutuamente. Por otro lado, se eligieron el blanco

y el negro como colores neutros presentes en todas las piezas gráficas, funcionando como mediadores y elementos de equilibrio dentro del sistema visual.

Por otra parte, al tratarse de una obra compleja, en la que se plantea que ningún personaje es completamente bueno o malo, sino que todos son capaces de cometer errores, aprender de ellos y reflexionar sobre las acciones de sus antepasados para intentar corregirlas en el presente, surge la idea de la dualidad como concepto central. A partir de esto, se propone presentar las ilustraciones tanto en positivo como en negativo, con el objetivo de representar que un mismo elemento puede contener aspectos opuestos. Por lo tanto, las sobrecubiertas de los libros presentarán las ilustraciones en positivo, mientras que las cubiertas mostrarán la misma ilustración en negativo, reforzando visualmente la idea de dualidad.

2.2.2 Creativa

En este proyecto se hará uso de la ilustración como elemento principal del diseño. Se empleará un estilo realista que permita representar con claridad los distintos elementos de la naturaleza. A su vez, se incorporarán algunos recursos propios del cómic y de la novela gráfica para la representación de los personajes, utilizando texturas y tratamientos visuales similares que permitan amalgamar ambos universos de ilustración. De esta manera, se busca representar lo antiguo a través de una ilustración de carácter más tradicional, mientras que lo moderno se manifiesta en la presentación de los personajes mediante un estilo cercano al de la novela gráfica.

Asimismo, se hizo especial énfasis en representar la convivencia entre lo antiguo y lo nuevo dentro de la obra, haciendo alusión a aquello de lo que provenimos y a lo que somos en el presente. Por esta razón, en todas las piezas gráficas se pueden observar elementos que remiten al pasado, como fotografías antiguas o cartas escritas a mano, junto con otros que representan el presente, como el uso de colores intensos y renderizados más complejos.

Para representar la idea de sinestesia dentro de los libros, se seleccionaron papeles de tonos crudos para el cuerpo principal del texto, mientras que para las cartas y los mapas se eligieron papeles con texturas y tratamientos especiales. Esta decisión busca acompañar al lector en la construcción de la sensación de lo antiguo y lo nuevo.

Este mismo criterio se aplicó en la tipografía, estableciendo una dualidad entre la variable regular, utilizada en la mayor parte del texto, y la variable itálica, reservada para aquellos momentos en los que se busca acentuar una emoción, una expresión o un cambio en el personaje, como ocurre cuando los personajes pasan de su forma humana a su forma animal. De este modo, se enfatiza que su forma de pensar y percibir el mundo se transforma al cambiar de cuerpo.

2.2.3 Medios

Digitales

- Instagram: Se hará énfasis en el contenido audiovisual, incluyendo el teaser y el tráiler animado, así como videos de influencers realizando el unboxing del press kit y mostrando los distintos objetos promocionales. Este contenido se combinará con piezas gráficas como cuentas regresivas para el lanzamiento en la Feria del Libro, publicaciones con pósters y teasers ilustrados.
- Sitio web: Se aprovecharán los sitios web tanto de la editorial como del autor, considerando que ambos cuentan con una presencia digital consolidada. En las páginas principales se incorporarán carruseles destacados, junto con pestañas personalizadas dedicadas al proyecto, donde se incluirán hipervínculos externos a YouTube para visualizar los videos animados.

Territorio

- Cartelería urbana: Se presentarán distintas variantes de los pósters y teasers adaptadas a los formatos publicitarios de cada ciudad o provincia, incluyendo soportes como subte, paradas de colectivos y pantallas digitales.
- Locales comerciales: Los locales en los que la editorial mantenga acuerdos de venta contarán con afiches promocionales exhibidos en sus espacios comerciales.

2.2.4 PROGRAMA DE DISEÑO

Libros:

- Tapas
- Sobrecubiertas
- Cuerpo del libro
- Mapas fantásticos
- Cartas
- Fotografías
- Ilustraciones

Packaging:

- Packaging saga
- Presskit
- Pressbook
- Objetos promocionales: remera, vaso, taza, señaladores, separadores de madera, stickers, etc.

Comunicación adicional

- Teaser
- Poster libro
- Cartelería callejera
- Publicidad para redes sociales
- Posteos para sitio web de T.J. Klune
- Teaser animado
- Book Trailer animado

3. SOLUCIÓN

3.1 ANTEPROYECTO

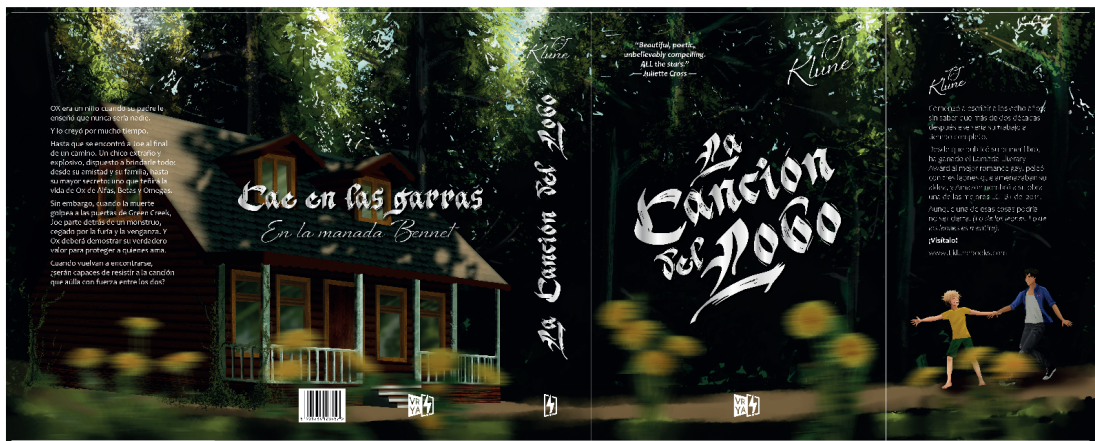
Sobrecubiertas

El primer intento de sobrecubierta estaba centrado en mostrar un carácter más oscuro de la saga. Para ello, se hizo énfasis en el uso de cartas, fotografías de la naturaleza con tratamientos especiales y diversas texturas, incorporando además acentos de color específicos para cada libro. La intención era transmitir un aire descontracturado y misterioso. Sin embargo, se utilizó una tipografía gótica como fuente principal, con un alto nivel de textura, lo que terminó generando un exceso de ruido visual en la composición.

En el segundo intento, la pieza se resolvió a partir de una ilustración del escenario principal del primer libro. Se mantuvieron los acentos de color, aunque esta vez reflejados en los elementos de la naturaleza y en la indumentaria de los personajes. No obstante, el resultado final presentaba un tono demasiado infantil, y la ilustración no lograba integrarse plenamente con el sistema de diseño propuesto.



1º Propuesta para sobrecubierta libro 1.



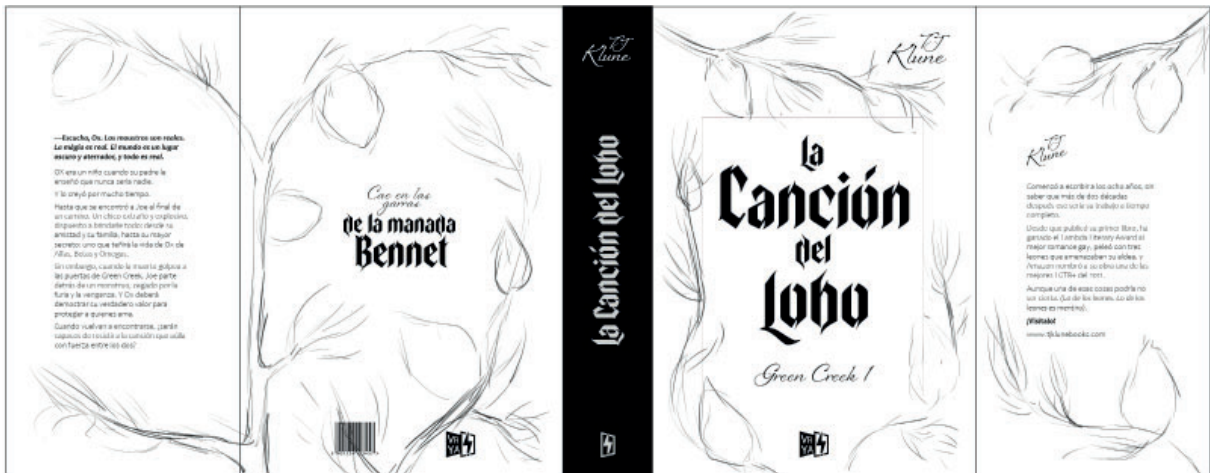
2º Propuesta para sobrecubierta libro 1.

En la tercer propuesta ya se determinó un estilo de ilustración que respondía mucho mejor a la estética y trama de los libros. Se diseñó primero el Layout de todas las sobrecubiertas y a partir de ella se ilustraron los elementos de la naturaleza para cada libro, con mucho aire (espacios en blanco) para que cada elemento se pueda reconocer con facilidad.

Además se cambió la fuente principal para los títulos por una gótica mucho más limpia y fácil de leer. En esta instancia también se seleccionaron los colores para cada libro, siendo el primero amarillo ya que simboliza movimiento, alegría y felicidad, que son las características con las que se introducen a los protagonistas de este libro.

En el primer libro se representó un Pino de Chipre (Pinus brutia) ya que es uno de los primeros árboles que se nombran en los libros y con el que usualmente se describe al protagonista de este libro.

*“Aún no lo sé, aún no lo sé, pero es como bastones de caramelo y piña, épico y asombroso”
(T.J. Klune. La canción del lobo. 2016)*



Boceto para la 3° propuesta para sobrecubierta libro 1.



Pasado en limpio de la 3° propuesta.

Para el segundo libro se seleccionó el color rojo, ya que este representa el enojo, y el rencor, las dos emociones principales de este tomo. También lo vemos muy presente en el protagonista de este libro, un brujo que conjura su magia desde los tatuajes en su piel, estos son un conjunto de rosas, patrones y runas. Por lo tanto las flores pasan a tener un carácter mágico cada vez que las nombran en el libro.

“Tenía ocho cuando mi padre tomó una aguja y quemó tinta y magia en mi piel. Me pregunté qué se sentiría tener marcas en la piel que se pudieran lavar” (T.J. Klune. La canción del cuervo. 2018)

“Recorría mi piel como un rayo, de tatuaje en tatuaje, siguiendo las líneas y formas de mis brazos, deletreando secretos antiquísimos de la tierra, y la curación, y la destrucción, y el fuego.” (T.J. Klune. La canción del cuervo. 2018)



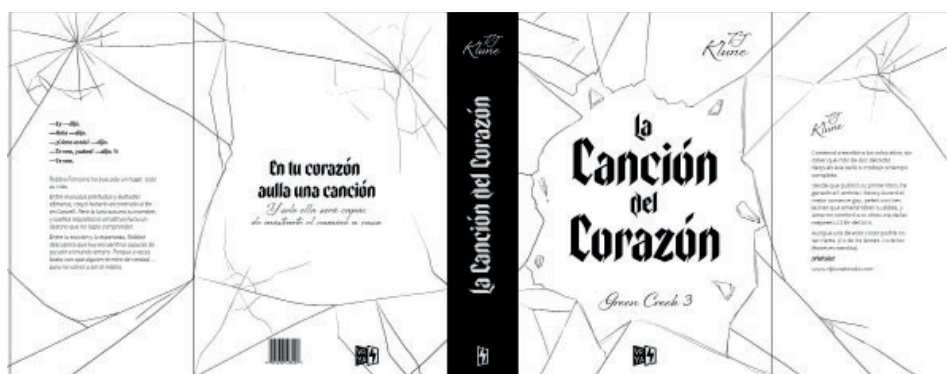
Propuesta en boceto para sobrecubierta del 2° libro.



Propuesta renderizada para sobrecubierta del 2° libro.

Para el tercer libro se había seleccionado un color verde que recordaba al color de las plantas que se intentaban plantear, pero dentro del libro el color verde está conectado con la paz y la felicidad, que son los sentimientos más opuestos a los que se ven en este libro. Por lo tanto es una de las cosas que luego se modificaron. Se dibujó el vidrio roto con algunas de las plantas de lago que nombran en el libro tratando de representar esta idea que que el personaje principal de este libro está dentro de una pared de cristal toda la historia, luchando, intentando romperla para volver con los suyos, pero no logra coneguirlo.

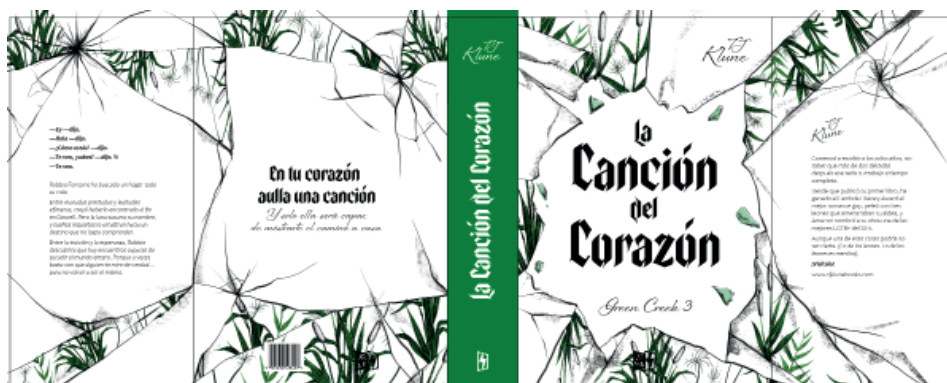
“—Te amo, te amo, te amo —dice—, hazlo, hazlo, Robbie, rompe la puerta, destrózzala como si fuera cristal y regresa. Regresa a mí.
 Por él, por ellos, haría cualquier cosa.
 Apoyo nuestras manos unidas contra la puerta. Comienza a vibrar.
 Se parte al medio” (T.J. Klune. La canción del corazón 2019)



Boceto de propuesta de sobrecubierta para el 3º libro.



Primer render de sobrecubierta para el 3º libro.



Segundo render de sobrecubierta para el 3º libro.

Para el cuarto libro se analizaron muy bien cuáles eran los elementos más significativos que aparecían en los libros. Uno de ellos es el Ouroboros, la serpiente que come su propia cola, simbolizando un hecho cíclico, algo que no tiene fin, y al mismo tiempo como los personajes tratan de romper ese ciclo, dejar de cometer los mismos errores de sus antepasados. Se seleccionó el color violeta por la importancia que le dan en este libro, simbolizando lo salvaje, lo que es incontrolable, a aquellos que se alejaron y no pueden volver a formar lazos.

En la primera composición se intentó dibujar una serpiente que envolviera todo el diseño, pero resultaba muy compleja de entender a menos que se desplegara toda la sobrecubierta, por lo tanto no funcionaba en los exhibidores de las librerías. Por lo tanto se re dibujó utilizando otro de los árboles nombrados en la saga, el roble Albar o *Quercus petraea*.

“... corre con nosotros y siente la tierra siente la manada es verde verde verde porque la esperanza nunca muere la esperanza siempre existe mientras estemos aquí. Cantaron una canción que rasgó mi piel y era violeta y terrible, pero era mía, era para mí...”

*“—Un círculo —dijo Mark, sacudiendo la cabeza—. Estamos atascados. Todo sucedió antes y sucederá otra vez.
—Uróboros —dijo Gordo con voz tensa. —¿Qué es eso? —preguntó Gavin. —Una serpiente que come su propia cola. Un símbolo antiguo. Se supone que representa el infinito.”*
(T.J. Klune. *La canción de los hermanos*. 2020)



Boceto de propuesta de sobrecubierta para el 4º libro.



Primer render de sobrecubierta para el 4º libro.

Para el último libro se conceptualizó sobre la idea de estar perdido que nos muestra el autor. Es un libro tipo precuela que nos cuenta cosas que pasaron entre el segundo y tercer libro, y entre el tercero y el cuarto. Por lo tanto, no nos muestra la perspectiva de un solo personaje, sino de varios. Nos cuenta un poco más sobre su pasado y cómo se sintieron en algunas de las situaciones más desalentadoras y tristes de sus historias, justamente en eventos que se salían de su control y eran extremadamente peligrosos.

Por eso, la primera propuesta para este libro se representó con llamas intensas de fuego, representando lo incontrolable y peligroso que puede ser.

Como conclusión, estas piezas podían mejorar. A las contraportadas les hacía falta más carácter introductorio e informativo, ya que compartían demasiados elementos con la portada. Se reorganizó la información de las solapas para evitar elementos repetitivos. Se eliminó el nombre del autor en los lomos agregando el número de tomo para evitar confusiones y repetir la misma información varias veces. En cuanto a las ilustraciones, se realizaron algunas modificaciones simples para mejorar la composición y los espacios destinados a cada elemento.

También se modificó la paleta de colores, ya que se percibía demasiado saturada y desentonaba con el tono de la historia.



Propuesta en boceto para sobrecubierta del 5° libro.



Propuesta renderizada para sobrecubierta del 5° libro.

Cubiertas para tapas duras

Como se planteó en las estrategias creativas, las cubiertas de los libros siguen la idea de los opuestos: representar las mismas ilustraciones, pero con los colores invertidos. Para esta primera propuesta de cubiertas se plantearon dibujos geométricos y menos detallados de los elementos de cada libro. Haciendo uso de operaciones de simetría, traslación y rotación, se construyeron los patrones, persiguiendo un modelo parecido a los vitrales antiguos.

Para los lomos se propuso un diseño conjunto: un dibujo que, al colocar los libros uno al lado del otro, se vea de forma consecutiva. Además, todos los dibujos tendrían un acabado de hot stamping plateado brillante para reforzar el concepto de edición coleccionable.

Esta propuesta no prosperó, ya que los dibujos se percibían demasiado esquemáticos en comparación con lo natural y detallados de los demás. Además, este recurso no volvía a aparecer en el resto del sistema; por lo tanto, se decidió descartarlo.



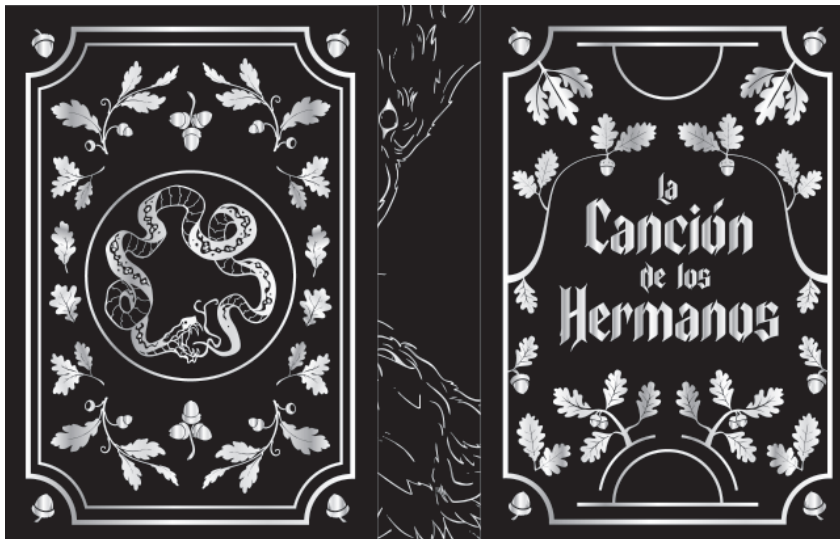
Propuesta cubierta de tapa dura libro 1.



Propuesta cubierta de tapa dura libro 2.



Propuesta cubierta de tapa dura libro 3.



Propuesta cubierta de tapa dura libro 4.



Propuesta cubierta de tapa dura libro 5.

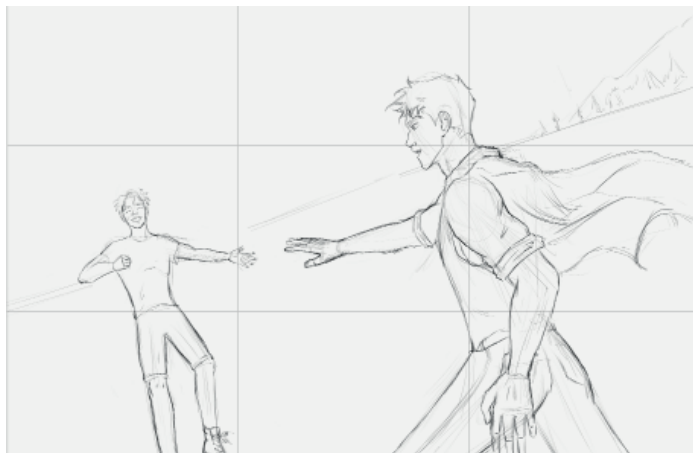
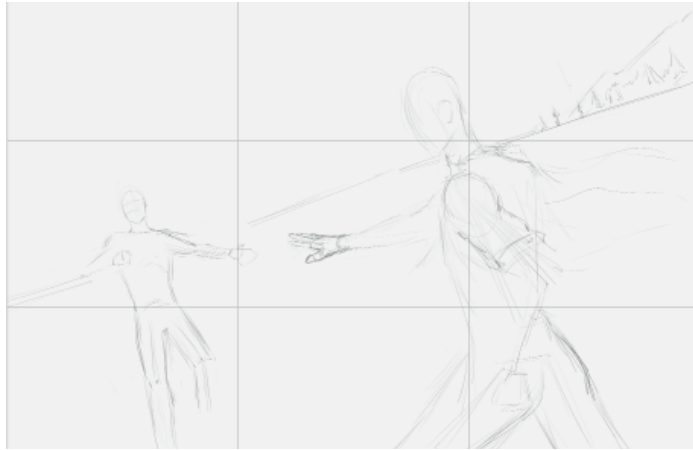


Mockups ejemplificativos de las primeras propuestas.

Hojas de guarda

Las hojas de guarda son el elemento que une los cuadernillos de los libros con las tapas duras. Normalmente, en los libros suelen estar ilustradas, ya sea con personajes de la historia, tramas o paisajes.

En el proyecto, la idea principal era que cada hoja representara los colores principales y los paisajes más característicos de cada libro. Se realizaron varias pruebas, pero se descartaron por problemas de composición, ya que se buscaba que los planos fueran más interesantes visualmente y estuvieran mejor equilibrados.



Primer prueba de hoja de guarda para libro 1.



*Segunda prueba de hoja de guarda
para libro 1.*



*Primer prueba de hoja de guarda
para libro 3.*

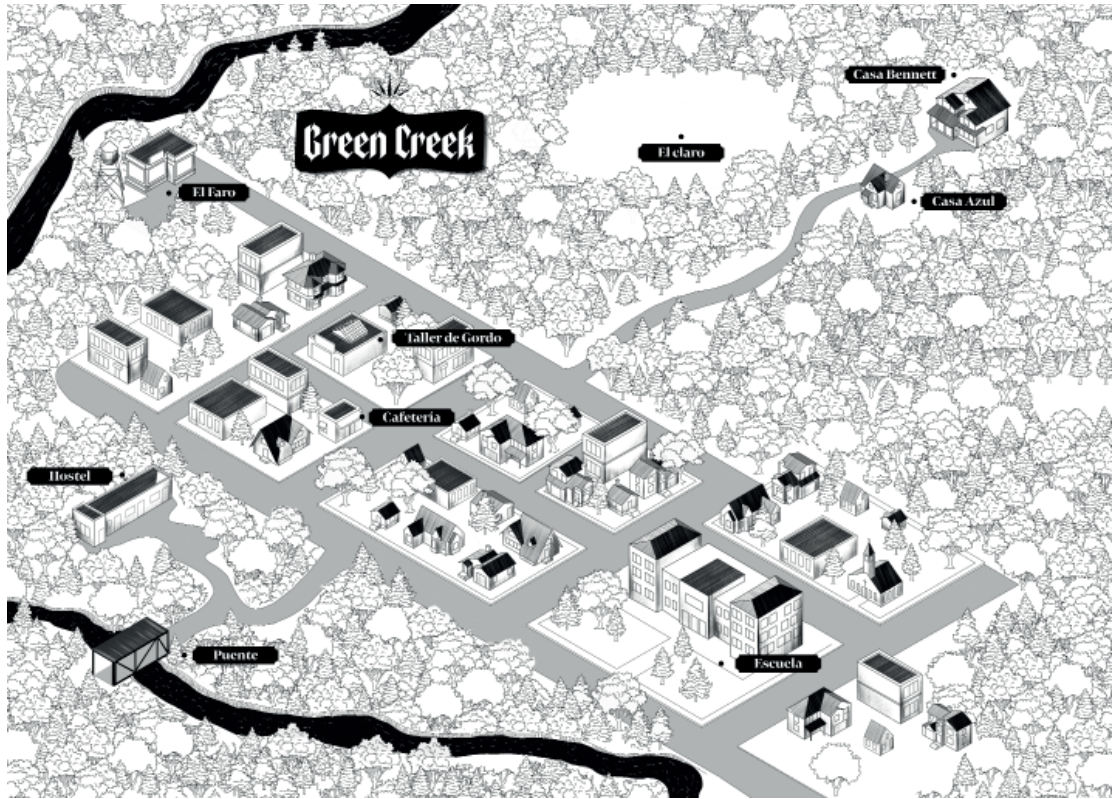
Mapas fantásticos

Para todos los libros se planteó que cada uno contara con un mapa de la ciudad en donde transcurren los eventos: un mapa que fuera evolucionando y cambiando a medida que sucedieran los hechos. A este mapa lo llamaremos “Mapa de Green Creek”. Además, la saga contaría con un segundo mapa ubicado en el segundo libro, que señalaría todos los lugares a donde viajaron los personajes en sus aventuras, incluyendo material visual como fotos con dedicatorias o descripciones.

El Mapa de Green Creek se planteó inicialmente con un dibujo en axonometría isométrica, donde las casas y las calles fueran más fáciles de dibujar y reutilizar, ya que con este sistema de representación los dibujos se pueden espejar. El problema con este mapa fue que se percibía muy rígido y vacío. Se realizó un segundo intento tratando de pintarlo y agregarle texturas, pero, al ser una perspectiva que le otorga a todos los elementos la misma jerarquía, ninguno de los elementos principales se podía resaltar. Por lo tanto, se descartó.

Para el segundo mapa, primero se planteó un formato de 50 × 70 centímetros, que viniera plegado y envuelto con una faja, como material adicional del segundo libro, pero se descartó por su complejidad de materialización.

La segunda propuesta fue un mapa que se desplegara dentro del mismo libro, y que las fotos e imágenes vinieran dentro de un sobre, ya que su tamaño iba a ser considerablemente menor. Sin embargo, esta idea también se descartó, ya que el soporte del papel hubiera tenido que ser muy grueso y molestaría entre el resto de las hojas.



Mapa de Green Creek, primera prueba.



Primer propuesta para segundo mapa.



Segunda propuesta para segundo mapa.



Tercer propuesta para segundo mapa.



Mockup ilustrativo.

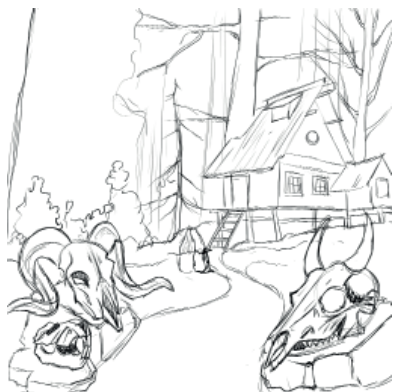
Fotografías

Las fotografías y las cartas tienen un papel central en la historia. Los personajes van contando los relatos haciendo uso de estos elementos, y el autor realiza un gran trabajo al describirlos.

Por eso, para este proyecto se decidió llevar a la vida todos aquellos momentos y tratar de plasmarlos con el mismo nivel de detalle que describe el autor.

Algunas de las fotografías se realizaron en color, con un renderizado detallado que hace mucho hincapié en los elementos de la naturaleza. Estas son las que encontramos en el mapa del segundo libro, aquellas con las que el lector podrá realmente interactuar y manipular.

El resto fue trabajado con un estilo de pintado diferente, con colores plenos y sombras con texturas. Se realizaron en escala de grises para facilitar su materialización a la hora de encuadernar los libros. Sin embargo, todavía faltaba un elemento que terminara de unir las con el libro: un conector que ayudara a ensamblar todo el diseño de página.



Proceso de dibujo para fotografía del segundo libro.



Proceso de dibujo para fotografía del tercer libro.

Pósters

Para los pósters en una primera instancia se pensó en dibujar un póster de los personajes principales de cada libro, tratando de mezclar los estilos de dibujo de la portada y de las fotografías, aprovechar esta pieza para que sea un paso intermedio de las dos cosas. Pero la idea no salió a flote ya que ambos estilos no terminan de congeniar del todo.



Póster para el primer libro.



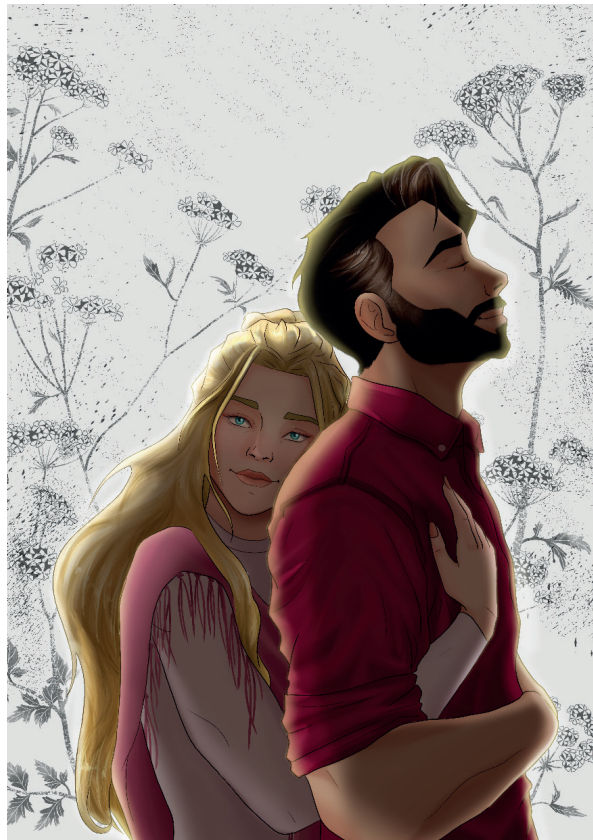
Póster para el segundo libro.



Póster para el tercer libro.



Póster para el cuarto libro.



Póster para el quinto libro.

Press kit, press book y objetos promocionales

El presskit es, en pocas palabras, el paquete que recibirán los influencers y los lectores más fieles, quienes se encargarán de promocionar el nuevo lanzamiento a través de sus redes sociales. Por lo tanto, debe incluir varios objetos promocionales, un ejemplar del primer libro y un pressbook: un diseño editorial que contiene toda la información importante para conocer el proyecto.

El problema de este apartado era crear objetos promocionales lo suficientemente atractivos para que luego los lectores quisieran comprarlos en la Feria del Libro, sin resultar redundantes con los recursos gráficos.



Press book.

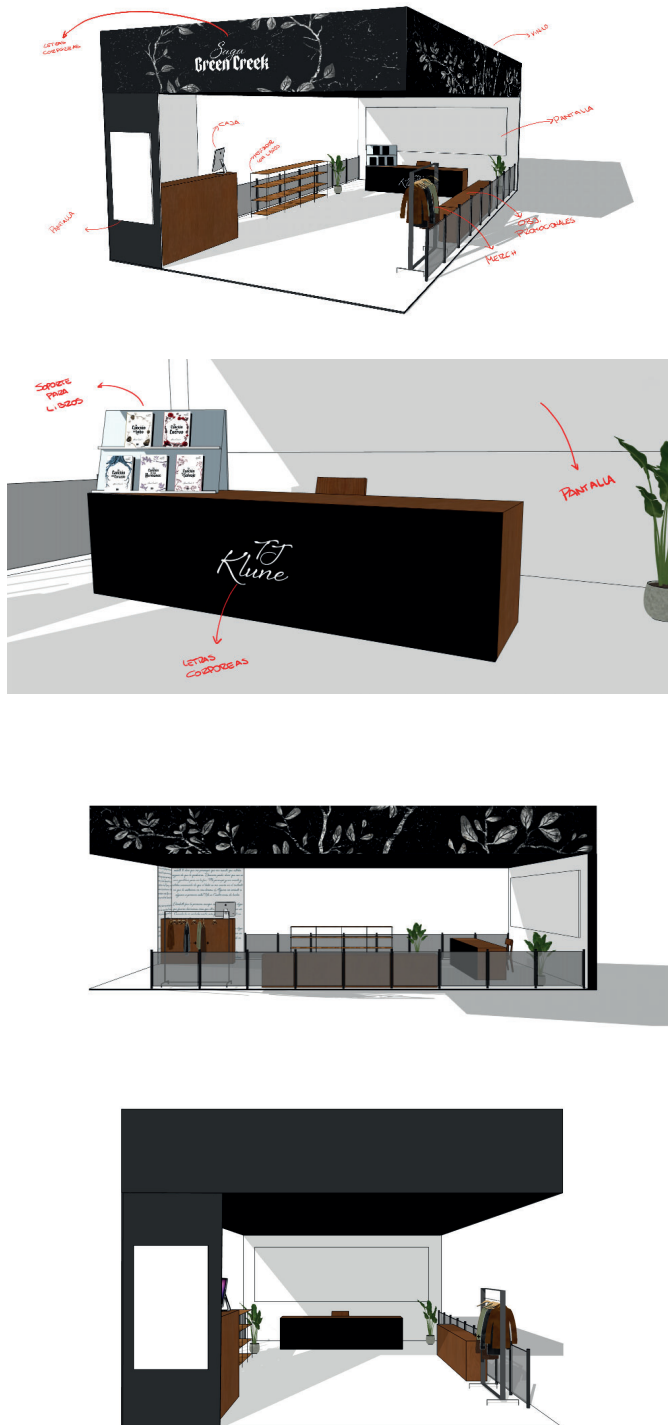


Press kit y objetos promocionales.

Stand promocional para Feria del Libro

En el diseño del stand se priorizó mostrar la misma idea de positivo y negativo, siendo el exterior negro con dibujos blancos y el interior blanco con detalles de color madera.

El problema se encontró en la ubicación del mobiliario, haciendo que la compra y la firma de libros se interrumpieran entre ellas, además contaba con demasiados materiales para un espacio tan pequeño, lo que generaba ruido visual.



Stand promocional para Feria del Libro.

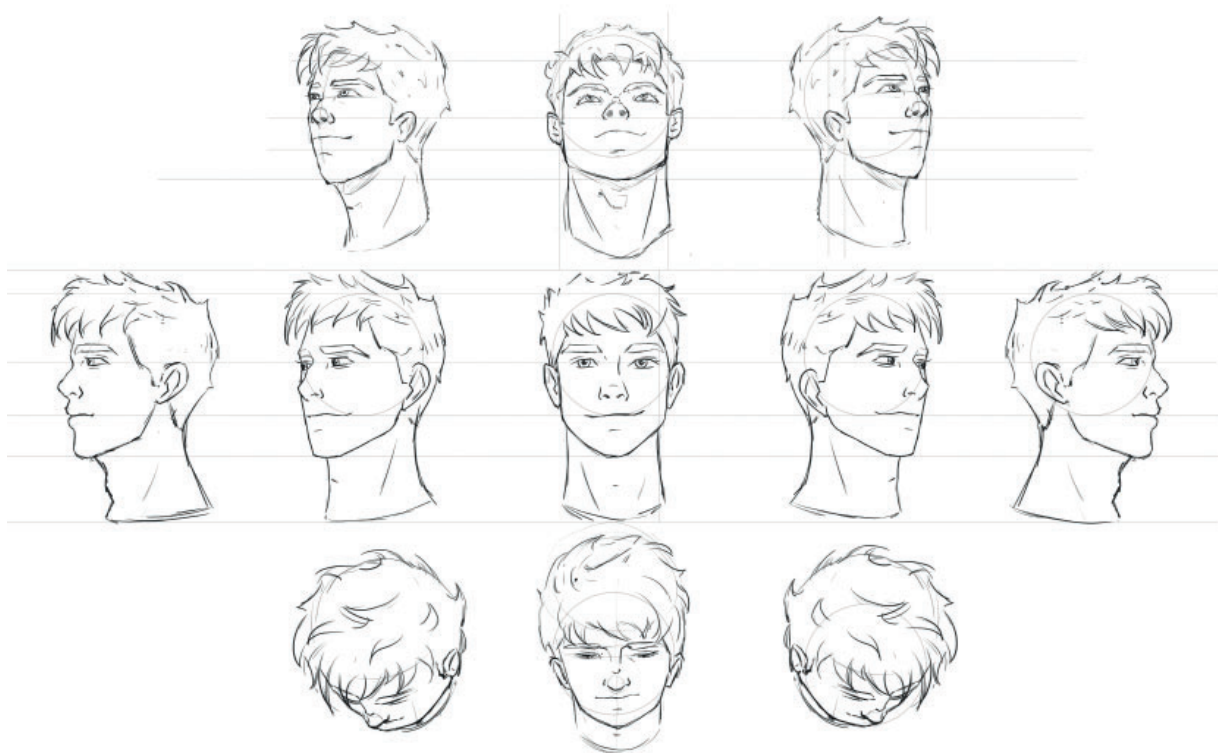
Trailer y Teaser animado

Para realizar una animación siempre se deben respetar cuatro pasos. Primero se realiza un storyboard: se trata de una secuencia de dibujos que muestran los cuadros principales de una animación. No se busca que los dibujos sean perfectos, sino que se entienda la composición, la posición de la cámara, la ubicación de los personajes y la acción que realizan. Por lo tanto, para el tráiler de este proyecto se realizaron muchas pruebas de planos hasta llegar a la historia final.

El siguiente paso es generar, a partir de estos planos, un animatic; es decir, colocar los dibujos en un programa de animación y establecer los tiempos que tendrá cada uno, realizar pruebas de continuidad y ajustar lo que sea necesario. También se agregan algunas luces y sombras para observar cómo afectan a cada cuadro.

Para el trailer se tomó la decisión de trabajar en escala de grises, al igual que en el resto de las fotografías y dibujos de los libros, tratando de mantener el mismo estilo de dibujo en ambos casos.

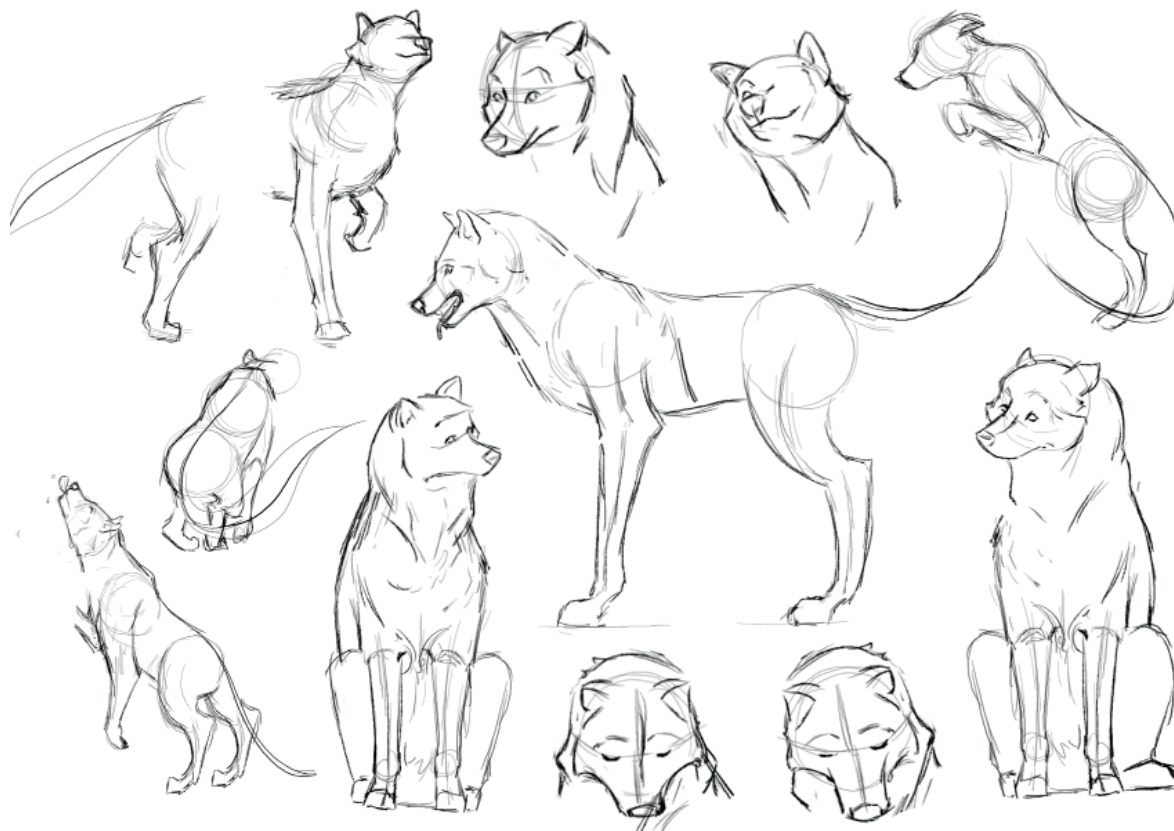
Además, se realizó un estudio detallado de cada personaje y de la forma de su rostro, probando distintas expresiones y vestuarios hasta definir la versión final.



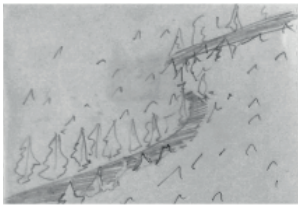
Estudio de personaje 1.



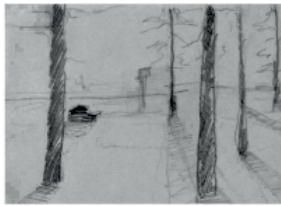
Estudio de personaje 1.



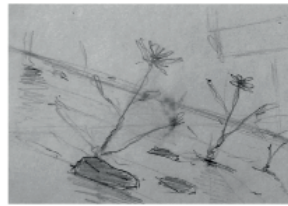
Estudio de personaje 2.



PLANO GENERAL ZUTA.



ÁRBOLES A CONTRALUZ, CARTEL DE FONDO



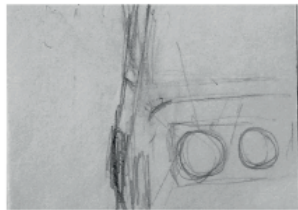
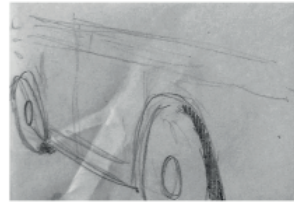
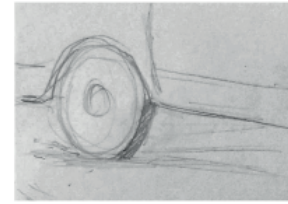
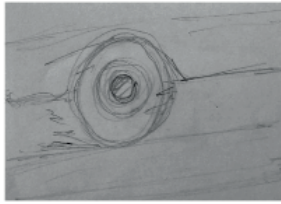
FLORES A CONTRALUZ, CARTEL "LIGNITE SL" DE FONDO



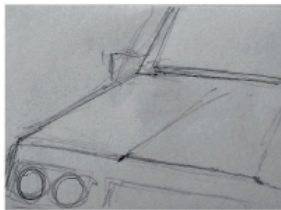
AUTO RÁPIDO. FLORES DE VIENTO.



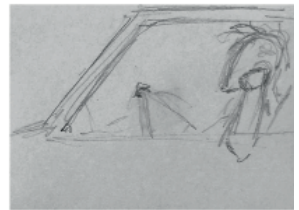
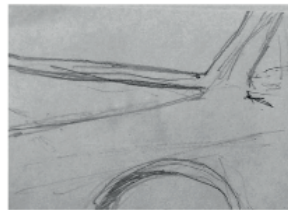
⊕ GIRO AUTO.



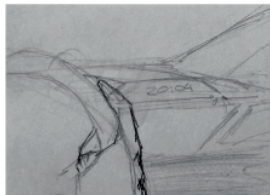
LUZES TUMBADAS



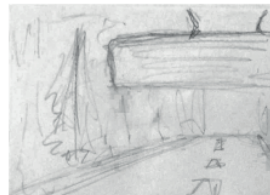
NO SE VE QUIEN MANEJA



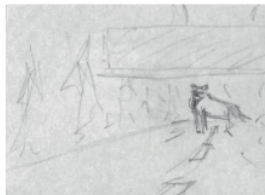
⊕ TOMA LARGA. PÉDRO VUOLANDO APARECE. ZORRO E



ENFOQUE MANO - DESENFOCAR ENFOQUE ROSTRO



CALLE PASANDO RÁPIDO



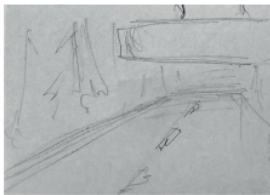
⊕ EFECTO GLITCH. LOS ARMILLOS DESAPARECE RÁPIDO



PRIMER PLANO



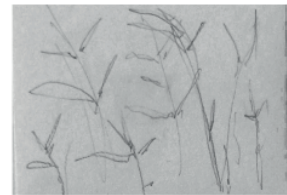
↙



TOMA LARGA



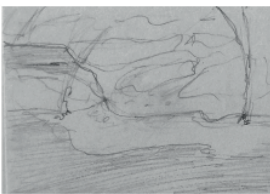
RESPIRA AGITADO



⊕ GLITCH. HIEBRA SE MUEVE SUAVE



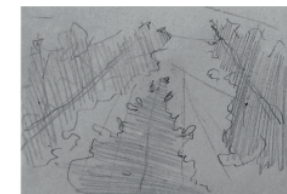
CIERRA LOS OJOS Y GOLPEA CABEZA COMO EL RESALDO



PIEDRAS, AGUA DE LAGO, LUZ



SE REFLEJA LA LUNA
⊕ RUIDO DE FONDO CREECE

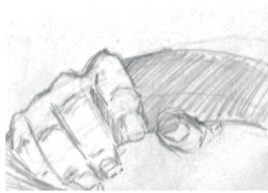


CORPAS DE ÁRBOL EN PERSPECTIVA, BRISA

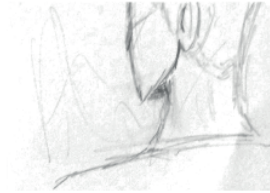
Storyboard de trailer animado.



⊕ RUIDO CRECE

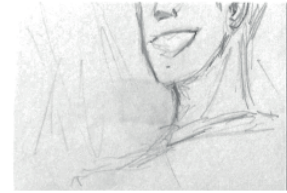


MANO RELAJADA



⊕ GLITCH

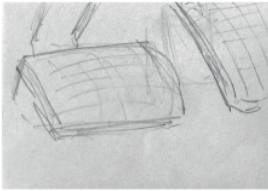
KELLY LAMBA BOBOSO,
MUCHA LUZ.



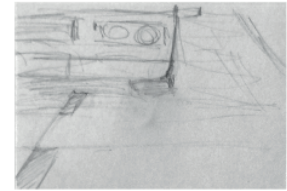
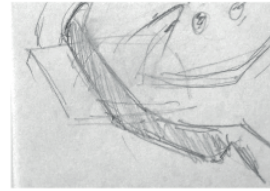
GIRA Y SONRÍE.



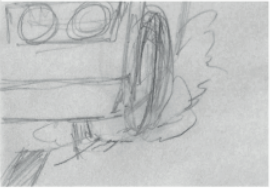
MANO APRIETA, TIEMBA Y
COMIENZA TRANSFORMACIÓN



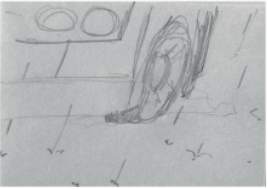
FRENA DE GOLPE



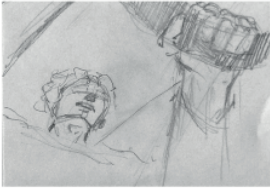
AUTO DESLIZA HASTA QUE
PARA.



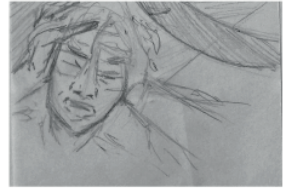
HUMO DE RUEDAS.



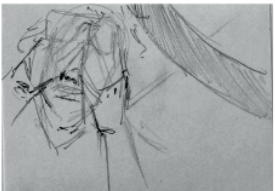
COMIENZA A NOVER



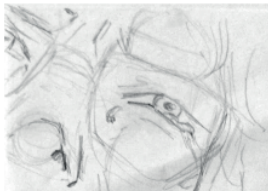
* TOMAS CORRIAS CON
MUCHO RUIDO Y GLITCH



GRITA INAUDIBLE



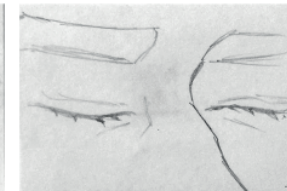
RESPIRA RÁPIDO



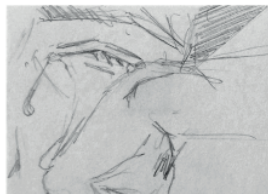
⊕ OSWEECE



OSOS KELLY, LUMINOSO



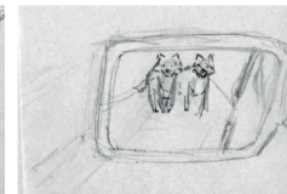
MIRA A CÁMARA



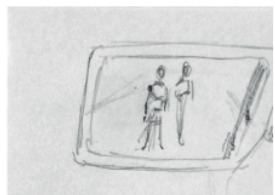
SECA SUS LAGRIMAS



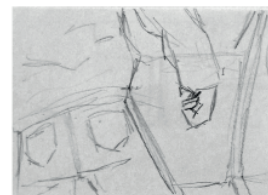
MIRA AL FRENTE



ESPEJO RETROVISOR VACÍO.
RELAJADO.
LOS OSOS



RELAJADO.
HUMANOS.
VACÍO. ⊕ MUCHA
LUZ



ABRE LA PUERTA DE GOLPE.

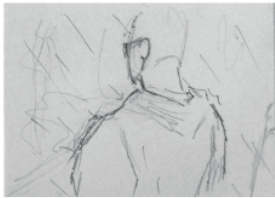


CIERRA CON FUERZA.



MUCHA LUZ.

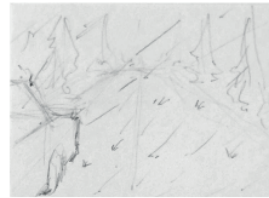
Storyboard de trailer animado.



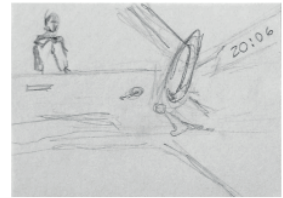
ROBBIE VOLTEA



APRIETA LOS OJOS



NADAR EN EL CAMPO



DESDE ADEENTRO DEL AUTO
SOLO PASA UN MINUTO



SE ENOJA



1 MOVIMIENTO RAPIDO
DE APRIETA LA CABEZA



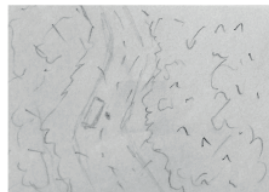
GRITA



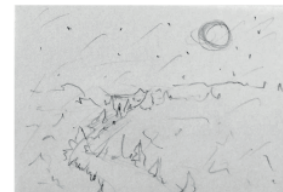
2 CAMARA ASCIENDE Y GIRA

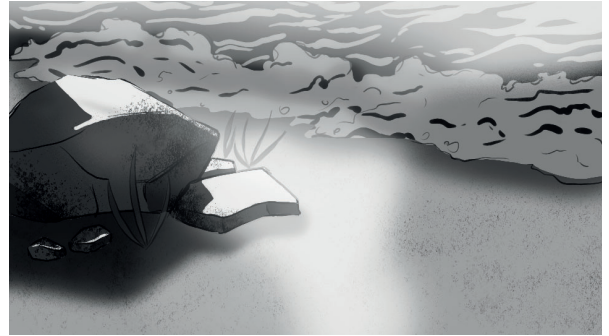


3 ZOOM OUT



PLANO CITA, BOSQUE
LUEVA.





Cuadros del animatic.

Conclusiones

A pesar de que el proyecto se encontraba bien encaminado, todavía había varios aspectos por mejorar. Uno de los principales desafíos era lograr una mayor coherencia visual y encontrar un punto de encuentro entre los distintos estilos de ilustración, de manera que todos los elementos pudieran integrarse dentro de un mismo sistema gráfico.

Las sobrecubiertas debían optimizarse para lograr que todos los elementos se visualizaran correctamente. Era necesario generar espacios más adecuados para que los textos se percibieran con mayor claridad, diseñar una contraportada con una sinopsis breve y de lectura ágil para quienes no conocen la historia, y eliminar aquellas partes de las ilustraciones que interferían con la lectura.

En el caso de las cubiertas de tapa dura, se debía desarrollar un diseño que respetara el estilo gráfico del resto del libro, el cual se percibe más natural y orgánico, descartando así la idea de un lomo diseñado en conjunto.

Por otro lado, tanto los mapas como los pósters y las hojas de guarda requerían repensar el estilo de dibujo y la composición de cada pieza, con el objetivo de generar perspectivas más interesantes y atractivas para el lector.

4. REALIZACIÓN

4.1 PROYECTO

En esta nueva propuesta se priorizó limpiar todas las piezas gráficas, buscando que la percepción del sistema sea fácil y rápida. Para lograrlo, se simplificaron las composiciones mediante la eliminación de elementos innecesarios y la optimización de los recursos existentes, potenciando aquellos que aportan valor a la identidad del proyecto.

El resultado es un sistema mucho más orgánico, en donde todos los elementos conviven perfectamente entre sí, y que se amoldan mucho más a los conceptos de la saga consolidando una identidad visual sólida y distintiva.

4.1.1 SOBRECUBIERTAS

Para el naming de cada uno de los libros y de la saga, se buscó que cada título tuviera una composición distinta, dado que todos comparten una o dos palabras. Por este motivo, se trabajó en generar diferenciación a través de sus composiciones y jerarquías internas.

Para el logo de “Saga Green Creek”, se exploraron conceptos como lo orgánico, lo elegante y el movimiento, siendo estos los ejes que rigen su diseño. Se procuró que estuvieran presentes las tres tipografías utilizadas en los libros, con el objetivo de que, incluso antes del lanzamiento y durante la etapa de promoción, los lectores establezcan asociaciones cognitivas entre la marca y la saga.

La construcción de cada naming se planteó íntegramente desde la tipografía. Se combinaron fuentes góticas, caligráficas gestuales y con serif, buscando siempre transmitir elegancia y lograr una unión orgánica. Además, se aplicaron ajustes formales en cada una de ellas para mejorar las uniones, los espaciados y corregir algunos caracteres que se percibían desproporcionados.

Se determinó, además, que ninguno de los nombres tuvieran más de cuatro líneas de texto, variando entre tres para aquellos más cortos y cuatro para los más largos. Además se estableció que en todos la palabra “canción” sería la variable constante en tamaño, y a partir de los trazos y estructura principal de esta se regirá el resto de la composición.

En términos formales se eligió una fuente que se muestre elegante y limpia pero que al mismo tiempo transmita ese carácter antiguo y misterioso que acompaña perfectamente a la temática de los libros.

Al ser una tipografía con muchos remates en punta se los aprovechó para guiar la composición y establecer relaciones de continuidad con otros signos, jugando con los límites de cercanía y proximidad pero sin que se conviertan en uniones tangibles. Además, se buscó balancear la proporción entre blancos y negros, llenos y vacíos, para que la composición se perciba equilibrada.

Grilla constructivas

La grilla constructiva cumple un rol fundamental en el desarrollo de los nombres, ya que permite mantener proporciones exactas, equilibrio y coherencia visual en todas sus aplicaciones. En este caso, la unidad base “X” funciona como módulo de medida, definiendo la altura, el espaciado y las relaciones proporcionales entre todos los elementos del sistema. Este módulo principal se tomó midiendo el ancho de los trazos principales verticales de la palabra “canción” ya que estos se presentan siempre constantes y son un buen parámetro para el resto de los caracteres. Teniendo este módulo principal X se creó un módulo secundario A que es la mitad del primero. De la combinación de estos dos se generaron las grillas, son estos dos módulos los que definen la interlínea y la interpalabra de cada composición. Además, el módulo X también define el espacio que tendrá el área de resguardo, aquel espacio vital para que los nombres se lean correctamente y donde no puede intervenir ningún otro elemento gráfico. Por último, este módulo también sirve para ubicar la distancia de la bajada que tendrá cada uno de los nombres, es este caso la frase “Green Creek” y el número correspondiente al orden de cada libro.



Trazo mayor

Su ancho es constante en todos los glifos



Módulo proporcional

A partir de esta medida se generan todas las grillas constructivas



Saga
Green Creek

Por TJ Klune

Grilla constructiva de marca Green Creek con bajada.



Grillas constructivas naming 1°, 2° y 3° libro.



Grillas constructivas naming 4° y 5° libro.

4.1.2 PALETA CROMÁTICA

La paleta cromática se definió con el objetivo de transmitir serenidad, misterio y personalidad, alejándose de los colores saturados y vivos, se optó por una paleta de colores quebrados y oscuros acompañados siempre por el blanco y el negro. A cada libro se le dió un color principal que estaría presente tanto en el exterior como en el interior de estos. Este mismo color ayudará posteriormente a identificar qué objeto publicitario está ligado a que libro. Los colores en las tapas se ven en su valor puro pero cuando juegan con las ilustraciones se baja la opacidad a un 50% para darle jerarquía a los dibujos.

Conceptualmente los colores de cada libro se eligieron por su valor perceptual y lo que transmiten. Para el primer libro el color amarillo que transmite inocencia, alegría y luz, ya que en el primer libro donde todo empieza y se conoce a los personajes todos los momentos son alegres y emotivos en lo que entendemos como empieza su historia, eso cambia al pasar de los libros. Por lo tanto en el segundo se eligió el color rojo que transmite enojo, resentimiento e ira en lo que vamos indagando en sentimientos más complejos en la historia. Para el tercero se seleccionó el azul celeste, muy nombrado en la obra y relacionado con un estado de tristeza profunda y desconexión con la familia, por lo tanto se lo seleccionó para este libro ya que transmite lo mismo que en esta parte de la historia. Para el cuarto se usó violeta, un color que también se nombra mucho en la historia y que transmite un estado salvaje, movimiento y locura, el color vuelve a estar directamente relacionado con la trama del libro. Y por último se seleccionó el color fucsia o rosado intenso para el quinto libro, un color con mucha personalidad y profundidad y a la vez muy vibrante, que, en conjunto con los cuentos cortos transmiten este estado de intranquilidad y de movimiento que sienten los personajes mientras ahondan en sus emociones, a su vez como las historias ocurren entre medio del libro 3 y 4 se buscó un color que estuviera entre el azul celeste y el violeta en la paleta cromática, y se seleccionó el que sería el resultado de la mezcla pictórica de los dos.

Por último el blanco y el negro están permanentemente en un juego de dualidad, de positivo y negativo en la composición, afirmando la idea de que estos personajes no son ni buenos ni malos, tienen rasgos de los dos y están siempre en este libro tratando de aprender de sus errores pero fallando por la misma esencia del ser persona.



HEX
#aa7e12

CMYK
27% 44% 100% 19%



HEX
#ae191e

CMYK
21% 100% 93% 15%



HEX
#4d6f83

CMYK
73% 44% 34% 18%



HEX
#685378

CMYK
66% 69% 30% 14%



HEX
#9e1f46

CMYK
26% 97% 50% 23%

Paleta de colores.

4.1.3 SELECCIÓN TIPOGRÁFICA

Para el sistema gráfico, se seleccionaron cuatro familias tipográficas que respondieran a las distintas necesidades del proyecto. Para los naming, se tomó como base la fuente Cattedrale, una tipografía gótica con remates en punta que transmite limpieza y, al mismo tiempo, elegancia, junto con un toque antiguo y místico. Resulta ideal para los libros, ya que aborda la mitología de los brujos, hombres lobo y las fuerzas de la naturaleza.

Como tipografía secundaria, se seleccionó la fuente Sheila, de estilo caligráfico gestual. En los libros, se la puede ver en las cartas que el padre escribe a sus hijos. Es una fuente que transmite elegancia, limpieza y movimiento. Además, está presente en el nombre del autor y en el naming de la “Saga Green Creek”, donde acompaña a la fuente Cattedrale, generando una armonía y dualidad entre los trazos verticales y gruesos, y aquellos modulados y gestuales. Esta dualidad aporta al proyecto un mayor grado de complejidad.

Para el interior de los libros, se seleccionaron dos superfamilias. La primera es Bennett, una familia con gran variedad de pesos y estilos. Se caracteriza por ser una tipografía con serif y con trazos modulados, es decir, con una marcada variación entre finos y gruesos. Esta fuente se utilizó para los inicios de capítulos, títulos y subtítulos, índices, hojas legales, colofón y dedicatorias, pero no para los cuerpos de texto extensos, ya que esta variación pronunciada no es compatible con la lectura prolongada, pues perjudica la legibilidad.

Para los textos largos, se seleccionó la superfamilia Abril, una tipografía con serif diseñada especialmente para la lectura continua. Sus remates, la amplitud de la altura de x y la constancia de sus trazos favorecen el descanso visual y evitan el esfuerzo excesivo durante la lectura. Además, al tratarse de una superfamilia, cuenta con múltiples variables de peso y estilo que permiten jerarquizar y diferenciar distintas partes de la obra.

Sheila

*A B C D E F G H
I J K L M N O P
Q R S T U V W
X Y Z*

*a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z*

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . : ,

Selección tipográfica para logos y cartas.

Cattedrale

**A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U
V W X Y Z**

**a b c d e f g h i j k l
m n o p q r s t u
v w x y z**

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . : ,

Selección tipográfica para títulos/naming y logos.

Bennett

ABCDEFGHIJKLMN
SOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
sopqrstuvwxyz
1234567890!?.:.,

ABCDEFGHIJKLMN
SOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
sopqrstuvwxyz
1234567890!?.:.,

ABCDEFGHIJKLMN
SOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
sopqrstuvwxyz
1234567890!?.:.,

*Selección tipográfica para páginas
especiales. Utilizada también en el sistema
de promoción.*

Abril

ABCDEFGHIJKLMN
SOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
sopqrstuvwxyz
1234567890!?.:.,

ABCDEFGHIJKLMN
SOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
sopqrstuvwxyz
1234567890!?.:.,

ABCDEFGHIJKLMN
SOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
sopqrstuvwxyz
1234567890!?.:.,

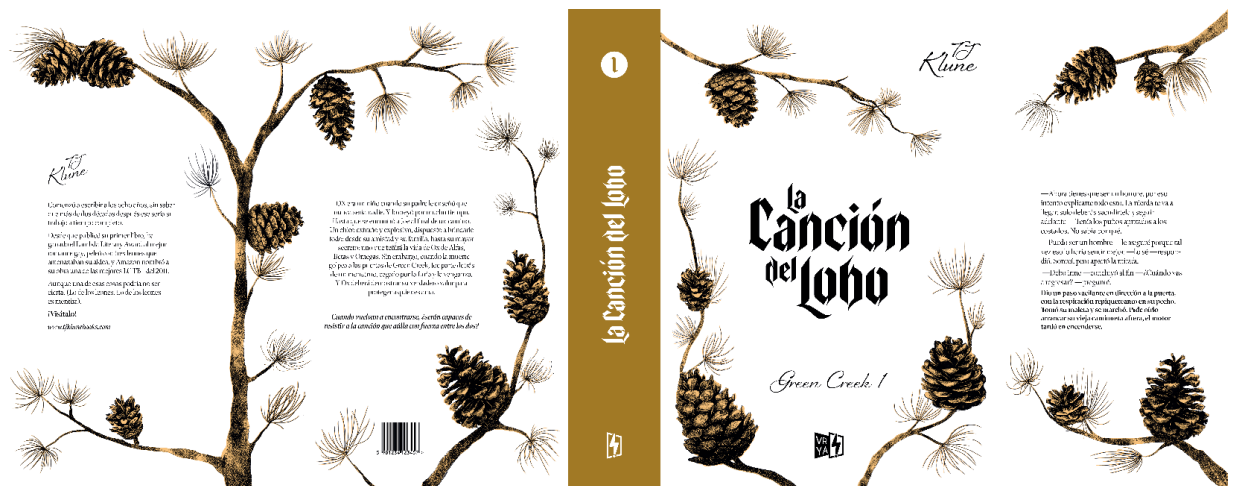
*Selección tipográfica para textos largos
dentro del libro.*

4.1.4 ILUSTRACIONES

Sobrecubiertas

Para las sobrecubiertas se mejoraron las ilustraciones de la etapa de anteproyecto ajustandolas a una nueva grilla constructiva en donde se prioriza la lectura de todos los elementos del diseño. Se ajustaron los tamaños, espacios en blanco y los contrastes con el fondo para facilitar la lectura. Además al modificar la paleta de colores y bajarles la opacidad en el fondo de los dibujos de mejoró su visibilidad.

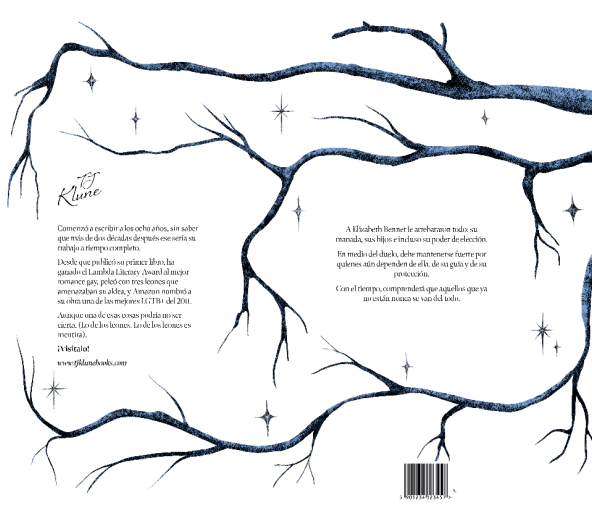
Conceptualmente la única sobrecubierta que se redibujar completamente es la del quinto libro, eligiendo a la Cicuta Virosa y a la viuda negra como elementos de la naturaleza principales de esta obra. Tanto la planta como el animal seleccionado son nativos de Oregon, Estados Unidos, lugar donde se desenlaza nuestra historia. Ambos son característicos por ser extremadamente venenosos, característica que se conceptualizó mucho con el título del libro “La canción de lo salvaje”, siendo los sentimientos de ira, rencor, miedo y egoísmo el verdadero veneno que aqueja a la familia Bennett.



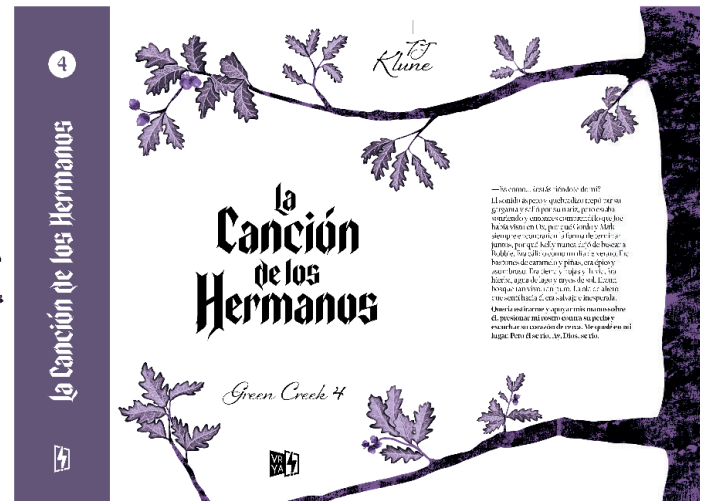
Sobrecubierta libro 1.



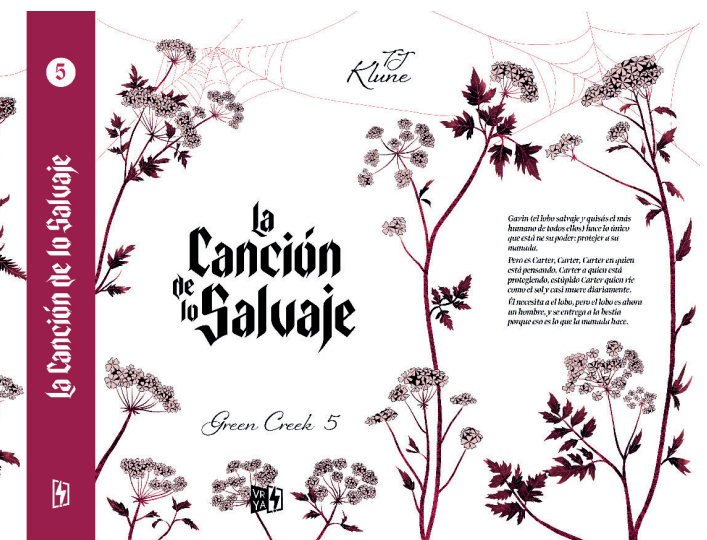
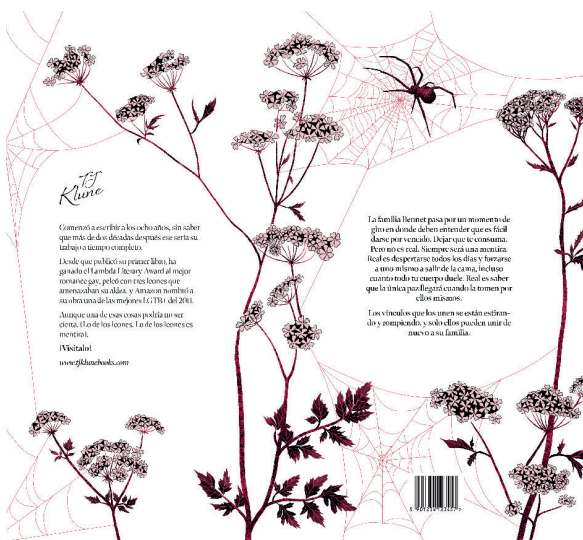
Sobrecubierta libro 2.



Sobrecubierta libro 3.



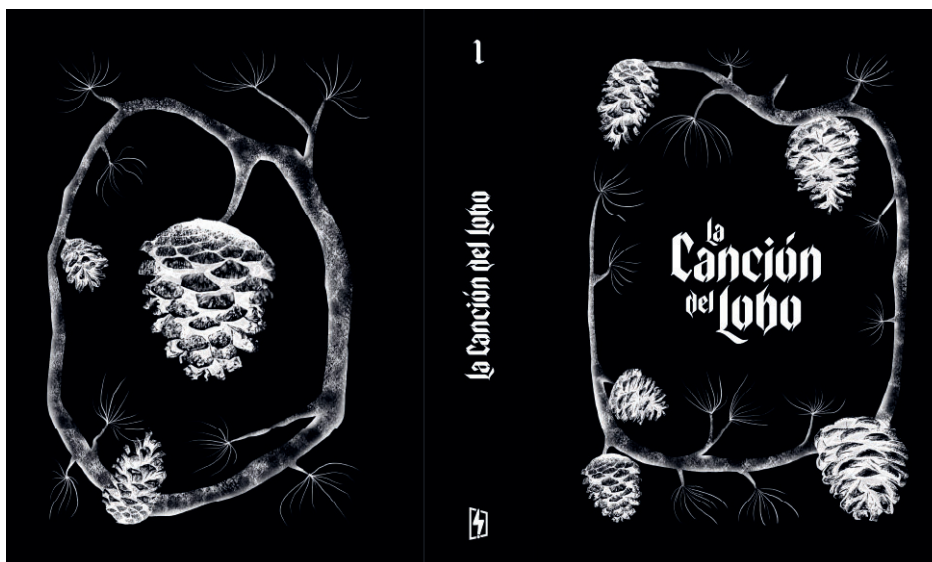
Sobrecubierta libro 4.



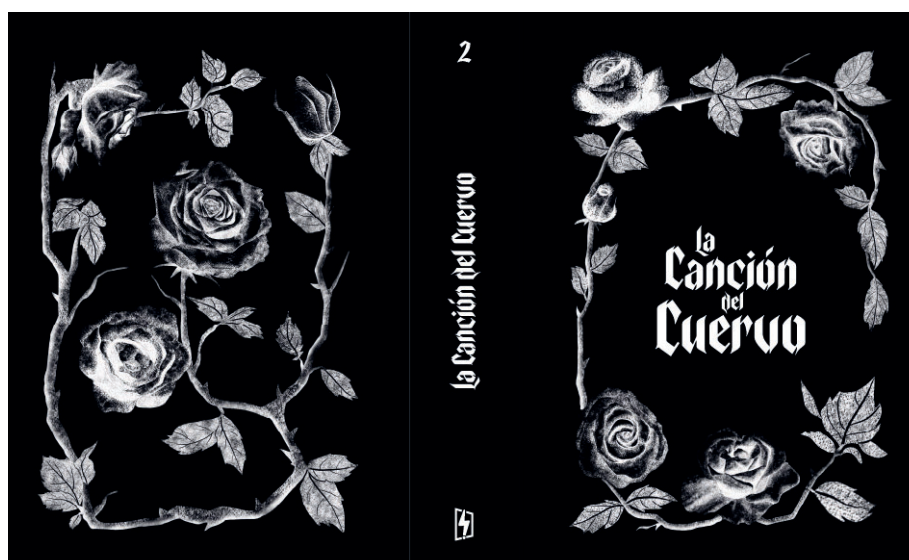
Sobrecubierta libro 5.

Cubiertas

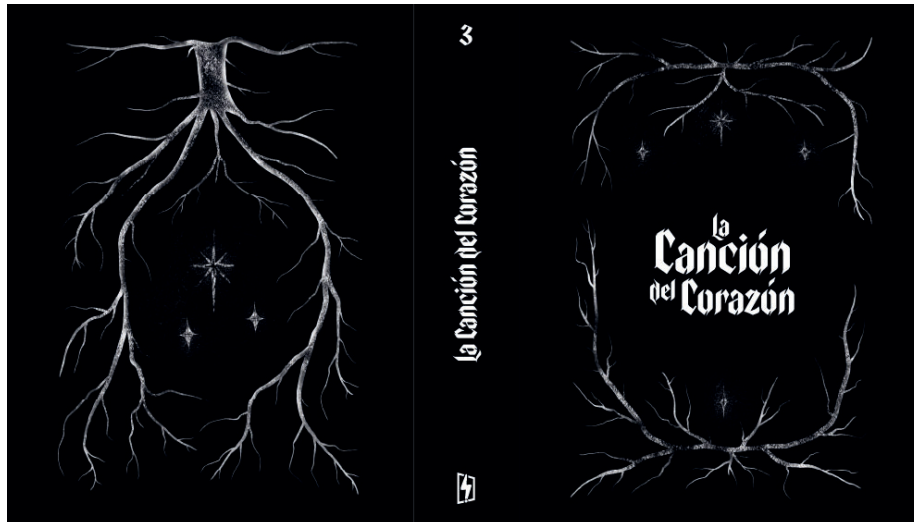
Las ilustraciones que se pueden ver en las cubiertas son una variación de las que se ven en las sobrecubiertas. Adaptadas para que solo se vean en una pequeña parte de las tapas, están diseñadas para ser una condensación de dibujo más que una composición que responda al diseño. Se presentan en negativo a diferencia de las anteriores, para remarcar la idea de dualidad y de positivo y negativo.



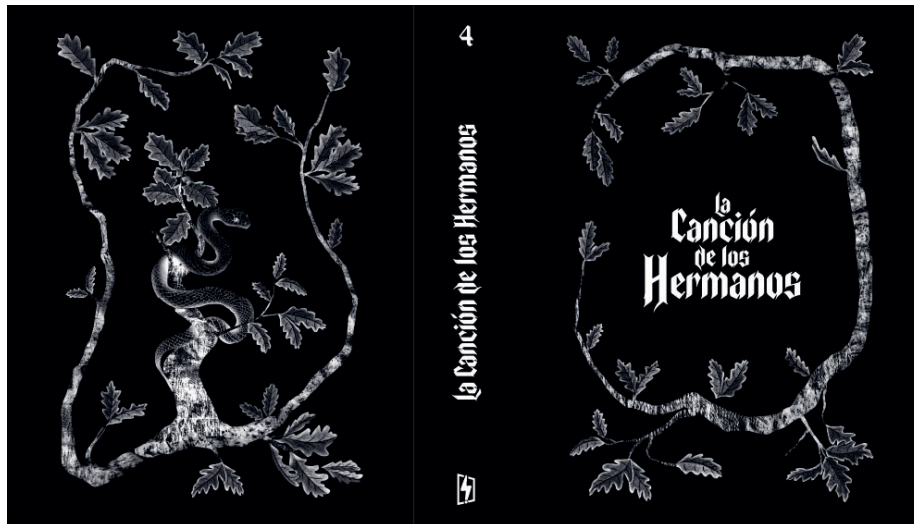
Cubierta libro 1.



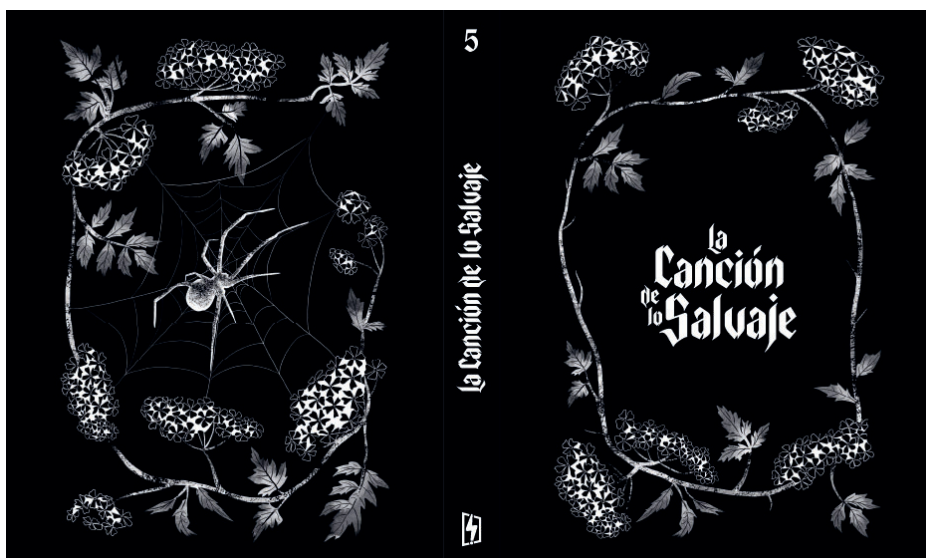
Cubierta libro 2.



Cubierta libro 3.



Cubierta libro 4.



Cubierta libro 5.

Hojas de guarda

Las hojas de guarda representan momentos icónicos de cada uno de los libros. Espacios de la naturaleza en donde se desarrollan algunos de los hechos más importantes de cada historia. Cada uno de los dibujos fue realizado con el color de cada uno de los libros, trabajando con variaciones de saturación y luminosidad o colores análogos para representar dicho paisaje. Se alejan del estilo caricatura o cómic para centrarse en un estilo más realista y detallado, con luces y sombras extravagantes que refuercen el carácter épico de la obra.



Hoja de guarda de primer y segundo libro.



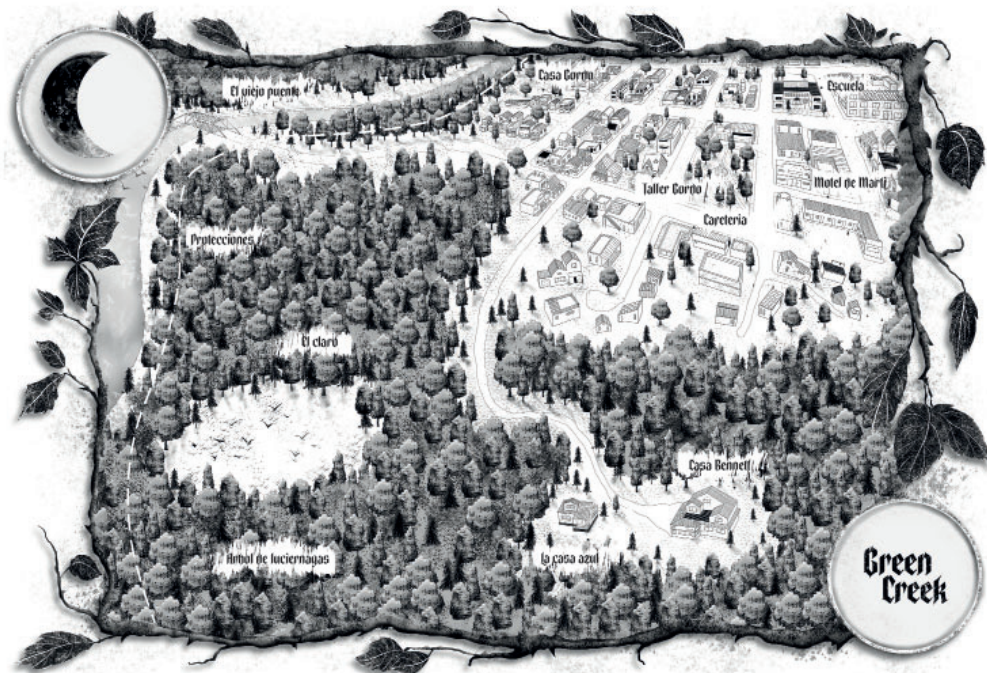
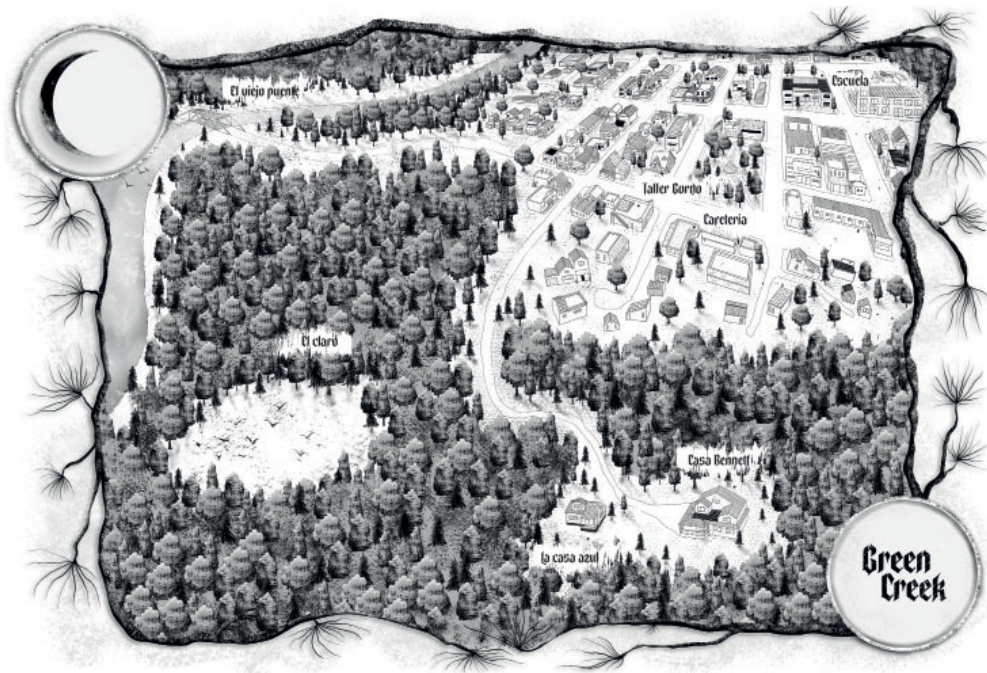
Hoja de guarda de tercer, cuarto y quinto libro.

Mapas

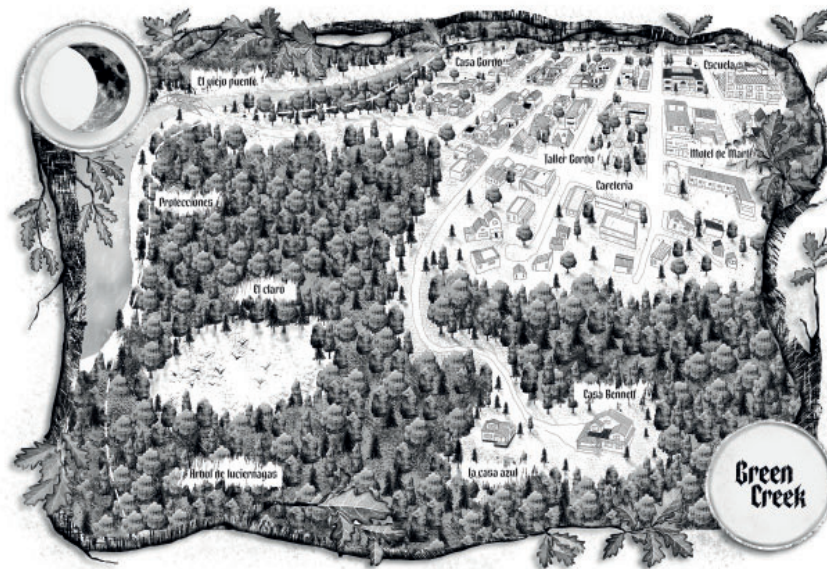
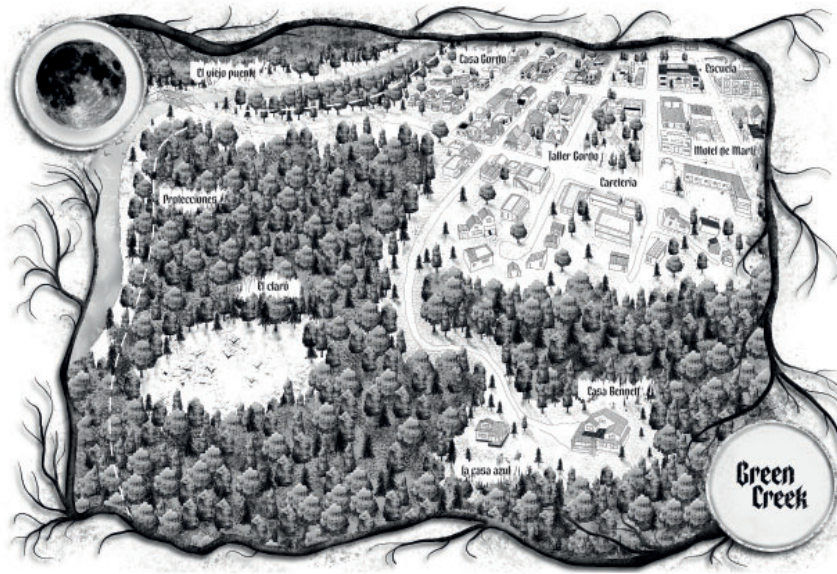
Para los mapas se conservó el estilo de comic o novela gráfica, usando solo blanco y negro, con muchas texturas y detalles.

Se realizó un dibujo a tres puntos de fuga para acentuar la cercanía y lejanía de las cosas, posicionando de manera estratégica las locaciones más importantes.

Si bien es el mismo entorno el que se muestra en cada mapa, cada uno varía del anterior por sus marcos personalizados, con motivos de las plantas de cada libro, y con la adición de nuevas locaciones o referencias a hechos importantes.



Mapa de Green Creek para 1° y 2° libro.



Mapa de Green Creek para los libros 3, 4 y 5 respectivamente.

Presentación de personajes

Ya que la historia de esta saga transcurre durante más de 50 años y el autor se especializa en llevarnos del pasado al presente, haciendo paralelismos entre lo que pasó entonces y lo que sucede en el ahora, se decidió dibujar distintas variables de los personajes de cada libro. Dibujando primero la versión infantil o con la que los conocimos y la versión adulta con la que termina cada libro. Además, se decidió enmarcarlos en cuadros de fotografía simulando la pared de la casa Bennett, en donde se ven distintas fotos de la familia a lo largo del tiempo.

En esta composición de página el lector puede encontrar información relevante para la trama, como por ejemplo edades, parentesco, ocupaciones, tipo de ser fantástico, etc.



Presentación de personajes del primer libro (arriba) y presentación de personajes del segundo libro (abajo).

Kelly Bennett

LOBO



Edad: 16 años
Cumpleaños: 29 de abril
Altura: 1,75 metros
Madre: Maggie Callaway
Padre: Curtis Matheson



Edad: 23 años
Altura: 1,98 metros
Madre: Maggie Callaway
Padre: Curtis Matheson
Trabajo: Mecánico



Robbie Fontaine

LOBO



Edad: 11 años
Cumpleaños: 10 de junio
Altura: 1,78 metros
Madre: Marie Fontaine
Padre: Cazador no identificado



Edad: 28 años
Altura: 1,78 metros
Residencia: manda de Maine
Puesto: segundo de la
Alfa Wells



Carter Bennett

LOBO

Edad: 16 años
Cumpleaños: 17 de agosto
Altura: 1,84 metros
Madre: Elizabeth Bennett
Padre: Thomas Bennett



Edad: 28 años
Altura: 1,95 metros
Residencia: ?
Ocupación: alcalde de
Green Creek

Gavin Livingstone

LOBO



Edad: ??
Cumpleaños: ??
Altura: 2,36 metros
Madre: ??
Padre: ??

Edad: 30 años
Altura: 1,92 metros
Madre: Wendy Walsh
Padre: Robert Livingstone



Presentación de personajes del tercer libro (arriba) y presentación de personajes del cuarto libro (abajo).

Fotografías

Para las fotografías que el lector va encontrando a lo largo de los libros, se decidió cambiar el estilo de dibujo del realista al estilo novela gráfica en blanco y negro, para de esta manera reducir los posibles errores a la hora de impresión.

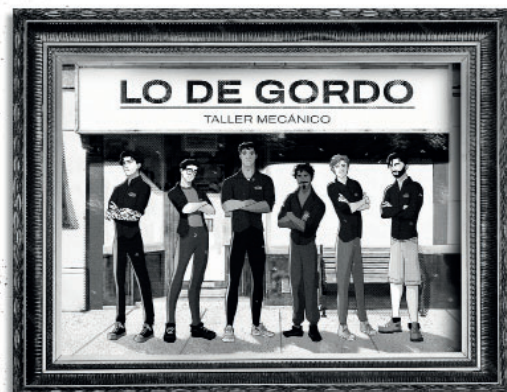
Al igual que la presentación de personajes se los trató como fotografías enmarcadas con fondos intervenidos de texturas y sombras, o como páginas arrancadas de libros con detalles de desgaste por tiempo, de esta forma el lector podría tener una idea más exacta del estado en que cada una de las fotografías se encuentra, aquellas más viejas y aquellas más modernas.



Ilustración para el tercer libro llamada
“Ilustración bestiario de Thomas Bennett”.



Diseño de doble página con fotografías para tercer libro, capítulo 12, páginas 218 y 219.



Diseño de doble página con fotografías para tercer libro, capítulo 12, páginas 220 y 221.

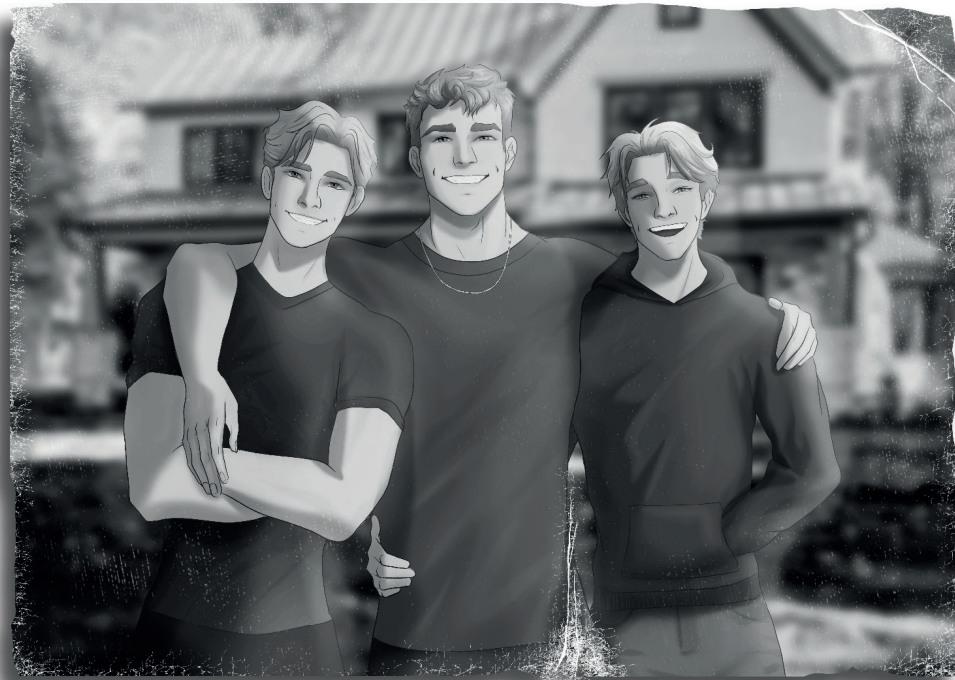


Fotografía con estilo polaroid para libro cuatro, capítulo 18, página 385.

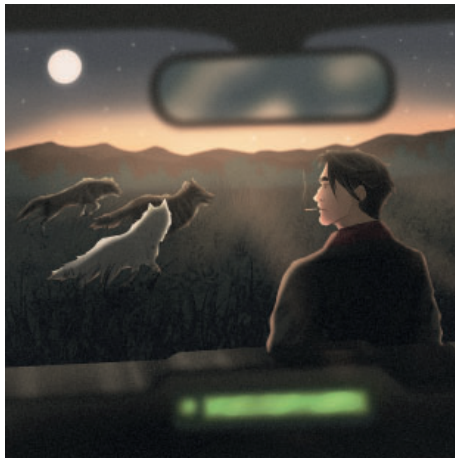
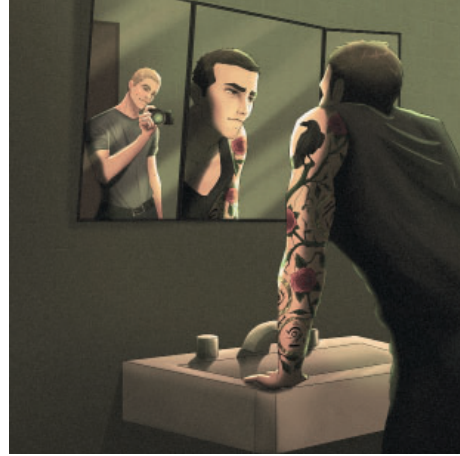


*Wendy
1987*

Fotografía con estilo polaroid para libro cuatro, capítulo 21, página 480.



Fotografía para libro cuatro, capítulo 10, página 201.



Fotografías que acompañan el mapa "Tres años, un mes y veintiséis días" del segundo libro.

Entradas de capítulo y separadores

Para los inicios de capítulo se hizo un dibujo para cada libro en donde se viera una versión pequeña de la planta que representa a cada libro, de manera tal que coronara y abrazara al número y título de cada capítulo.

A su vez había una segunda variable que se ocuparía para encabezar aquellas páginas especiales como el índice o el colofón.

Además, para señalar mejor cada sección dentro de un mismo capítulo (aquellos momentos donde el autor pasa de presente a pasado o cuando hay un cambio de escenario) se dibujaron tres pequeñas variables de las plantas de cada libro. Estos dibujos no debían ocupar más de tres líneas de texto, para optimizar la extensión del cuadernillo. Al ser tres variables el diseño de pliego no se vería monótono cuando esta separación en secciones sucediera más de una vez en una doble página.



Motas de polvo / Frío y metal



Ilustración para páginas especiales, entrada de capítulo y divisiones de secciones para el primer libro.



Ilustración para páginas especiales, entrada de capítulo y divisiones de secciones del segundo y tercer libro.



Motas de polvo / Frío y metal



Motas de polvo / Frío y metal

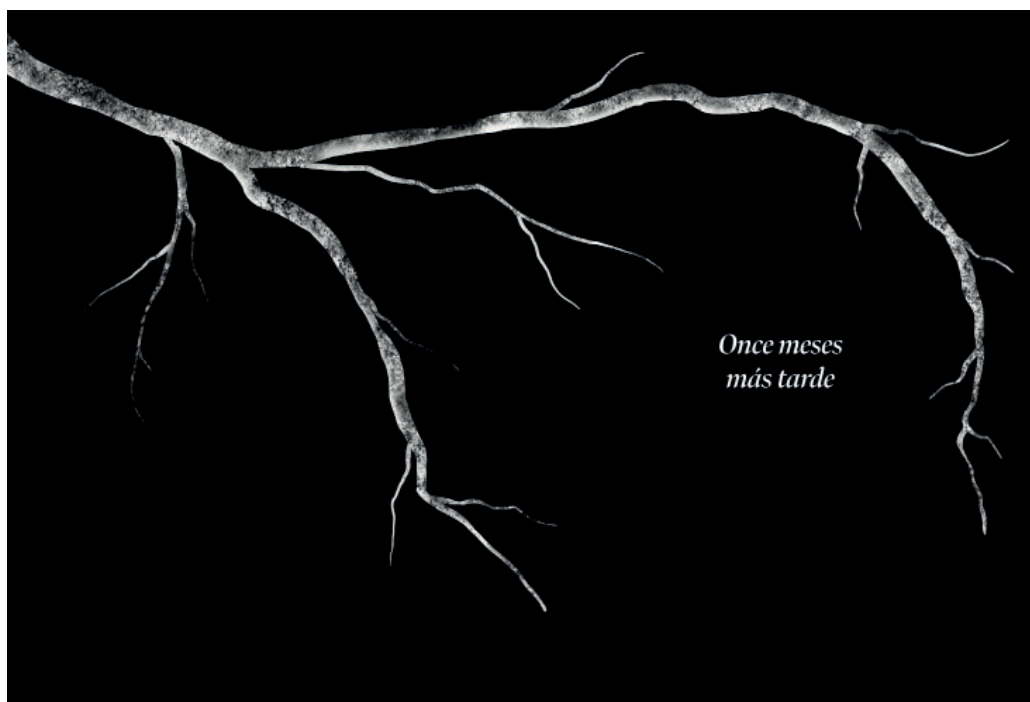


Ilustración para páginas especiales, entrada de capítulo y divisiones de secciones del cuarto y quinto libro.

Actos

Por último, se pueden ver en algunos de los libros diseños de doble página que se encuentran ilustrados en función de una frase que divide a la obra en tiempos o actos.

Estas ilustraciones tienen una función plenamente decorativa y se encuentran en negativo sobre una hoja negra para destacar estas secciones del libro de forma notoria.



Ilustraciones para separar actos.



PARTE I
Ido



PARTE 3
La canción de lo salvaje

Ilustraciones para separar actos.



Ilustración del quinto libro “La canción de lo salvaje” para acompañar material especial.

Diseño de páginas

El sistema de puesta en página fue desarrollado para unificar todos los libros de la saga y garantizar una experiencia de lectura clara, cómoda y ordenada. Para ello, se utilizó una retícula de manuscrito como base estructural para el diseño editorial de toda la colección, permitiendo mantener una composición constante y ordenada a lo largo de cada volumen.

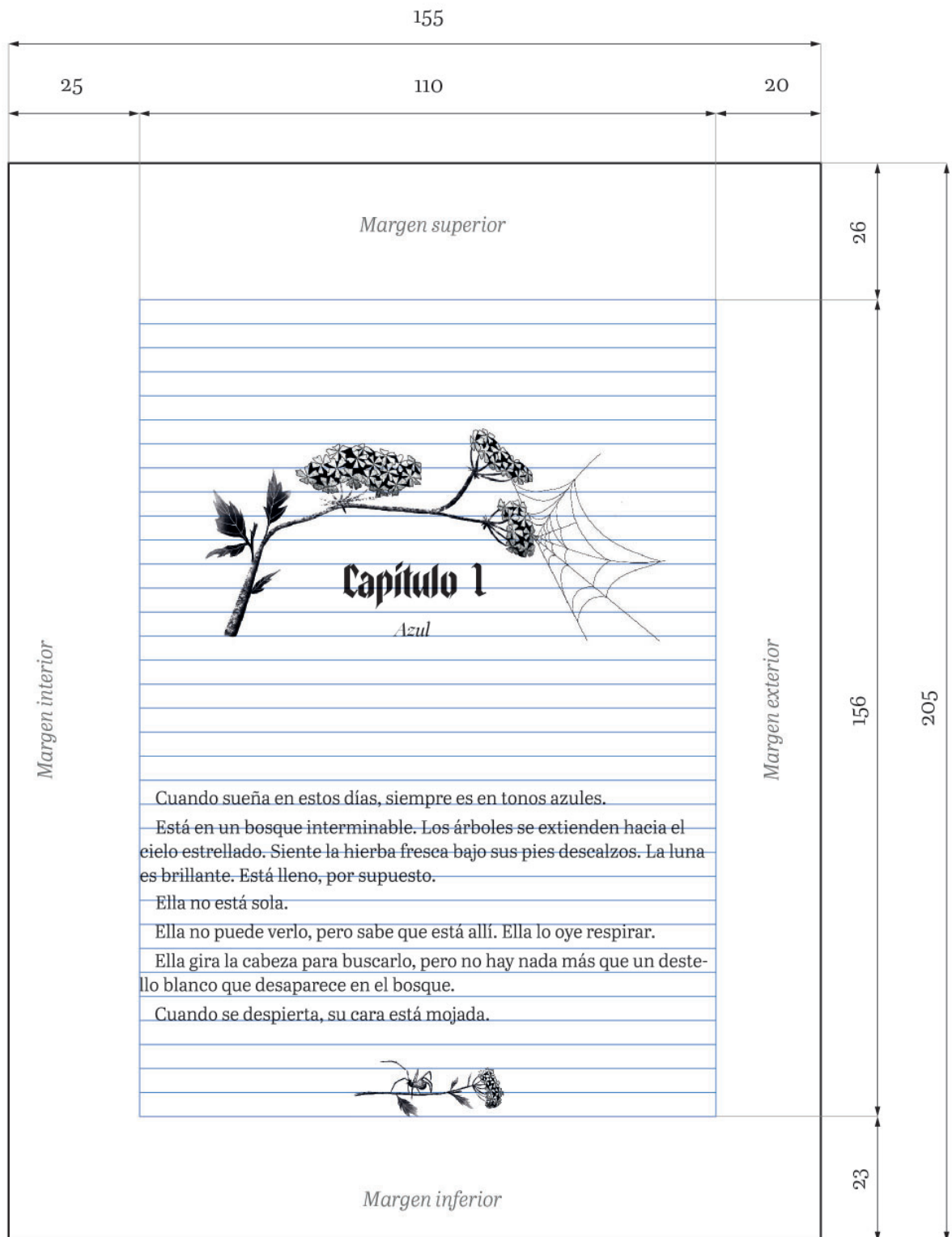
En el primer ejemplo puede observarse el inicio de un capítulo correspondiente al quinto libro, donde se presenta la ilustración de apertura, el número de capítulo y su respectivo título. A partir de allí, luego de seis líneas de separación, comienza el cuerpo del texto narrativo.

La retícula fue maquetada a partir de un interlineado base de 13 puntos, acompañado por un cuerpo tipográfico de 10 puntos. Esta decisión responde a criterios de legibilidad editorial ampliamente utilizados en publicaciones literarias, ya que distintos estudios y manuales de tipografía sostienen que los textos extensos deben mantenerse dentro de cuerpos que faciliten la lectura continua y reduzcan el cansancio visual. La diseñadora María Florencia Castellino, en Normas de Legibilidad, establece que los cuerpos más adecuados para textos corridos se encuentran entre los 8 y 12 puntos, siendo los tamaños de 10 puntos o superiores los más recomendables para lecturas prolongadas.

El diseño de los párrafos también responde a esta búsqueda de claridad y ritmo visual. El texto mantiene un interlineado constante de 13 puntos, acompañado por un espaciado posterior entre párrafos y una sangría inicial de 3 puntos, recursos que ayudan a organizar la información y optimizar la lectura. Debido a estas variaciones de espaciado, no todas las líneas coinciden de manera exacta con la retícula base; sin embargo, la primera línea siempre se apoya sobre ella y, a partir de ese punto, el texto vuelve a alinearse con la retícula cada ocho líneas, permitiendo conservar una estructura visual equilibrada a lo largo de toda la composición.

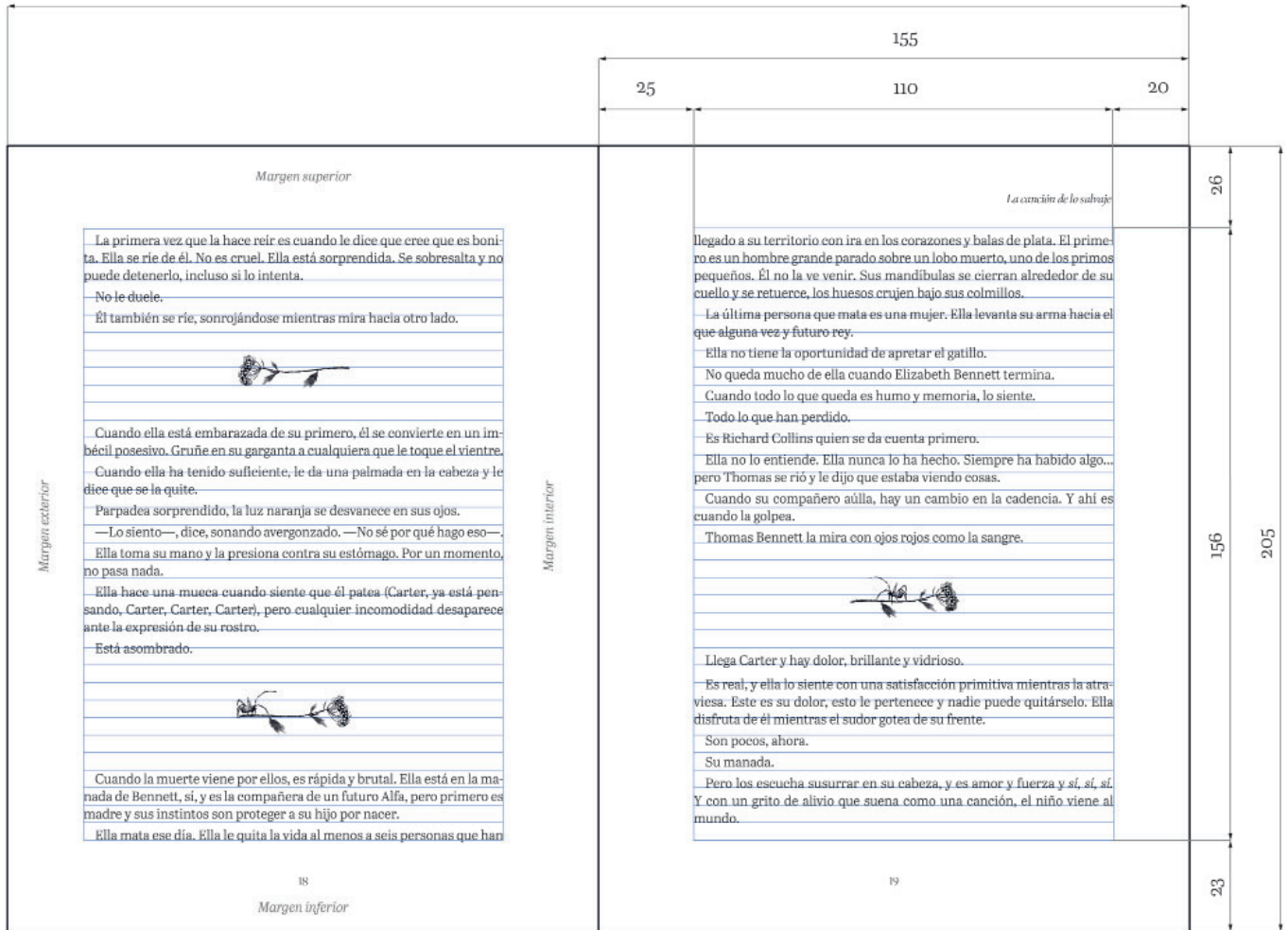
Los márgenes fueron pensados como un elemento fundamental para otorgarle aire y comodidad al texto dentro de la página. Los márgenes internos de 25 milímetros fueron diseñados especialmente en función de la encuadernación cosida tipo folleto, ya que este sistema requiere un espacio suficiente que permita una buena apertura del libro sin comprometer la lectura en el centro del pliego. De igual manera, los márgenes externos de 20 milímetros fueron contemplados para que, al sostener el libro con las manos, los dedos no interfieran ni tapen el contenido de la obra.

En el segundo ejemplo puede observarse el diseño completo del pliego, el cual posee un tamaño total de 310 × 205 milímetros, dejando cada página individual en un formato de 155 × 205 milímetros. Allí también puede verse la aplicación de los tres distintos separadores utilizados en el primer libro, empleados por el autor para indicar cambios temáticos o transiciones dentro de la narración.



Referencia: Unidad de medida en milímetros.

*Diseño de página para inicio de capítulo, libro 5
“La canción de lo salvaje”.*



Referencia: Unidad de medida en milímetros.

Diseño de doble página, libro 5 “La canción de lo salvaje”.

4.1.5 PROMOCIÓN

Afiches

El proyecto contempla un sistema de afiches y carteles destinados a su colocación en la vía pública. Para su desarrollo, se diseñó una retícula adaptable a los distintos formatos y tamaños, definiendo con precisión la información, los recursos visuales y su jerarquización, con el fin de mantener una coherencia visual en todas las piezas.

El elemento principal de las composiciones son las ilustraciones de los elementos de la naturaleza que identifican a cada libro. Estas están ilustradas para envolver y acompañar la gráfica y creando composiciones dinámicas. En todas las gráficas se verá la marca de la saga. Distintas frases que funcionan como llamadores así como: “*Conoce la nueva edición coleccionable de TJ Klune*” “*Los libros que conquistaron a una generación regresan a la Feria del Libro*” o “*¿Estas listo para conocer la historia de la familia Bennett?*”. Y por último se verá el “*Próximamente mayo 2026*” acompañado de las marcas de VR Editorial y de la 50ª edición de la Feria Internacional del Libro.

Como segundo nivel de lectura, se incorporaron el logo de la saga y frases breves que funcionan como anclaje e invitan a la lectura de la saga o a la participación de la Feria del Libro.

El plan de promoción se diseñó definiendo un sistema por cuatro tipos de afiches, cada uno con funciones específicas dentro de la comunicación del evento.

La propuesta se organiza de la siguiente manera:

- Tres afiches horizontales adaptados a tamaño cuádruple para vía pública.
- Un afiche horizontal de 10x2 metros para medianeras publicitarias.
- Tres afiches horizontales adaptados a tamaño séxtuple para vía pública.
- Tres carteles verticales colgantes tipo bandera para exterior e interior.
- Diseño de vitrina para locales comerciales.



*Diseños para vía pública tamaño cuádruple.
Tres variables de aplicación.*



Contextualización de carteles tipo cuádruple.



Diseño de medianera publicitaria de 10x2 metros.



Contextualización de medianera publicitaria y cartel colgante tipo bandera



*Diseños para vía pública tamaño cuádruple.
Tres variables de aplicación en positivo.*



Contextualización de carteles tipo cuádruple con diseño en positivo.



Diseño de carteles colgantes tipo bandera.



Contextualización de carteles colgantes tipo bandera. Arriba cartelería exterior, abajo cartelería para interior y locales comerciales



*Diseño de cartelería para locales comerciales y vidrieras expositivas.
Aplicación en librería Cúspide.*

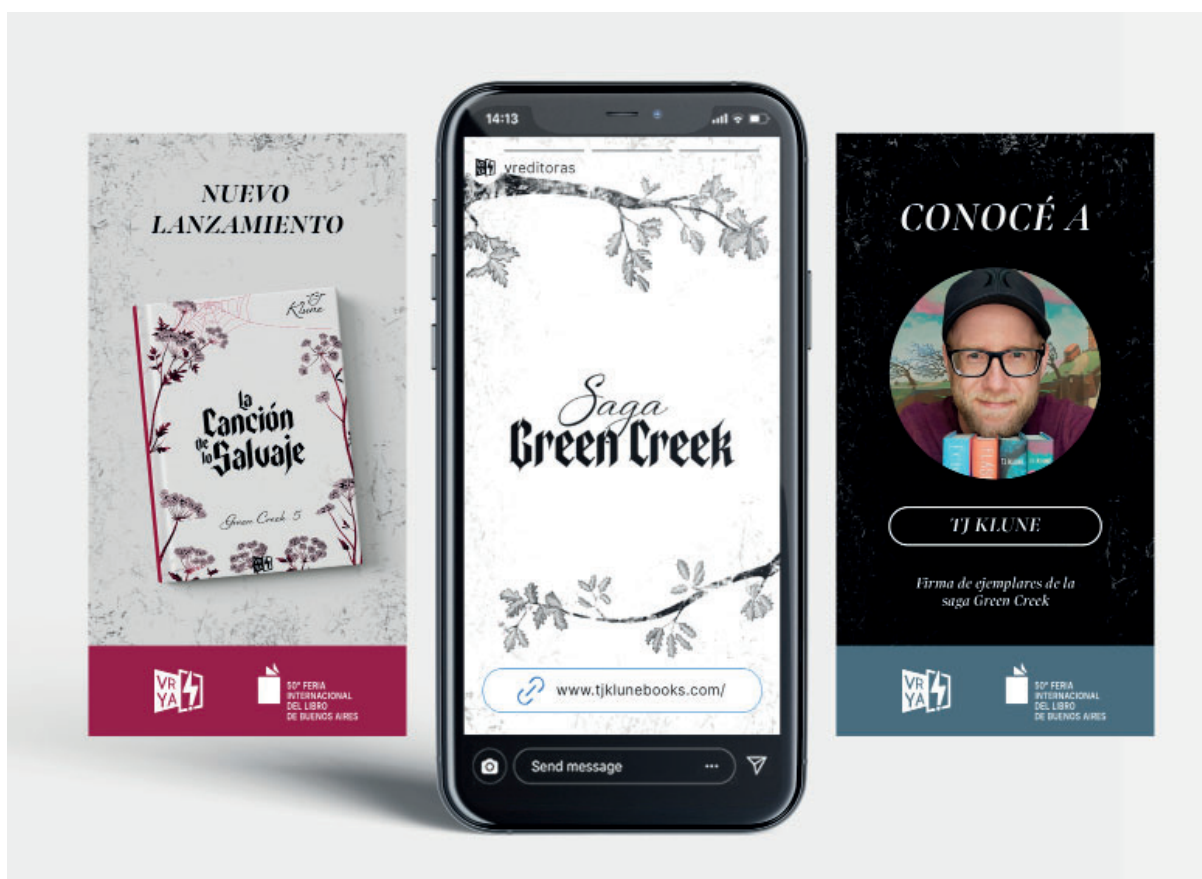
Redes sociales

El sistema de piezas gráficas diseñado para la promoción en Instagram se centró en un público de adultos jóvenes y adolescentes, usando un tono amigable que buscara informar e incentivar. Se usaron como fuente de la difusión las cuentas de VR editoras y de T.J Klune, siendo estas las que se encargarían de postear el contenido.

Para estas se diseñaron distintas piezas gráficas que se adaptaran tanto a foto como video, teniendo en cuenta las nuevas tendencias de comunicación en las que el formato Reel ha tomado mucha más relevancia en el último tiempo. Por este mismo motivo se intentó que la información en las publicaciones de tipo carrusel sea breve y con una invitación a visitar los sitios web del autor o de las editoras para ampliar el contenido.

Para esta parte del sistema de promoción se crearon piezas gráficas con una función específica:

- Carrusel de tres imágenes dando a conocer la nueva reedición.
- Carrusel de tres imágenes invitando a participar de la feria del libro.
- Reel animado tipo teaser anunciando el nuevo proyecto.
- Teaser animado ilustrado.
- Reel de influencer realizando el unboxing del Press Kit promocional.
- Tres historias con enlace a los sitios web.



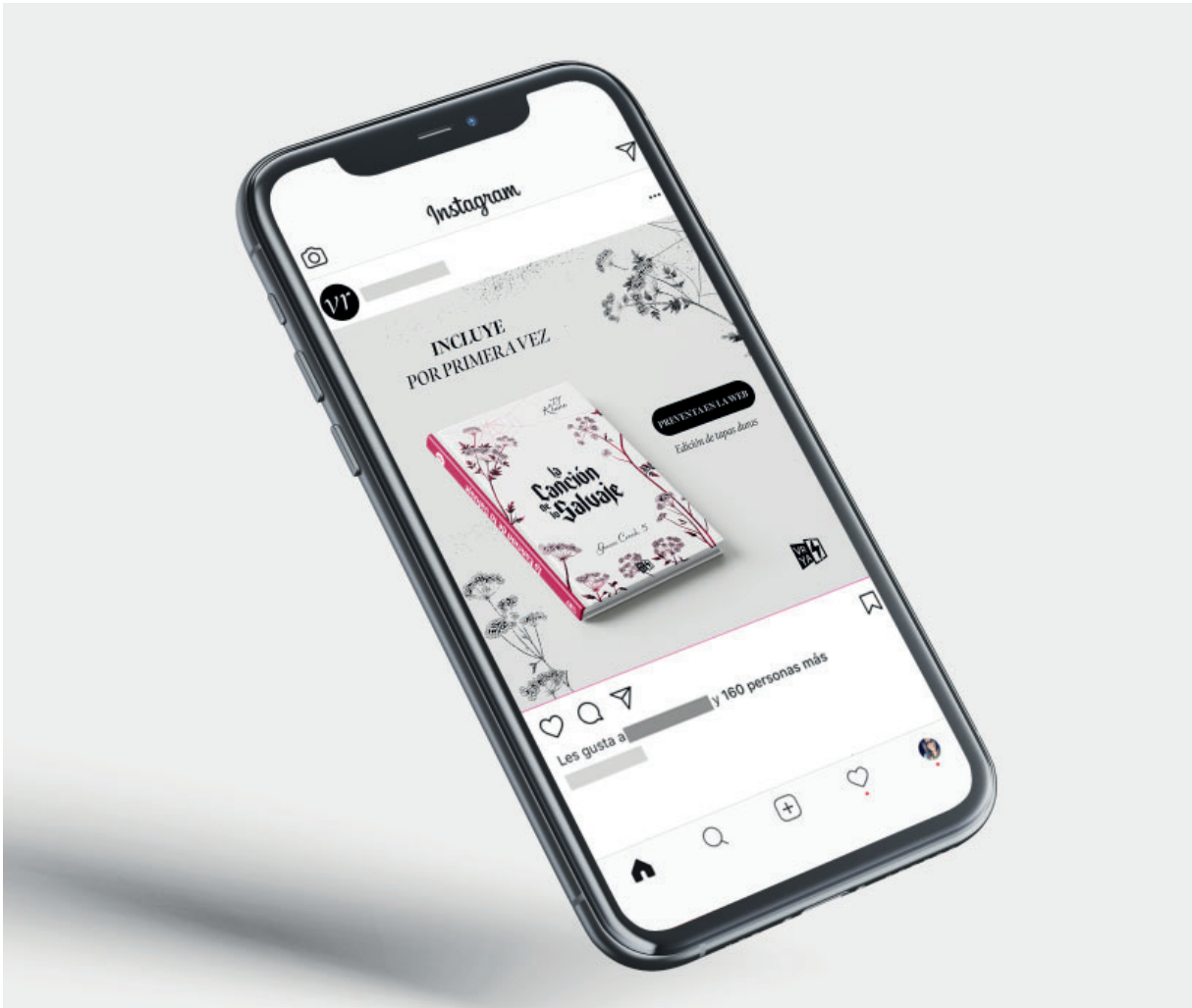
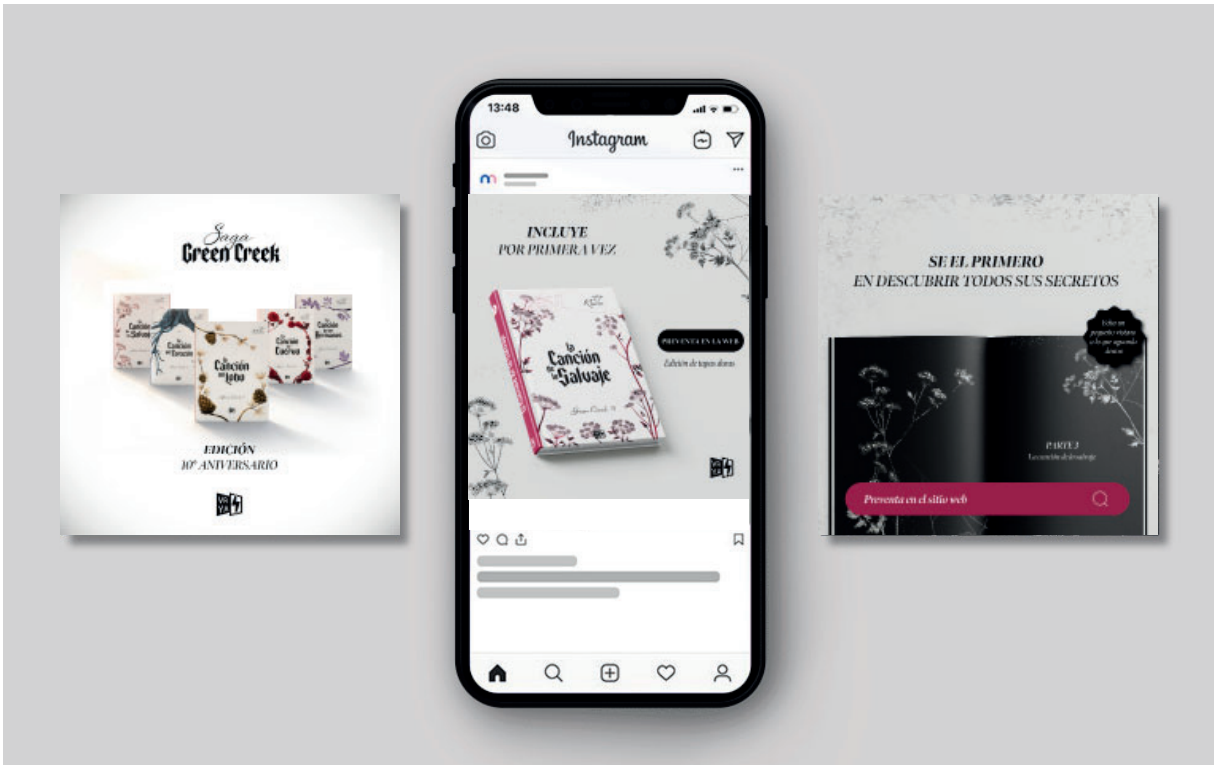
Tres historias con enlace a los sitios web.



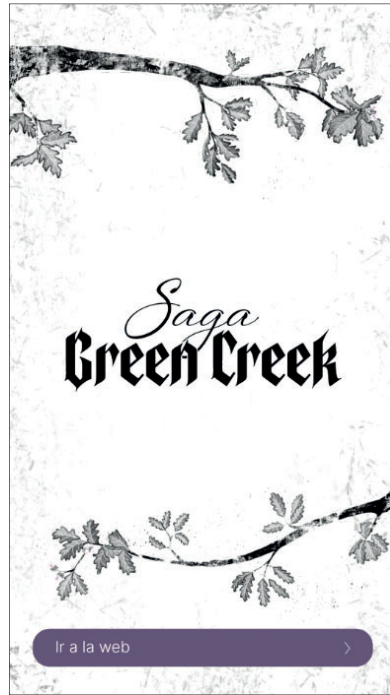
Carrusel de tres imágenes dando a conocer la nueva reedición.



Carrusel de tres imágenes invitando a participar de la Feria del Libro.



Contextualización de diseños de carrusel.



Acceso al Reel de influencer realizando el unboxing del Press Kit promocional, Reel animado tipo teaser anunciando el nuevo proyecto y Teaser animado mediante el QR a la derecha.



Páginas web

Como se nombró anteriormente, el fin de muchas de las piezas de promoción es de que el usuario de instagram incursione en los sitios web o de las editoras o del autor, sitios que ya cuentan con una interface y una identidad propia, a los cuales se les agregará una nueva pestaña con la información del proyecto y un nuevo diseño de Header promocional temporal. De esta forma aquellos usuarios que lleguen por coincidencia o buscando otra cosa tendrán la oportunidad de conocer esta experiencia y el relanzamiento.

El diseño de los header será una variación de los afiches promocionales a la que se les agregarán los botones correspondientes. De esta manera el usuario podría entrar a la pestaña del proyecto tanto desde este módulo como desde los botones del menú principal de cada sitio.

Una vez en la pestaña destinada al proyecto, los usuarios se encontrarán primero con el logo de la saga, luego una pequeña introducción al proyecto con imágenes de los libros y la opción de pre encargar los libros antes del lanzamiento.

Luego se encontrarían con un módulo destinado a las animaciones, en donde se verían el teaser y el trailer animado.

Y por último, buscando el llamado a la acción, se encontrará la información sobre el "LATAM TOUR" cuya primera sede es la Feria del Libro en Buenos Aires, con la opción de comprar la entrada de forma anticipada, los datos del itinerario y una pequeña tienda en donde se exhiben los objetos promocionales y donde aquellos usuarios que no puedan participar del evento pueden comprar el merchandising. De esta manera el usuario encontrará toda la información en una sola pestaña, evitando la posibilidad de confusiones o de mal información.



The Green Creek Saga

This is a funny and moving adventure about finding one's place in the universe and creating our own family.

Out on April 24, 2026 in hardcover, ebook, and audio!

[LEARN MORE & PRE-ORDER](#)

NEWS & UPDATES

TJ KLUNE LATAM TOUR

24TH APRIL	7PM - Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, Buenos Aires
26TH APRIL	6PM - El Ateneo Grand Splendid, Buenos Aires
28TH APRIL	7PM - Librería Nacional, Bogotá
30TH APRIL	6PM - ELBO - Feria Internacional del Libro de Bogotá
2ND MAY	7PM - Gandhi, Ciudad de México
4TH MAY	6PM - EL Guadalajara (evento especial)
6TH MAY	7PM - Feria del Libro de Santiago, Santiago de Chile

[Learn more](#)

TJ KLUNE UK TOUR

25TH OCT	12M - MCM Comic Con, London
26TH OCT	2PM - MCM Comic Con, London
27TH OCT	12M - York Literary Festival
27TH OCT	7PM - St Swithun's Church, Bath
28TH OCT	7PM - Manchester Central Library
29TH OCT	7:30PM - Broughton St Mary's, Edinburgh
30TH OCT	7PM - The British Library, London

[Learn more](#)

About TJ

TJ KLUNE is the #1 New York Times and #1 USA Today bestselling, Lambda Literary Award-winning author of *The House in the Cerulean Sea*, *Under the Whispering Door*, *In the Lives of Puppets*, the *Green Creek Series* for adults, the *Extraordinaries Series* for teens, and more. Being queer himself, Klune believes it's important—now more than ever—to have accurate, positive queer representation in stories.

[Learn more](#)



Diseño de Home de sitio web de TJ Klune.

Saga Green Creek

By TJ Klune

ABOUT THIS SAGA

On the occasion of the tenth anniversary of its publication, this special edition of the Green Creek saga celebrates the story that captivated thousands of readers around the world. For the first time, it includes *Song of the Wild*, an unpublished volume that brings together the three short stories the author originally released on his website.



Animated Teaser

Watch the teaser and discover this special anniversary edition brought to life through design.

[Watch the Teaser](#)



Animated Trailer

Return to Green Creek.
A new visual interpretation of a beloved story.

[Watch the trailer](#)

Diseño pestaña dedicada a la saga de Green Creek.

Realización - 120

Official collection



Press Kit

\$10.00

[Buy Now](#)



Saga with packaging

\$10.00

[Buy Now](#)



Totebag

\$10.00

[Buy Now](#)



T-shirt

\$10.00

[Buy Now](#)



Glass Cup

\$10.00

[Buy Now](#)



Mug

\$10.00

[Buy Now](#)



Book Bags

\$10.00

[Buy Now](#)



Wood Support

\$10.00

[Buy Now](#)



Bookmark

\$10.00

[Buy Now](#)

© 2026 TJ Klune. All Rights Reserved

[Instagram](#) [TikTok](#) [YouTube](#) [Twitter](#)

Diseño pestaña dedicada a la compra de material promocional.

4.1.6 OBJETOS PROMOCIONALES

Para este proyecto se diseñaron una cantidad de objetos que ayudarán en el antes, el durante y el después del evento planteado.

Para el antes estos objetos serán enviados en forma de regalo dentro del Press Kit a aquellos influencers con los que la editorial trabaja, son aquellos usuarios de instagram que reciben el material inédito y que hacen una pequeña reseña del libro invitando a sus seguidores a leer la historia.

Para el durante, estos objetos serán exhibidos en el stand promocional ubicado en el complejo de la Feria del Libro, luego del lanzamiento de la saga, de la reproducción de los videos y la presentación del autor se invitará a todos los presentes a recorrer y comprar los estos objetos oficiales de la saga.

Y para el después, una cantidad limitada de stock será publicada en los sitios web dándole oportunidad a aquellos fans que no pudieron asistir al evento de que puedan adquirir estos objetos. El hecho de que la cantidad sea limitada le sube mucho el valor y la importancia a tenerlos ya que es una edición coleccionable y disponible por tiempo limitado.

Para el diseño de los packaging de los objetos promocionales se inspiró en las ilustraciones de las cubiertas, siguiendo con el mismo sistema de positivo y negativo. Por lo tanto, la parte del envase que es rígida, que cumple con el rol de proteger, tiene un diseño en negativo con fondo negro y la parte informativa del envase se encuentra en formato de faja, que alude a la sobrecubierta de los libros, en esta parte se puede ver el nombre de cada objeto, sus características, usos y cuidados. De esta forma la experiencia del usuario se potencia mucho más ya que tiene un tiempo más prolongado de interacción con el packaging.

Al tener una gran cantidad de objetos, se pensó que cada uno de ellos respondiera los dibujos y colores de uno de los libros, por lo tanto el que se complementa con colores amarillos tendrá el diseño del primer libro, y así con todos los demás.

Los objetos diseñados son:

- Remera de algodón manga corta
- Taza de cerámica
- Vaso de vidrio
- Señalador de página
- Soporte de madera
- Bolsa de lienzo chica
- Totebag de lienzo
- Stickers



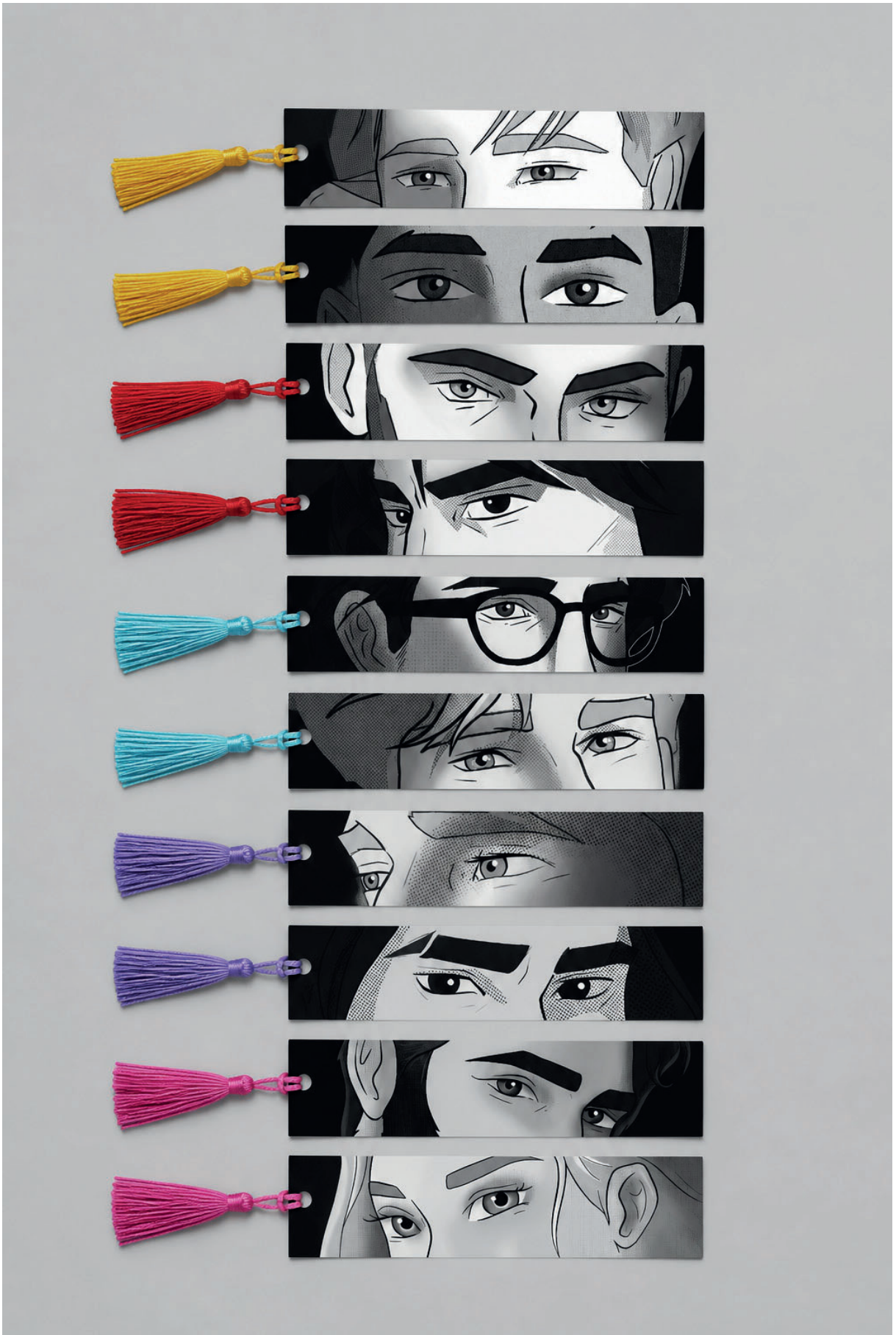
Remera de algodón.



Taza de cerámica y vaso de vidrio con sus respectivos packagings.



Sujetador de madera y su packaging.



Marcapáginas personalizados para cada libro, los adornos responden a los colores de cada uno de los libros.



Frente de bolsas de lienzo para guardar libros



Dorso de bolsas de lienzo para guardar libros, el color y el dibujo de cada una de ellas las relaciona con uno de los cinco libros de la saga.



Bolsa grande de lienzo.



Stickers de vinilo con tinta UV.

Press Kit y Press Book

En este proyecto se le denomina Press kit a aquel paquete que le llegará a los influencers y que contiene una selección de los objetos promocionales y el primer libro de la saga, acompañado por el Press book, una pieza editorial con información de gran relevancia para que los influencers armen el guión de sus videos, contiene los datos sobre el proyecto, una sinopsis de la historia y los personajes principales; un pequeño resumen de quien es el autor y sus obras y premios más importantes; así como de la editorial. De esta forma se les proporciona con información pertinente y correcta.

El diseño del Press Kit sigue la misma dinámica que el packaging de los objetos promocionales: una caja negra, recubierta con una faja rígida blanca ilustrada que contiene el logo de la saga y de la editorial y una frase que sirve como anclaje para el video. Dentro se encuentra el Press Book en formato carta bajo la frase “Para ti querido lector” dentro contiene cinco flashcards, diseñada con ilustraciones e imágenes presentes en los libros. Este formato está diseñado como un guiño a las cartas que luego encontrará el lector dentro de los libros.

Packaging para saga

El diseño del packaging de la saga fue concebido como una pieza contenedora que no solo protegiera los libros, sino que también funcionara como una extensión del universo visual del proyecto. Para ello, se desarrolló una ilustración envolvente que recorre todas las caras de la caja, generando una composición continua que acompaña el recorrido visual del objeto.

La ilustración representa un olmo, símbolo presente a lo largo de toda la historia y asociado directamente a la familia Bennett. Este fue trabajado en negativo, utilizando un fondo negro con el dibujo en blanco, buscando generar un fuerte contraste respecto a las sobrecubiertas de los libros y otorgarle al packaging una identidad propia dentro del sistema gráfico.

La pieza fue materializada en cartón maquetero de 3 milímetros de espesor, seleccionado por su resistencia estructural y su capacidad para proteger correctamente los libros durante el transporte y la manipulación. Exteriormente, el packaging se encuentra forrado en vinilo adhesivo mate impreso con tintas UV, acabado que aporta mayor durabilidad y una terminación visual más refinada.

La cara frontal del packaging permanece abierta, decisión pensada para que el contenedor pueda exhibirse en bibliotecas o estanterías permitiendo apreciar los lomos ilustrados y los distintos colores de los libros aun cuando se encuentran guardados dentro de la caja.

Además, en ambos laterales se incorporaron muescas caladas que facilitan la extracción de los ejemplares de manera más cómoda y sencilla para el lector. En el interior, el packaging se encuentra revestido con un patrón de hojas de olmo desarrollado bajo el mismo estilo gráfico utilizado en las piezas audiovisuales del teaser y el tráiler, reforzando así la coherencia visual entre todas las piezas que conforman el proyecto.



Contextualización packaging de saga.

Stand promocional

Este espacio será el lugar donde se desarrollarán las distintas actividades del evento, entre las cuales se encuentran el lanzamiento oficial de los libros, la primera reproducción con audiencia de los videos promocionales animados, y la charla de T.J. Klune con posterior firma de libros. Además, es el sector donde todos los fanáticos de la saga podrán adquirir los objetos promocionales.

El diseño del stand está planteado de tal manera que no solo permite identificar la saga y al autor, sino también a la editorial como productora y financiadora del proyecto. El espacio será materializado por On Promotion, empresa de diseño y construcción de stands promocionales a la que la editorial terceriza este tipo de trabajos. Está concebido de forma desmontable, lo que permite su ensamblaje en las distintas locaciones del LATAM Tour.

El stand cuenta con una fachada llamativa que invita a ingresar a un espacio amplio y acogedor. En ella se puede ver el logo de la saga en letras corpóreas y una pantalla, ubicada a la altura del observador, donde se reproduce una breve animación en loop con el itinerario de cada jornada en la que el stand permanecerá en la Feria del Libro.

En el interior, se dispone un espacio amplio con capacidad para 40 personas, donde se exhiben los libros y los objetos promocionales, junto a un pequeño mostrador destinado a la venta. Estos elementos están organizados de manera tal que permiten una circulación fluida y, al mismo tiempo, facilitan la firma de libros sin obstruir el paso.

Por último, en la parte posterior del stand se ubica un mesón reservado para los disertantes que presenten el proyecto y para que el autor realice la firma de libros. Detrás de este se encuentra una pantalla de gran tamaño donde se reproducirán los videos animados. Ambas pantallas están ubicadas estratégicamente para que todas las personas presentes puedan visualizar el contenido. En particular, la pantalla exterior cumple la función de enfocar al autor o a los disertantes mientras hablan, permitiendo que quienes se encuentren fuera del stand puedan seguir la actividad y conocer lo que sucede en su interior.



*Axonometría de stand promocional
para Feria del Libro.*



Vista frontal.



Interior del stand.

4.1.7 TEASER Y TRAILER

Dentro del proyecto, estas dos piezas audiovisuales responden a las nuevas necesidades que surgen en la etapa de promoción. En los últimos años, la tendencia de los lectores y fanáticos a crear sus propias interpretaciones de los personajes (fanarts) y sus propias versiones del universo literario propuesto por los escritores ha llevado a las editoriales a desarrollar piezas gráficas que dialoguen con estas prácticas, sobre todo cuando se trata de historias y personajes altamente reconocidos.

Por otro lado, las dinámicas actuales de las redes sociales, donde la mayor parte del contenido se comunica a través de videos, han impulsado a que gran parte de la promoción recaiga en el formato audiovisual. Estas piezas permiten mostrar fragmentos de la historia en los que los lectores pueden finalmente conocer a sus personajes favoritos. Este vínculo se consolida cuando acceden a los libros y encuentran representaciones ilustradas que acompañan las descripciones originales.

Además, este material responde a la necesidad de generar contenido gráfico que no esté producido mediante inteligencia artificial. En la actualidad, es cada vez más frecuente encontrar piezas realizadas con estas herramientas en distintos ámbitos de la vida cotidiana: cartelería urbana, identidades de marca, publicidades en redes sociales, fotografías, memes, entre otros. En este contexto, el ojo humano se enfrenta a una constante tensión entre lo real y lo artificial. Frente a esto, el proyecto propone revalorizar el trabajo hecho a mano, reivindicando la animación tradicional como una alternativa significativa dentro de las estrategias de promoción.



*Acceder al QR para ver los videos
promocionales animados.*

4.2 INFORME TÉCNICO

Sobrecubiertas

Las sobrecubiertas fueron diseñadas como piezas fundamentales dentro del sistema gráfico del libro, combinando criterios estéticos y técnicos para garantizar su calidad y durabilidad. Se producen en papel obra de 120 gramos, un soporte que ofrece buen rendimiento en impresión y una adecuada resistencia para su manipulación.

Para reforzar la estructura de la pieza y prolongar su vida útil, cada sobrecubierta cuenta con un plastificado mate. Este acabado no solo aporta una terminación visual más cuidada, sino que también protege la superficie frente al desgaste, evitando que el material se cuartee con el uso.

La impresión se realiza con tintas de alta calidad, seleccionadas específicamente para asegurar la estabilidad del color y su permanencia en el tiempo, manteniendo la fidelidad de la propuesta gráfica.

En cuanto a sus dimensiones, las sobrecubiertas presentan un formato de 46 × 210 cm, adaptado a las características del libro. Además, cada diseño contempla un área de resguardo, lo que permite prever posibles ajustes o imprevistos durante el proceso de producción, asegurando un perfilado limpio y preciso en el acabado final.

Cubiertas

Las cubiertas de tapa dura del libro fueron concebidas para ofrecer resistencia, durabilidad y una experiencia táctil de calidad. Están materializadas con un vinilo de alta calidad, seleccionado por su capacidad de adaptarse correctamente a la estructura rígida del soporte hecha de cartón maquetero de 3 milímetros.

La gráfica se aplica mediante ploteo con tintas UV, un sistema que no solo garantiza una excelente definición y fidelidad del color, sino que también genera sutiles texturas en la superficie, aportando un valor sensorial adicional al objeto. Este tipo de impresión se destaca por su alta resistencia, lo que contribuye a una mayor durabilidad de la pieza a lo largo del tiempo. Además, se trata de un material lavable, lo que facilita su cuidado y refuerza su condición de producto perdurable frente al desgaste.

En cuanto a sus dimensiones, las tapas presentan un formato de 155 × 210 mm, mientras que los lomos poseen anchos variables, definidos en función del grosor de cada cuadernillo de cada libro.

Cuadernillos

Los cuadernillos interiores fueron diseñados priorizando la legibilidad y la funcionalidad. Están realizados en papel obra de color natural, una elección que favorece el contraste con la tipografía y mejora la comodidad de lectura. Se utiliza un gramaje de 70 gramos, lo que permite reducir el grosor total del bloque sin comprometer la calidad del soporte.

El diseño interior se estructura a partir de una retícula de manuscrito, con un margen interno de 25 mm, un margen externo de 15 mm y márgenes superior e inferior de 20 mm. Esta configuración busca optimizar la lectura y generar un equilibrio visual en la composición de cada página. Todas las páginas cuentan con foliado centrado en el margen inferior, con excepción de aquellas consideradas especiales o con presencia de imágenes, como el índice, el colofón y la hoja de legales. Asimismo, en la esquina superior de las páginas impares se incorpora un encabezado con el nombre del libro, facilitando la navegación del contenido.

El sistema de encuadernación combina técnicas artesanales e industriales: los cuadernillos están cosidos a mano con aguja e hilo de algodón, lo que aporta mayor resistencia estructural. A su vez, se refuerzan mediante el uso de cola vinílica y gasa de algodón, evitando posibles desprendimientos o roturas con el uso.

En cuanto a sus dimensiones, cada cuadernillo mide 150 × 195 mm y es perfilado mediante guillotina industrial, garantizando un acabado prolijo y preciso.

Para la unión entre el bloque interior y las cubiertas se emplean hojas de guarda, realizadas en papel obra de 300 gramos con acabado brillante. Estas no solo cumplen una función estructural, sino que también aportan solidez y continuidad estética al conjunto del libro.

Cartas

Las cartas se integran como piezas complementarias dentro del libro, tanto desde lo narrativo como desde lo material. Los sobres están realizados en papel obra de 150 gramos, con una ligera textura y un tono crema que armoniza con el color de las hojas del cuadernillo, generando continuidad visual en el conjunto.

Para su incorporación al interior del libro, los sobres se adhieren al cuadernillo mediante cinta bifaz fina. Este recurso permite una fijación segura sin recurrir a adhesivos húmedos, evitando así posibles deformaciones o daños en el papel.

En cuanto a las hojas de las cartas, estas se producen en papel tipo libro con acabado mate. Se caracterizan por su bajo gramaje, lo que les otorga una apariencia liviana y delicada, sin llegar a ser translúcidas.

Afiches

La estrategia de comunicación en vía pública contempla la producción de distintas piezas gráficas adaptadas tanto al entorno urbano como al tipo de público. Para ello, se definieron tres formatos principales: banderas, afiches horizontales tamaño séxtuple y afiches verticales A1, cada uno con características específicas según su función y ubicación.

Los carteles tipo bandera están pensados para su colocación en postes y estructuras urbanas, las banderas presentan un formato vertical de 40 × 80 cm que permite una lectura ágil en movimiento. Se producen en materiales resistentes a la intemperie, como lona o PVC flexible, lo que garantiza su durabilidad frente a factores climáticos como la lluvia, el sol y el viento. Su función principal es captar la atención del público peatonal y transmitir el mensaje de forma directa y efectiva.

Los afiches horizontales tamaño séxtuple están destinados a vallas publicitarias, estos afiches se imprimen en papel obra de 70 g y se adhieren directamente a la superficie mediante pegado. Su formato horizontal y de gran escala está diseñado para asegurar la visibilidad a larga distancia, tanto para peatones como para conductores. El diseño prioriza la legibilidad, mediante el uso de tipografías claras y colores contrastantes. Además, el sistema de impresión y colocación permite una renovación periódica, manteniendo la comunicación actualizada.

Afiches verticales tamaño A1 serán ubicados en puntos estratégicos de la ciudad, estos afiches se presentan en formato A1 y se colocan en estructuras con protección de vidrio, lo que resguarda la pieza de las condiciones climáticas y posibles daños. Se imprimen en papel ilustración de 120 g, favoreciendo una buena calidad visual. El diseño se centra en la síntesis y claridad del mensaje, permitiendo una lectura rápida por parte del público.

Objetos promocionales

El sistema de objetos promocionales fue diseñado para acompañar y expandir la identidad del proyecto, combinando funcionalidad, durabilidad y coherencia estética en cada pieza. En primer lugar, se encuentra la remera de algodón negro, de manga corta, intervenida con un estampado realizado mediante técnica DTF aplicado con calor. Este sistema se caracteriza por su alta definición y resistencia al lavado, permitiendo conservar los colores y detalles del diseño a lo largo del tiempo.

El vaso de vidrio, por su parte, retoma la paleta cromática del primer volumen. Se trata de una pieza translúcida, apta tanto para bebidas frías como calientes, y compatible con el uso en microondas. Cuenta con una tapa hermética y un pico rebatible que facilita su uso. El diseño se aplica mediante vinilo transparente con tintas UV, lo que asegura durabilidad y una correcta adherencia sin interferir en la transparencia del material.

La taza de cerámica presenta un diseño envolvente aplicado mediante sublimación, técnica que permite una integración completa de la gráfica sobre la superficie. Es resistente a temperaturas tanto frías como calientes y apta para microondas, lo que la convierte en un objeto funcional para el uso cotidiano.

Para el vaso y la taza se desarrolló un packaging rígido, realizado en cartón maquetero y forrado con vinilo adhesivo impreso con tintas UV. Este sistema protege adecuadamente las piezas, evitando daños durante su manipulación y transporte. A su vez, el packaging se complementa con una faja de papel obra blanco, plastificada en acabado mate, que contrasta con el soporte rígido negro y permite incorporar información relevante sin perder legibilidad ni calidad visual.

Los señaladores de página están realizados en papel ilustración de 400 gramos, lo que les otorga la rigidez necesaria para un uso prolongado. Cada uno se complementa con un colgante en el color correspondiente a cada libro, facilitando su identificación y mejorando su visibilidad cuando el libro se encuentra cerrado.

Los soportes de madera fueron producidos en distintas variedades —pino, algarrobo y cedro— con el objetivo de generar una diversidad de tonos naturales. Cada pieza se encuentra protegida con una capa de cera de abeja, que realza la textura y contribuye a su conservación. Su packaging consiste en una cartulina forrada plegada, acompañada por una faja similar a la utilizada en la taza y el vaso, manteniendo coherencia en el sistema.

Las bolsas están confeccionadas en lienzo con poliéster y cosidas con hilo de algodón, lo que garantiza resistencia en su uso. Las versiones de menor tamaño incorporan un sistema de cierre mediante hilo de poliéster trenzado. La gráfica se aplica mediante técnica DTF, lo que permite conservar un alto nivel de detalle en la impresión.

Por último, los stickers están realizados en vinilo adhesivo mate con impresión en tintas UV y corte de precisión, asegurando una buena adherencia y durabilidad en los acabados.

Press kit y press book

El press kit fue diseñado como una pieza de presentación robusta, pensada para proteger adecuadamente su contenido durante el transporte y la manipulación. Su estructura se compone de una doble capa: una base de cartón maquetero combinada con cartón corrugado, lo que no solo incrementa la resistencia del conjunto, sino que también aporta mayor espesor y una presencia más sólida y elegante.

La faja rígida que acompaña el press kit está realizada únicamente en cartón maquetero de 3 mm, manteniendo coherencia material con el resto del sistema, pero con una estructura más liviana.

En cuanto a los acabados, todo el exterior se encuentra forrado con vinilo adhesivo mate impreso con tintas UV, lo que garantiza una alta calidad visual y una buena resistencia al desgaste. El interior, por su parte, está revestido con papel obra de 120 gramos, aportando prolijidad y continuidad estética en el contacto directo con las piezas.

Por otro lado, el press book se materializa a partir de un sobre de papel obra de 120 gramos, de terminación lisa y color blanco en su exterior. En contraste, su interior presenta un estampado en negro con motivos vegetales, generando un efecto visual distintivo al momento de su apertura.

Las tarjetas incluidas en el press book están realizadas en papel ilustración de 200 gramos y organizadas mediante una retícula de dos columnas. En ellas se integran las tipografías e ilustraciones desarrolladas para el sistema, asegurando coherencia gráfica y claridad en la presentación de la información.

Stand promocional

El stand promocional fue concebido como un espacio expositivo de gran impacto visual, con dimensiones de 7 × 4 metros y una altura de 3 metros. Su diseño prioriza la modularidad y la facilidad de transporte, permitiendo su armado y adaptación en distintas sedes.

La estructura principal está realizada en caño con sistema de encastrés, lo que facilita el montaje y desmontaje. Para los cerramientos se optó por placas livianas, como Durlock o, alternativamente, placas de MDF, que ofrecen una mejor terminación superficial y mayor resistencia en el uso reiterado. Los pisos se resuelven con sistema vinílico tipo clic, una opción práctica, resistente y de rápida instalación. La elección acotada de materiales no solo optimiza costos, sino que también contribuye a una estética uniforme y coherente en todo el espacio.

En cuanto a la gráfica, los laterales del stand están intervenidos con vinilo adhesivo impreso, asegurando una correcta aplicación y durabilidad. Los carteles principales se resuelven mediante letras corpóreas de polifán retroiluminadas, generando volumen y jerarquía visual dentro del espacio. Estas piezas se complementan con dos pantallas tipo LED destinadas a la reproducción de contenido audiovisual, mejorando la experiencia de todo el público.

El mobiliario interior está construido en madera de pino con acabado barnizado en tonos oscuros y cálidos, combinado con estructuras de caño cuadrado negro. Esta combinación material aporta solidez y mantiene coherencia con el lenguaje general del stand.

4.3 CONTEXTUALIZACIÓN



Packaging y objetos promocionales.



Packaging y libros.



Packaging y libros.



Libros y objetos promocionales.



Libros y sobres de cartas.



Material interactivo de libros.



Bolsas de lienzo para libros.



Bolsas de lienzo para libros.



Objetos promocionales.



Objetos promocionales.



Objetos promocionales y Press kit.



Press book.

5. AGRADECIMIENTOS

Y acá estamos, encarando el final.

Inevitablemente, me pongo a reflexionar, a pensar todo el recorrido transitado y en aquellos que lo hicieron conmigo, a quienes me dieron su apoyo, risas, a quienes me acompañaron en llantos y puteadas; esta parte es para ustedes.

Para empezar, quiero agradecer a mi casa de estudios, a la UNSJ y a la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño, que me dio la posibilidad de emprender este viaje, de capacitarme y de rodearme de gente que atravesó profundamente mi vida. A todos los profesores con los que tuve el gusto de tener como maestros, que me ayudaron a abrir las fronteras y enseñarme nuevos universos, ya que por ellos hoy veo el mundo diferente.

A la cátedra de taller IV, por guiarme en este proyecto, ya que sin ellos esto no sería posible. A Charly Fernandez por ser mi asesor externo en este proyecto y guiarme en cada ratito libre. A Quique, Anita y Romi, por enseñarme de vocación y empeño. A Emilia Drazic por su ayuda y su magia en renders.

Este logro lo comparto también con mis compañeros y amigos. Las tardes de estudio, las noches de diseñar en la compu antes de una entrega y la cursada de todos los días no hubieran sido lo mismo sin ustedes, y por eso les doy gracias. A Clara Bravo, que en su infinita amistad me acompañó desde el primer día y en este proyecto ha sido fiel partícipe y una actriz de primera; y a Sol Rodriguez que

Pero a quienes más tengo que agradecer es a mi familia. A mi papá, Jorge, por ser un pilar en mi vida. Por tu apoyo incondicional y la ferocidad para defenderme siempre, no importa qué. Por todas las piezas y diseños innovadores que me haces para los proyectos más locos que te traigo, por una tarde en el taller cantando un tango.

A mi hermana Leticia, porque es mi confidente y mi aliada, quien, no importa la hora, siempre atiende esa llamada para tomarme lección antes de un examen y me pregunta todo mil veces.

A Emiliano, porque sin él esto no sería posible, mi compañero que se presta para todas mis locuras, escuchar mis historias descabelladas y el que me llevaría hasta el fin del mundo para perseguir lo que quiero. Me faltan palabras para agradecerte por todo lo que aportaste a este proyecto.

A toda mi familia, primos, tíos y abuelos, ustedes son mi mundo entero, y este logro también es gracias a ustedes.

A Poupe y Eduardo, que me miran desde el cielo, pero sé que me acompañan a cada paso. Y a mi nueva familia, especialmente a Analía, que estuvo al pie del cañón para todo lo que necesité.

Especialmente a mi mamá, Eugenia: empecé este camino de tu mano y hoy te siento presente más que nunca. Fuiste vos la que desde chiquita me enseñaste a amar el arte, el cine, la música y los libros, a cuestionarlo todo, desarmarlo y armarlo de nuevo, y es gracias a vos que hoy estoy donde estoy. Siempre vas a ser mi faro, esa luz que quiero tener siempre cerca, te amo para siempre.

A todos ustedes, gracias, porque me han llevado muy lejos y lo que más quiero seguir compartiendo lo que viene con ustedes.

6. BIBLIOGRAFÍA

1. Que cambia en una reedición (2023) <https://concentra.com.ar/que-cambia-en-un-libro-de-una-edicion-a-otra/>
2. Atreyu. La fantasía y sus subgéneros explicados (2025) <https://fronterasdefantasia.com/la-fantasia-y-sus-subgeneros-explicados/>
3. Mariana Enaguas. Diferencia entre edición y reimpresión. (2019) <https://marianaeguaras.com/diferencia-entre-edicion-y-reimpresion-en-los-libros/>
4. Yolanda Galiana. Retellings: qué son y algunos de los libros más conocidos. (2021) <https://www.lecturalia.com/blog/2021/05/04/retellings-que-son-y-algunos-de-los-libros-mas-conocidos/>
5. Judith Vives Retelling: que es y que libros han sido adaptados. (s.f.) <https://www.planetadelibros.com/blog/actualidad/15/articulo/retelling-libros>
6. Raúl Alcantarilla. Tres formas de clasificar los subgéneros de la literatura fantástica (2021) <https://raulalcantarilla.com/subgeneros-literatura-fantastica/>
7. Wikipedia. Fantasy cartography (2026) [Cartografía fantástica - Wikipedia, la enciclopedia libre](#)
8. Dr. Lee Carroll. Visual and Literary Description of Fantasy Subgenres. (2019) https://galaxypress.com/visual-and-literary-description-of-fantasy-subgenres/?utm_source=chatgpt.com
9. Galiana Mohammed. POPULAR DESIGN ELEMENTS IN YOUNG ADULT FANTASY BOOK COVER DESIGN. (2020) https://www.torontomu.ca/gcm/images/Community/Thesis/2020/MOHAMMED-FANTASY.pdf?utm_source=chatgpt.com
10. Wikipedia. Fantastic Art. (s.f.) [Arte fantástico - Wikipedia, la enciclopedia libre](#)
11. Epic Games. Remakes y remasterizaciones de videojuegos: ¿Qué son y por qué se hacen? (2025) <https://store.epicgames.com/es-ES/news/video-game-remakes-vs-remasters-what-are-they-why-do-they-happen>
12. Juan Ríos. La diferencia entre remake, remaster y reboot en los videojuegos (2023) <https://www.infobae.com/tecnologia/2023/03/21/la-diferencia-entre-remake-remaster-y-reboot-en-los-videojuegos/>
13. LA 100. 20 años de Sin Restricciones. (2023) https://la100.cienradios.com/musica/se-cumplen-20-anos-de-sin-restricciones-el-album-de-miranda-que-revoluciono-el-pop-argentino/?utm_source=chatgpt.com
14. Editorial Hydra por Guiomar Manso. Trono de cristal- Edición especial. (2024) https://www.editorialhidra.com/libro/trono-de-cristal-edicion-especial-limitada-156990/?utm_source=chatgpt.com
15. Mariel Zani. La saga de “Trono de cristal” tendrá ediciones especiales en tapa dura (2024) https://www.diariovivo.com/la-saga-de-trono-de-cristal-tendra-ediciones-especiales-en-tapa-dura/?utm_source=chatgpt.com

16. Carly Tagen-Dye. Sunrise on the Reaping Is Getting a Collector's Edition — See the Details! (Exclusive). (2025) https://people.com/sunrise-on-the-reaping-collectors-cover-reveal-exclusive-11737676?utm_source=chatgpt.com
17. Scholastic. Scholastic to Publish Collector's Edition of Sunrise on the Reaping. (2025) https://www.scholastic.com/newsroom/all-news/press-release/scholastic-to-publish-collector-s-edition-of--sunrise-on-the-rea.html?utm_source=chatgpt.com
18. On Promotion sitio web: <https://onpromotion.com.ar/>
19. VR Editoras sitio web: <https://vreditoras.com.ar/nosotros/>
20. MD Pajedrez. Press kit: la herramienta esencial para promocionarte. (s.f.) <https://www.google.com/url?q=https://mdpajedrez.com/press-kit-la-herramienta-esencial-para-promocionarte/&sa=D&source=docs&ust=1777560254567001&usg=AOvVawoy5xEgTbt914jcEXK8F2T7>
21. El País. ¿Que son las Guías / Pressbooks?. (2021) <https://archivocine.com/index.php/material/guias-pressbooks>
22. Florencia Ucha. Definición de Teaser. (2012) <https://significado.com/teaser/>
23. EDU.LAT. Que es el trailer. (2015) <https://definicion.edu.lat/significados/trailer.html> Tecleo. El booktrailer: tipos, ejemplos, plataformas y guion. (2015) [El booktrailer: tipos, ejemplos, plataformas y guion - Cómo se hace - techleo](#)
24. CUATRO+D. Stand promocional de VR Editoras. (2018) https://www.cuatromasd.com/proyectos/9-111-stands-diseno-construccion-vyr-feriadellibro2016.htm?utm_source=chatgpt.com
25. Perfil de Facebook de VR Editoras. https://www.facebook.com/media/set/?set=a.1652425104772635&vanity=vreditoras&utm_source=chatgpt.com
26. Hugo soy. Definición del Diseño Editorial. (2025) https://hugosoy.com/definicion-del-diseno-editorial/#google_vignette
27. Gabrielle Mota. ¿Qué es el diseño editorial y en qué consiste? (2023) <https://ebac.mx/blog/diseno-editorial>