



 **PUCE** | DISEÑO GRÁFICO

Diseño de portadas persuasivas
y diorama de exposición para
incentivar la adquisición de una
colección de libros enfocada en
leyendas del Ecuador

Autor
Esteban Andres Caiza Marcayata

Febrero 2025

Tutora
Ing. Andrea Rivadeneira Cofre, Mtr.

RESUMEN

El proyecto aborda una problemática identificada en la comercialización y promoción de la literatura ecuatoriana. Históricamente, se ha desestimado la importancia del trabajo visual al momento de posicionar libros nacionales en el mercado, lo que ha derivado en una progresiva pérdida de interés por parte de los consumidores. En la actualidad, los libros nacionales enfrentan un mercado lleno de propuestas visualmente atractivas, no cuentan con espacios de exposición adecuados y tienen una percepción negativa por parte de los clientes, quienes los consideran productos poco atractivos o enfocados solo a niños.

Con base en esta situación, el objetivo del proyecto radica en mejorar la competitividad del libro ecuatoriano a nivel gráfico por medio del diseño de persuasión, para esto se toma como base una colección de libros existentes que abordan un tema culturalmente relevante: las leyendas ecuatorianas. El proyecto se enfocó en el rediseño de sus cubiertas, con el objetivo de hacerlos más atractivos y competitivos a nivel comercial, así como de establecer una conexión más significativa con un público maduro. Además del rediseño, se desarrolló un diorama de exhibición único para estos libros, otorgándoles mayor presencia en las librerías e incentivando a los clientes a dedicarles más tiempo de atención. De esta manera se genera una experiencia completamente diferente en la exhibición de libros nacionales. Este enfoque permite distanciarse de ediciones desactualizadas y brinda a estos textos una nueva vida como productos dirigidos a un público más adulto.

ABSTRACT

The project addresses a problem identified in the marketing and promotion of Ecuadorian literature. Historically, the importance of visual work has been underestimated when positioning national books in the market, which has resulted in a progressive loss of interest on the part of consumers. Currently, national books face a market full of visually attractive proposals, they do not have adequate exhibition spaces and have a negative perception by customers, who consider them as unattractive products or focused only on children.

Based on this situation, the objective of the project is to improve the competitiveness of the Ecuadorian book at the graphic level through persuasive design, using as a basis a collection of existing books that address a culturally relevant topic: Ecuadorian legends. The project focused on the redesign of their covers, with the objective of making them more attractive and commercially competitive, as well as establishing a more meaningful connection with a mature audience. In addition to the redesign, a unique display diorama was developed for these books, giving them greater presence in bookstores and encouraging customers to devote more time to them. This generates a completely different experience in the exhibition of national books. This approach allows us to distance ourselves from outdated editions and gives these texts a new life as products aimed at a more adult audience.



AGRADECIMIENTO

A mi madre y a mi padre, por su apoyo incondicional, su ternura, su cariño y amor.

A mis abuelos Juan y Olga, por recibirme en su hogar cuando lo necesite, dándome todo su amor y tiempo.

A mi abuela Esperanza y mi abuelo Luis, por estar siempre pendientes de mis progresos, incluso si uno de ellos ya no puede estar conmigo hoy.

A mis amigas Sara, Emilia y Gabriela por ser mis constantes fans y darme su mano siempre que lo necesite.

A todos los demás miembros de mi familia que no puede nombrar aquí pero siempre se preocupan por mí.

Finalmente, a mí, por mantenerme fiel a lo que siempre quise y por lo que logré, por un futuro más emocionante, haz que mi corazón baile más.



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

| | |
|--------------------------------|----|
| 1.1 Antecedentes | 7 |
| 1.2 Hipótesis de trabajo | 11 |

1. DESCRIPCIÓN DEL CASO Y DIAGNÓSTICO

| | |
|---|----|
| 2.1 Presentación del caso | 12 |
| 2.2 Diagnóstico del caso | 14 |
| 2.3 Caracterización del usuario | 22 |
| 2.4 Análisis tipológico | 24 |
| 2.5 Definición del problema gráfico | 29 |
| 2.6 Requerimientos del proyecto..... | 30 |

2. DESARROLLO

| | |
|---|----|
| 2.1 Generación de la idea y exploración de la forma | 33 |
| 2.2 Evaluación del concepto y estilo gráfico | 43 |
| 2.3 Desarrollo del prototipo..... | 47 |
| 2.4 Detalles técnicos y de producción..... | 69 |
| 2.4. Evaluación de la propuesta | 79 |

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Tabla descriptiva de tipologías..... | 27 |
| Tabla 2. Tabla de presupuesto – 8 meses..... | 77 |
| Tabla 3. Tabla de presupuesto – 3 semanas | 78 |
| Tabla 4. Tabla de presupuesto – Producción y envío de diorama (1 unidad)..... | 79 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Síntesis de árbol de problemas..... | 10 |
| Figura 2. Organización de libros – Sección “Autores ecuatorianos” | 12 |
| Figura 3. Organización de libros – Sección “Infantil” | 13 |
| Figura 4. Organización de libros – Sección “Jóvenes lectores” | 15 |
| Figura 5. Entrada Librimundi – Filas de estanterías | 16 |
| Figura 6. Comparación máscara de diablo ilustrada y máscara real | 18 |
| Figura 7. Análisis del impacto visual de los libros existentes..... | 19 |
| Figura 8. Mapa de empatía sobre jóvenes lectores de 18 a 25 años | 22 |
| Figura 9. Mitos + Leyendas: Mayas..... | 24 |
| Figura 10. Mitos + Leyendas: Mayas | 25 |
| Figura 11. Fundación Quito Eterno..... | 25 |
| Figura 12. Estante móvil - Fideos Toscana | 26 |
| Figura 13. Esquema de vectores de la forma del proyecto | 30 |
| Figura 14. Método asociaciones forzadas..... | 33 |
| Figura 15. Método Volcado de ideas | 34 |
| Figura 16. Aproximaciones gráficas - Parte 1 | 35 |
| Figura 17. Aproximaciones gráficas - Parte 2 | 35 |
| Figura 18. Aproximaciones gráficas - Parte 3 | 36 |
| Figura 19. Concepto - Fantasía enjaulada | 38 |
| Figura 20. Storytelling - Fantasía enjaulada | 38 |
| Figura 21. Concepto - Criaturas invasoras..... | 40 |
| Figura 22. Storytelling - Criaturas invasoras..... | 40 |
| Figura 23. Concepto - Identidad oculta | 42 |
| Figura 24. Storytelling - Identidad oculta | 42 |
| Figura 25. Exploración de la forma - Criaturas invasoras..... | 46 |
| Figura 26. Paleta cromática | 48 |
| Figura 27. Paleta cromática - Muro de piedra | 48 |
| Figura 28. Tipografía Spectral | 49 |
| Figura 29. Tipografía Mulish..... | 50 |

| | |
|---|----|
| Figura 30. Retícula cubierta | 51 |
| Figura 31. Retícula lomo..... | 52 |
| Figura 32. Retícula contracubierta | 52 |
| Figura 33. Bocetos iniciales - Criaturas..... | 54 |
| Figura 34. Bocetos iniciales -Portadas | 55 |
| Figura 35. Propuesta N1 | 56 |
| Figura 36. Propuesta N2 | 56 |
| Figura 37. Propuesta N3 | 56 |
| Figura 38. Cubierta completa Leyendas del Ecuador 1..... | 57 |
| Figura 39. Cubierta completa Leyendas del Ecuador 2..... | 58 |
| Figura 40. Bocetos iniciales del diorama..... | 59 |
| Figura 41. Bocetos criaturas del diorama..... | 60 |
| Figura 42. Arte - Niebla | 60 |
| Figura 43. Arte - Estructura N1 | 61 |
| Figura 44. Arte - Estructura N2 | 61 |
| Figura 45. Arte - Estructura N3 | 62 |
| Figura 46. Bocetos iniciales – Piezas del diorama..... | 63 |
| Figura 47. Planos técnicos y Arte - Monja..... | 64 |
| Figura 48. Planos técnicos y Arte - Tigre..... | 64 |
| Figura 49. Planos técnicos y Arte - Serpiente..... | 65 |
| Figura 50. Planos técnicos y Arte - Mano espectral..... | 65 |
| Figura 51. Diorama y libros | 66 |
| Figura 52. Portada 1 | 67 |
| Figura 53. Portada 2 | 68 |
| Figura 54. Planos técnicos - Portadas | 69 |
| Figura 55. Papel Couche..... | 70 |
| Figura 56. Planos técnicos - Estructura N1..... | 71 |
| Figura 57. Planos técnicos - Estructura N2..... | 71 |
| Figura 58. Planos técnicos - Estructura N3..... | 72 |
| Figura 59. Lámina de cartón corrugado..... | 73 |
| Figura 60. Esquema de ensamblaje..... | 73 |
| Figura 61. Portada de la guía de armado..... | 74 |
| Figura 62. Página 2 de la guía de armado..... | 75 |
| Figura 63. Página 3 de la guía de armado..... | 75 |
| Figura 64. Planos técnicos y arte - Tarjeta con código QR | 76 |
| Figura 65. Proceso de validación con experto | 80 |
| Figura 66. Proceso de validación con comitente..... | 82 |

INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

La lectura es un medio el cual permite desarrollar un gran número de capacidades, desde fomentar el ejercicio mental y la comprensión crítica, hasta perfeccionar nuestro lenguaje y habla (Zeas, 2024), la literatura ha jugado un papel importante en el desarrollo de todas las culturas alrededor del mundo. La encuesta de hábitos lectores, prácticas y consumos culturales (Sistema Integral de Información Cultural [SIIC], 2022), muestra que los ecuatorianos entre los 18 a 34 años leen por iniciativa propia, siendo los textos académicos y de ocio los más consumidos. Esto debería ser un indicador positivo para el consumo de productos literarios nacionales. Sin embargo, al observar la realidad, se evidencia un mercado literario que no logra despegar. En el estudio política nacional de fomento a la lectura, la oralidad y acceso al libro de Ecuador, realizado por el Ministerio de Cultura y Patrimonio, se afirma que “En Ecuador, al igual que en muchos otros países, hay ciertos géneros literarios que históricamente han sido menos representados o excluidos en comparación con otros” (Ministerio de Cultura y Patrimonio [MCYP], 2024, p. 22). Por consiguiente, la producción y consumo de este tipo de obras se reduce cada vez más, lo que provoca un abandono progresivo de la literatura nacional por parte de los mismos ecuatorianos.

A partir de un panorama general, se debe entender la lectura como un ejercicio de consumo cultural. Según el libro *Conceptos clave de la gestión cultural*, la literatura representa una forma de consumo cultural, ya que, el usuario se ve expuesto a experiencias, conceptos e ideas que pueden ser ajenas a su entorno inmediato (Peters T, 2019).

Es importante aclarar que los libros de investigación, de análisis y científicos quedan fuera de este espectro, debido a que su enfoque es más académico y no deja espacio para la interpretación del lector. Para entender mejor el libro como agente cultural, podemos considerar casos de éxito como *Los Miserables*, una novela que ofrece una visión sobre las consecuencias de la revolución y las tragedias de Francia en el siglo XIX; *Mitos y leyendas nórdicos*, un recopilatorio del folclore noruego que ha ganado fama en los últimos años o casos como *Harry Potter*, que introduce a su público a una interpretación británica del concepto de magia. Estos ejemplos confirman la efectividad de la literatura para transmitir mensajes culturales. Sin embargo, mientras algunos libros son consumidos de forma masiva, otros quedan relegados pese a estar en el mismo formato y tratar la cultura de manera similar, estos muchos carecen del impacto necesario para sobresalir entre la competencia.

Al examinar el material literario menos consumido, se analiza la situación de este en Latinoamérica, aquí se encuentra una cantidad impresionante de contenidos, tales como: novelas, registros históricos, poesía, etc. América Latina no ha sido ajena al problema de la falta de consumo; por ende, a lo largo del tiempo, han existido planes que intentaron rescatar la literatura, como en México, donde José Vasconcelos impulsó una de las mayores reformas educativas del país, permitió el acceso a diverso material cultural y literario, otro ejemplo relevante es Gabriel Mistral en Chile, quien elaboró programas enfocados en la educación literaria (Peters, 2019). Pese a estos esfuerzos, este problema persiste,



los factores de su limitado éxito varían dependiendo de cada caso y con la llegada de la globalización, la literatura latinoamericana enfrenta más desafíos al verse obligada a competir con productos extranjeros (Universidad de Guadalajara [UDG], 2019). Se concluye que, pese al crecimiento del interés por la lectura en general, los pocos intentos por mantener el consumo cultural nacional, sumados a la globalización, han provocado una inclinación hacia el consumo de material extranjero, con el paso del tiempo, esta preferencia continúa asentándose en las generaciones posglobalización.

Al profundiza en el análisis de los consumidores, el diario El Día (El Día, 2022), durante la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, publicó un artículo en el cual evidencia que el 60 % de la producción de varias editoriales se destina a literatura para adolescentes y adultos jóvenes, donde establece a las personas entre los 15 y 30 años, como el sector que más adquiere libros. Uxía Prieto, en su artículo Por qué los jóvenes son los que más leen y cómo evitar que ese hábito se pierda (Prieto, 2023), concluye que la industria ha crecido de tal forma que, actualmente, ha llenado el vacío que antes existía entre la literatura “infantil” y la “adulta”, lo que ha desembocado en un mayor consumo de libros por parte de adolescentes y adultos jóvenes. Al continuar con las observaciones de Uxía Prieto, se toma en consideración lo dicho por la psicopedagoga Sylvie Pérez, quien afirma lo siguiente: “hay que separar la lectura obligatoria de la lectura por ocio” tanto en casa como en los colegios, y recuerda que las escuelas son lugares clave para fomentar la lectura y que el hábito no se pierda. “Una de las cosas

que yo creo que hace que los jóvenes cojan el gusto por la lectura es que lean lo que les gusta. En la escuela se puede fomentar con un rato cada día en el que se lea no un libro obligatorio de los que toca leer, que hay que leerlos porque toca, sino que lleven un libro que les guste y que tengan un rato al día para leerlo”, propone Pérez. (Prieto, 2023, párr. 16).

En este punto, surge un aspecto importante: por más interés que se tenga en un determinado tema, concretar el acto de “comprar” requiere un incentivo adicional, algo que motive al usuario a considerar seriamente la adquisición, especialmente si implica sacrificar dinero. Lorenzo Sánchez (2017) en su libro “Jóvenes, publicidad y valores” explora la relación entre el mundo literario con la publicidad, el cómo ha cambiado la percepción del público sobre ciertos temas, condicionando a un progresivo cambio en sus creencias, hábitos y consumo (p. 5). Se concluye que la relevancia del libro “actual” depende, en gran medida, de la manera en que se presenta al usuario, quien actúa como un jurado, comparando cada aspecto del producto en busca de aquel que mejor capture su atención.

Profundizando en la relación entre la industria literaria nacional y este público, se revisan los datos del documento de Política Nacional de fomento a la lectura, la oralidad y acceso al libro de Ecuador (2024), donde se afirma lo siguiente: En relación con las tendencias de consumo por géneros literarios, la Encuesta de Hábitos Lectores Prácticas y Consumos Culturales, nos da varios datos importantes como que el 60% de los niños prefieren la lectura de cuentos, sin embargo,

los libros más recurrentes para sus prácticas lectoras son los de material escolar a lo largo de los años. Esto revela que, en edades tempranas, el estímulo por la lectura está determinado por el modelo de educación formal y no por la posibilidad de acceso a nuevas formas de experiencia sensible. Esto tiene consecuencias directas en los otros segmentos etarios, en los cuales la lectura es abandonada por ser entendida como un recurso exclusivo de un ciclo educativo. (p. 16)

Adicionalmente, se observa una carencia de recursos asignados al desarrollo cultural nacional, lo cual afecta negativamente a la industria editorial del país. Leonardo Parrini(2022), en su artículo Ecuador: producción editorial, aborda la producción literaria en Ecuador, donde los temas de ciencias y tecnología son los de mayor circulación a nivel nacional; sin embargo, este factor no debe considerarse un éxito, dado que estos temas no representan un consumo cultural significativo y se limitan al ámbito académico.

A pesar de iniciativas favorables como la creación del Directorio de aliados de la lectura (Ministerio de Educación [MINEDUC], 2022), un documento que recopila información de individuos y organizaciones civiles comprometidos con la creación de espacios para fomentar la lectura cultural, no existe una investigación gubernamental que evalúe la efectividad de estos programas, lo que deja al descubierto la falta de orientación sobre los tipos de lectura que deben promoverse. La escasez de recursos no solo afecta la investigación, sino también la calidad de los libros y su difusión, lo que deriva

en productos sin promoción ni acabados de calidad. La riqueza cultural del país resulta evidente, pero es necesario analizar qué temas de relevancia cultural se ven más afectados por el bajo consumo y poseen, a su vez, el potencial para revertir esta situación.

La literatura es un área que ha sido abordada de forma errónea en el país; intentar fomentar el interés en la lectura a través de novelas que se enfocan en el análisis psicológico o histórico del país, donde tiende a eliminar la ilusión y creatividad, refuerza el estereotipo de que toda la literatura nacional es similar a “Cumandá”, novela densa y compleja. No obstante, resulta igualmente inadmisibles caer en el conformismo y permitir que casos como Harry Potter acaparen toda la atención; el problema del consumo cultural persiste. Ecuador no se limita a la crítica social, el análisis histórico o los poetas del pasado; el país cuenta con una cultura y folclore que abarca mucho más. El camino adecuado para recuperar terreno consiste en abordar temas más accesibles que, incluso hoy, siguen siendo parte del imaginario colectivo, siendo las leyendas nacionales uno de los más relevantes.

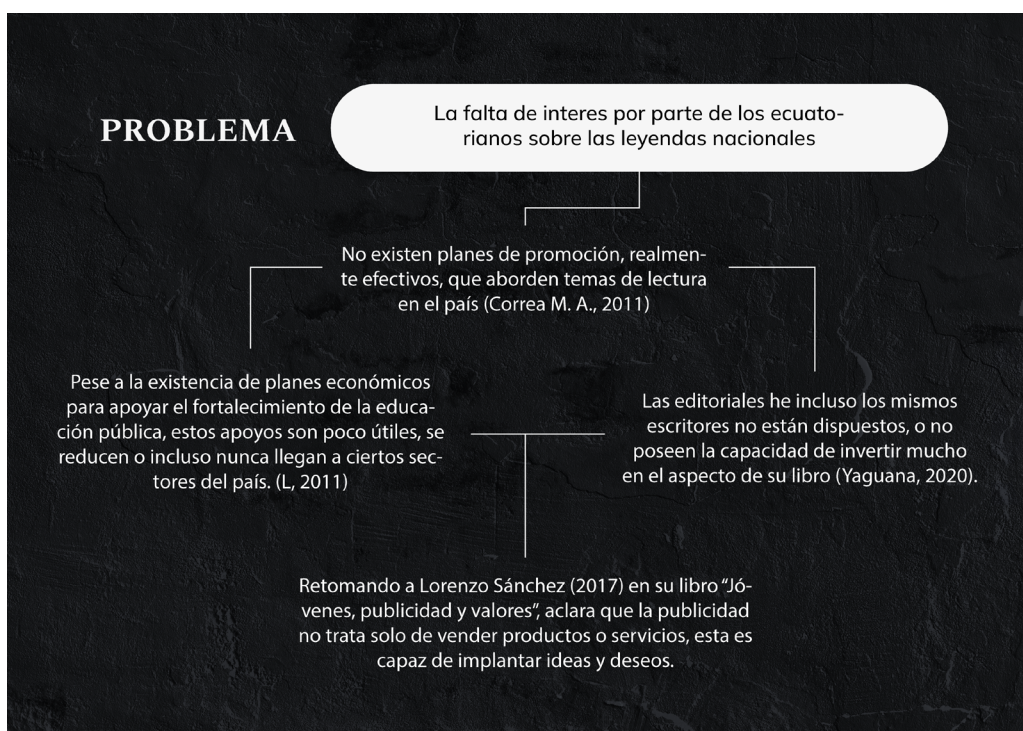
Una vez identificado un tema central, resulta fundamental comprender por qué las leyendas funcionan como un producto cultural de valor. En su trabajo sobre la importancia de las leyendas en la educación, Chinchín Rivadeneira & Moromenacho Chicaiza (2010) afirman que “la leyenda transmite cultura, tradición, costumbres propias de un pueblo” (p. 55), resalta su valor como medio para mantener vigentes muchos saberes ancestrales de nuestro

país. Las leyendas no se limitan a un solo medio, ya que, además de la tradición oral, han pasado a la literatura, lo que evidencia su versatilidad temática, estas contienen referencias a lugares, eventos y elementos míticos y fantásticos que capturan la atención de las personas, transformándose en un referente cultural que va más allá de un simple relato.

En Ecuador, se observan muestras de interés hacia productos de esta temática, como los “Recorridos nocturnos en Quito” organizados por la Fundación Tertulia y Misterio (Turisec, 2022), un proyecto de turismo basado en leyendas donde se recorren espacios de interés en la capital, incluyendo lugares abandonados y cementerios. Otra iniciativa, llevada a cabo por el Distrito Metropolitano, consiste en la organización de eventos culturales,

entre ellos, la narración de leyendas populares de la capital en espacios públicos durante las fiestas de Quito. Considerando todo lo mencionado, se plantea la siguiente problemática: en Ecuador, a pesar de la existencia de material literario que aborda temas de interés cultural, su consumo es mínimo y se encuentra completamente opacado en el ámbito literario. Factores como un mercado más competitivo, la histórica falta de apoyo al desarrollo cultural del país y la escasa inversión en la industria editorial nacional han dado lugar a una situación en la que los libros que tratan temas propios, como las leyendas nacionales, son pocos y no logran competir con material extranjero, lo que provoca que el consumo de esta literatura se diluya, especialmente entre jóvenes y adultos de 18 a 25 años.

Figura 1. Síntesis de árbol de problemas



1.2 Hipótesis de trabajo

Los lectores ecuatorianos muestran poco interés por libros que aborden temas nacionales, lo cual ha repercutido negativamente en la producción y el consumo de estos materiales en el mercado local. Esta situación ha resultado en una progresiva pérdida de espacio para las obras nacionales frente a la competencia extranjera. A través del diseño de persuasión aplicado en la presentación del producto(libro), se dará una percepción del libro más atractiva para los consumidores, fomentando una mejor conexión entre el producto y el usuario, incentivando el consumo de libros de leyendas nacionales y destacándolos dentro del mercado literario.

Objetivo general

Destacar la presencia de productos literarios relacionados a las leyendas y mitos ecuatorianos con el fin de que usuarios de establecimientos como “Librimundi” conecten de mejor manera con el producto y se animen a adquirirlo, rompiendo el paradigma que tienen como productos infantiles o de segunda.

Objetivos específicos

1

Identificar las carencias visuales que provocan la falta de conexión entre los usuarios y los productos literarios de leyendas nacionales.

2

Desarrollar una propuesta gráfica sobre la presentación y exposición de los productos que lo diferencie de propuestas existentes en el mercado.

3

Evaluar el funcionamiento y eficacia de la propuesta a nivel visual e interacción con los usuarios.

1. DESCRIPCIÓN DEL CASO Y DIAGNÓSTICO

2.1 Presentación del caso

Como caso de estudio, se toma la librería Librimundi, una de las cadenas de librerías más grandes de Ecuador, con más de 43 años de trayectoria. El análisis se enfoca en su sucursal ubicada en el centro comercial San Luis Shopping, en Sangolquí. Este establecimiento es uno de los principales puntos de interés para los habitantes de la ciudad interesados en adquirir nuevos libros.

En comparación con otras sucursales de la cadena, esta es la más pequeña, lo que limita el espacio disponible para la exhibición de libros y reduce la cantidad de ejemplares. Por esta razón, se priorizan aquellos títulos que gozan de mayor

popularidad o que cuentan con características visuales llamativas, orientadas a captar la atención del público.

La librería organiza sus productos en varias categorías, tales como colecciones, novedades, historia, entre otras. Una de estas secciones lleva por nombre "Autores ecuatorianos", donde se incluyen libros de diversas temáticas que comparten la característica de ser obras nacionales. En esta sección, Librimundi agrupa varios ejemplares de una misma editorial en una sola repisa, sin embargo, cuando no es posible organizar los ejemplares por editorial, se utiliza un criterio temático, dividiéndolos en categorías como historia, novela, poesía, entre otras.

Figura 2. Organización de libros – Sección "Autores ecuatorianos"



La búsqueda de textos relacionados con leyendas nacionales presenta varias dificultades debido a la disponibilidad limitada y la distribución de los ejemplares. Actualmente, el establecimiento cuenta únicamente con dos ediciones sobre esta temática. Una de ellas, publicada por la editorial Colección Antares, se encuentra ubicada en la sección “Lectura latinoamericana”, junto con otros libros de la misma editorial, lo que dificulta su localización. El segundo libro, “Leyendas del Ecuador”, pertenece a la editorial Loqueleo y se encuentra en la sección de “Literatura infantil”. Además de estos dos títulos, el caso de estudio no cuenta con más ejemplares sobre el tema.

Oscar Torres, principal encargado de esta sede, no pudo proporcionar cifras específicas ni detallar los procesos relacionados con las ventas o la organización interna de la librería. Sin embargo, señaló que, cuando los usuarios interesados en leyendas nacionales solicitan asistencia para localizar este tipo de libros, rara vez adquieren alguna de las dos ediciones disponibles en el establecimiento. En su lugar, piden recomendaciones sobre otros sitios donde puedan encontrarlos. Esto evidencia una problemática relacionada con la oferta de este tipo de textos, ya que la escasez de productos y su débil capacidad para captar el interés del público conducen a que lectores potenciales los descarten.

Figura 3. Organización de libros – Sección “Infantil”



2.2 Diagnóstico del caso

Para el diagnóstico del caso se opta por una metodología de investigación cualitativa, para poder entender mejor las opiniones de los usuarios se usarán las entrevistas interpretativas. Mata (2020) define la entrevista como una técnica utilizada para recopilar datos cualitativos mediante la interacción entre el entrevistador y uno o más entrevistados. Además, se destaca la observación no participante como una herramienta para analizar cómo los usuarios interactúan con los libros. Estas metodologías permiten obtener información profunda y significativa sobre los productos existentes y su interacción dentro del caso de estudio. En particular, la entrevista realizada al encargado del caso proporciona una perspectiva detallada sobre la situación actual de los libros que se busca analizar, mientras que las entrevistas aplicadas a usuarios, jóvenes lectores de entre 18 y 25 años, ofrecen una visión sobre sus percepciones y la relación que mantienen con dichos productos.

Antes de abordar los libros relacionados con leyendas nacionales, es fundamental comprender la organización de sus contenidos. Debido a la naturaleza breve y concisa de muchas leyendas, los textos que tratan este tema suelen ser recopilaciones de múltiples historias cortas. Aunque algunas narraciones pueden extenderse en longitud, los libros siempre incluyen varias historias en un solo volumen. Se identificaron cinco referentes principales, dos de ellos forman parte de la “Colección Antares” de la editorial Libresa, otros dos publicados por la editorial Loqueleo, y el último pertenece a Publicaciones Ariel. La escasez de ediciones y el limitado reconocimiento de otros libros en esta temática justifican se

exclusión en el presente estudio. En su lugar, se centra el análisis en los cinco ejemplos antes mencionados, debido a su relevancia en el contexto, su amplio reconocimiento por parte de librerías y su disponibilidad en varios puntos de venta. Librimundi, sede de San Luis Shopping, cuenta con dos de estos ejemplares: Cuentos, leyendas, mitos y casos del Ecuador, de “Colección Antares”, y Leyendas del Ecuador 2, de editorial Loqueleo. [\(Anexo 1\)](#) [\(Anexo 2\)](#)

En primer lugar, se analizará el lugar que ocupan los libros dentro del caso de estudio, con el fin de comprender la interacción de los usuarios con el espacio y los libros en cada sección. Antes de abordar esta relación, se examinará la organización general del espacio en Librimundi, el cual está dividido en secciones específicas, tales como novedades, historia, sugerencias, jóvenes lectores, entre otras. Pese a ser un establecimiento con espacio reducido, la librería ha optimizado el uso de cada área, llenándola de estanterías y categorizando los libros en secciones específicas. Este diseño facilita la navegación del usuario y la búsqueda entre los contenidos disponibles. En caso de buscar libros ecuatorianos, la sección denominada “Autores ecuatorianos” concentra la mayor cantidad de ejemplares con dicho requisito. Sin embargo, esta organización no es estricta, ya que es posible encontrar obras ecuatorianas, como cuentos o novelas, en diferentes secciones como historia, narrativa latinoamericana, infantil o jóvenes lectores.

Oscar Torres, principal encargado de Librimundi sede de San Luis Shopping, explica que la ubicación de los libros



se determina según dos parámetros: la categoría asignada por la editorial y el aspecto visual del libro. En el caso de *Leyendas del Ecuador 2*, publicado por la editorial Loqueleo, este libro forma parte de la serie azul de la editorial, diseñada para un público entre 12 y 14 años. Inicialmente, podría ubicarse en la sección de jóvenes lectores; sin embargo, debido

a su estética predominantemente infantil, se decidió colocarla en la sección de literatura infantil, ya que contrastaría con los libros de la sección de jóvenes lectores, cuyas portadas suelen tener ilustraciones menos caricaturescas. Además, la serie azul de Loqueleo es categorizada en su totalidad como literatura infantil.

Figura 4. Organización de libros – Sección “Jóvenes lectores”



Por otro lado, el caso de *Cuentos, leyendas, mitos y casos del Ecuador*, perteneciente a Colección Antares, presenta una situación diferente. Colección Antares es una iniciativa de la editorial Libresa, enfocada ofrecer libros de bajo costo fácilmente identificables por su formato rectangular y portadas en colores rojo y negro. Este libro se encuentra ubicado en la sección de “lectura latinoamericana” como parte de una decisión estética destinada a mantener la coherencia visual de la estantería. No obstante, agrupar

todos los libros de Colección Antares en un solo espacio genera un problema de visibilidad, ya que, independientemente de su temática, tienden a pasar desapercibidos al mezclarse entre ejemplares (Anexo 3). Este agrupamiento responde únicamente a las características estéticas compartidas por la colección. En conclusión, aunque ambos libros podrían clasificarse en secciones como “jóvenes lectores”, “narrativa latinoamericana”, “colecciones” o “historia”, su ubicación final responde

principalmente a factores estéticos. En el caso de Leyendas del Ecuador 2, su estilo gráfico infantil determinó su inclusión en la sección de literatura infantil, mientras que Cuentos, leyendas, mitos y casos del Ecuador quedó relegado a un espacio fijo destinado a los libros de Colección Antares.

Antes de analizar la relación de los productos mencionados con los usuarios, jóvenes de entre 18 y 25 años, es fundamental comprender cómo estos interactúan con los libros y las librerías. Al ingresar a una librería, se presentan dos posibles situaciones. En la primera, el usuario tiene una idea clara del libro que desea adquirir, lo que lo lleva a buscar el producto por su cuenta en la sección correspondiente al tema del libro. En caso de tener dificultades durante la búsqueda, suele solicitar asistencia a un encargado y localiza el libro. En este contexto,

es poco común que el usuario adquiera un libro adicional, esto debido a las expectativas depositadas en el primer producto y al costo que implicaría adquirir un segundo texto en ese momento. En la segunda situación, el usuario entra a la librería sin expectativas específicas, con el objetivo de explorar cualquier elemento que capte su atención. Por lo general, tiende a buscar libros relacionados con sus géneros favoritos. Sin embargo, al no contar con una idea concreta, se dedica a recorrer todo el lugar por curiosidad, con la esperanza de encontrar algo que le resulte interesante. Mediante la observación no participante, se analizó el comportamiento de usuarios con edades estimadas entre 18 y 25 años al ingresar a la librería. La entrada constituye la primera área que exploran, donde los usuarios realizan un recorrido inicial por las dos filas de estanterías dispuestas en esta zona.

Figura 5. Entrada Librimundi – Filas de estanterías



En estas estanterías se encuentran las categorías de bestsellers, novedades, sugerencias e historia. Al final de esta sección, los usuarios se encuentran con un mueble que funciona como depósito para libros en remate. A continuación, se encuentra una isla central que opera como punto de venta, detrás de esta, se ubica la sección destinada a jóvenes lectores, la cual representa el área donde los usuarios permanecen por más tiempo. Esta sección cuenta con tres estanterías, todas provistas de libros en ambos lados. Entre los títulos disponibles en esta área se incluyen cuentos, novelas, clásicos modernos, mangas, entre otros.

Retomando el tema acerca de la ubicación de los libros de leyendas nacionales, previamente analizada en este diagnóstico, se pueden destacar las siguientes conclusiones. Estos libros suelen ubicarse en las secciones de “lectura latinoamericana” e “infantiles”. La primera sección tiene una baja popularidad entre los usuarios, en gran parte porque la atención se concentra en el estante de “historia”, estratégicamente ubicado frente a “lectura latinoamericana”. Por su parte, la sección “infantil”, situada en una esquina adyacente al área de “jóvenes lectores”, queda relegada, ya que se encuentra en una posición poco visible y no es especialmente llamativa para usuarios más maduros. En ambos casos, la ubicación representa un obstáculo para la accesibilidad y visibilidad de los libros, al encontrarse en áreas poco transitadas y eclipsadas por estanterías más atractivas o populares.

Un aspecto central en la relación entre el usuario y el libro es el motivo que determina el éxito de una venta, para

esto se toma las explicaciones dadas por Jürgen Klarić (2020) en su libro *Vende a la mente, no a la gente: Neuroventas: la ciencia de vender más hablando menos*, aquí se explica que el éxito en las ventas depende de la capacidad del producto para generar emociones positivas, apelando a la parte más instintiva del cerebro, aunque posteriormente la persona racionalice su decisión, el factor determinante siempre será la emoción inicial. En el contexto del libro, la vista se posiciona como el principal canal para crear esta conexión emocional, dado que es el primer punto de contacto entre el consumidor y el producto.

A través de entrevistas realizadas a usuarios de la librería, se confirmó que la portada es el elemento que se evalúa. Esto no solo involucra el nivel técnico de la ilustración o fotografía, sino también la coherencia entre el diseño y el contenido del libro. El siguiente elemento relevante es el título, que proporciona contexto sobre la obra. Si bien algunos títulos informan directamente sobre el tema, como en obras académicas, otros apelan a la curiosidad e intriga, ejemplos de esto son *Juego de tronos* o *El temor de un hombre sabio*. Estos últimos dos ejemplos apelan más a una interpretación artística de la obra en lugar de comunicar algo concreto de su trama; ninguno de estos casos es mejor o peor que otro, simplemente son enfoques diferentes de cómo nombrar una obra.

Tras captar la atención del usuario, este examina el contenido del libro. En algunos casos las ilustraciones, diagramas, croquis o representaciones de personajes, desempeñan un papel importante para enriquecer la experiencia visual.

Finalmente, la contraportada, resume los temas principales y refuerza el interés del lector. Según Frascara (1997), al vender un producto, el diseño apunta a influenciar pequeños cambios en las conductas de consumo, siendo el mayor reto crear diferencias claras del producto elegido frente a los demás, usando los estímulos visuales como principal aliciente. Tales declaraciones tienen sentido al compararlas con el proceso de evaluación que realizan las personas en la librería, dado que todos los productos comparten una base común (ser libros), los usuarios tienden a evaluarlos según los elementos fácilmente perceptibles, que en este caso corresponden a las variaciones de sus portadas. Se concluye que, al lograr completar todo este proceso de examinación visual, el libro ha captado un alto nivel de atención y generado una emoción placentera para el usuario, aumentando en gran medida sus probabilidades de compra.

Con el contexto anterior, se analiza la situación de las leyendas nacionales, el libro Cuentos, leyendas, mitos y casos del Ecuador, de "Colección Antares",

enfrenta dos problemas principales que perjudican su evaluación por parte de los usuarios. Primero, la asociación de esta colección con ediciones académicas, esto debido a que, al ser ediciones económicas, muchos colegios las usan en sus ciclos educativos, esta asociación con la vida académica genera rechazo, ya que se termina relacionando el libro con la lectura forzada, lo que refuerza un sesgo negativo. En segundo lugar, la portada, en lugar de captar la atención del lector, resulta monótona y desactualizada, con diseños repetitivos y de baja calidad. Estas características generan desinterés, opinión expresada por los usuarios entrevistados. Estos problemas se mantienen en otro recopilatorio sobre leyendas nacionales de la misma colección, denominado "Quito: Tradiciones, leyendas y Memorias".

Por otro lado, Leyendas del Ecuador 2, de la editorial "Loqueleto", presenta un diseño más trabajado. La portada utiliza ilustraciones alineadas con el público objetivo e incluye elementos culturales ecuatorianos, como máscaras de diablo.

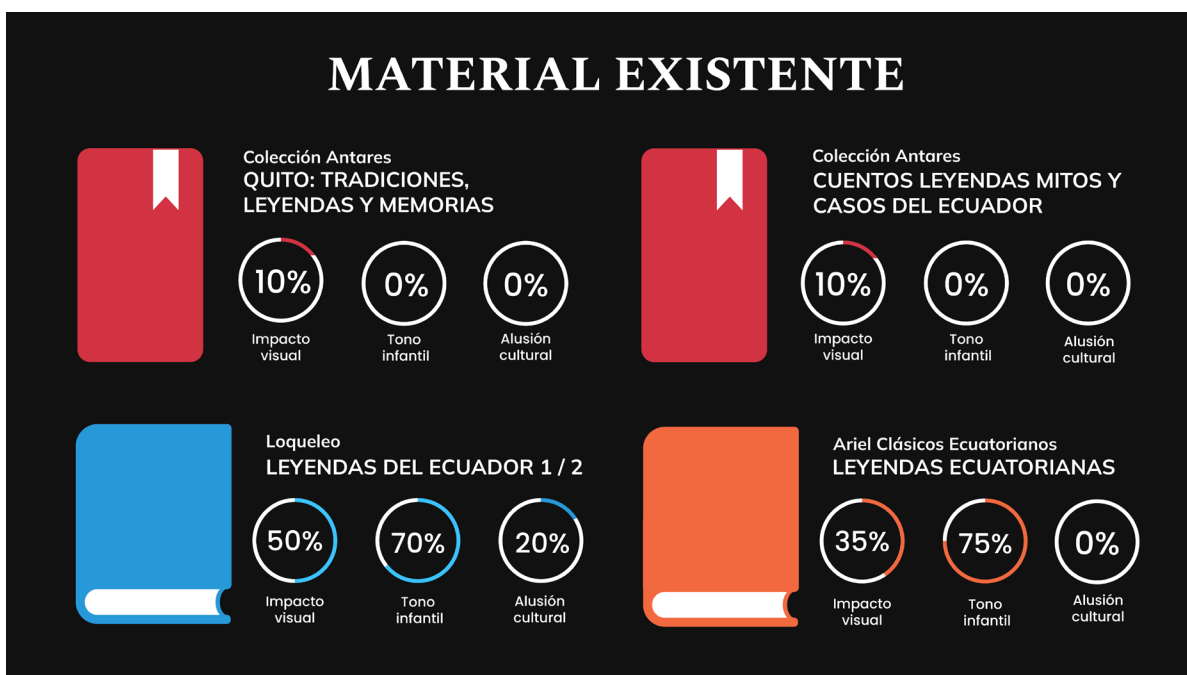
Figura 6. Comparación máscara de diablo ilustrada y máscara real



Dentro del libro se pueden encontrar ilustraciones que mantienen coherencia con la línea gráfica de la portada. Según Estudio Mique (2022), el diseño gráfico debe generar armonía y dotar al libro de una identidad visual única, lo que se cumple en este caso. Sin embargo, el público de 18 a 25 años percibe este libro como infantil, lo que limita su alcance. En el caso de Leyendas ecuatorianas, de la

editorial “Ariel”, la reutilización de portadas y la baja calidad de las ilustraciones, provocan que el libro pierda identidad y atractivo, además de también ser percibido como material infantil. En definitiva, la falta de atención al diseño gráfico y la desconexión con las necesidades de un público adulto-joven, afectan la visibilidad y el consumo de estos libros.

Figura 7. Análisis del impacto visual de los libros existentes



El siguiente punto abordado es la carencia de material circundante en torno a la literatura ecuatoriana. Tomando como referencia el caso de estudio, se observa que las librerías han ampliado su oferta de productos más allá de los libros, aunque manteniéndolos como su foco principal. En estos espacios, es posible encontrar estantes dedicados a diver-

sas mercancías como libretas, figuras, elementos de colección y marcapáginas, entre otros.

Por último, se realiza un análisis de las leyendas nacionales y su consumo en formato literario, lo que permite entender su importancia cultural. Abdón Ubidia (2015), escritor ecuatoriano, señala que,

a pesar de los esfuerzos realizados para promover estas narrativas en el ámbito literario, persisten múltiples desafíos por superar. Menciona que, se ha completado una primera etapa al documentar una amplia cantidad de historias y mitos, no obstante, es fundamental mejorar su presentación y visibilidad para garantizar su relevancia. Según el autor, estas narraciones tienen una particular capacidad de anclarse al presente debido a su estilo narrativo, caracterizado por frases como “yo lo vi”. Este tipo de afirmaciones permite que las personas perciban las historias como relatos reales, lo que aumenta su interés. Ubidia subraya que, dada la riqueza cultural del país, las leyendas nunca pasan de moda, ya que constantemente surgen nuevas versiones que apelan a las creencias y supersticiones colectivas. Por esta razón, considera esencial documentarlas en productos literarios atractivos para evitar que sean olvidadas y solo se mantengan los relatos más conocidos.

Para complementar esta sección, se incluyó el testimonio de Marcia López, licenciada en Lengua y Literatura, quien, desde su experiencia como docente, afirma que los jóvenes tienden a involucrarse con mayor facilidad en temas que les resulten familiares. Elementos, entornos o tópicos reconocibles contribuyen a esta conexión, lo que posiciona a las leyendas nacionales como un recurso que cumple con estos criterios. La investigación, que incluyó análisis documental y entrevistas con usuarios, concluyó que las leyendas más conocidas en el país, según el público objetivo, son La leyenda de Cantuña, El padre Almeida, La dama tapada, La bella Aurora y La caja ronca, entre otras. En el pasado, la difusión oral

fue el medio más efectivo para transmitir estas historias. Sin embargo, los espacios dedicados a esta práctica se han reducido con el paso del tiempo.

Los principales canales de transmisión, como el ámbito familiar, las escuelas y la radio, han disminuido significativamente su interés o tiempo dedicado a la narración de estas leyendas. Este cambio en los canales de difusión resalta la necesidad de impulsar el consumo de leyendas nacionales en los formatos que aún perduran. No solo para mantener su relevancia cultural, sino también para evitar que historias menos conocidas caigan en el olvido. En un entorno cada vez más competitivo, asegurar la preservación y promoción de este tipo de literatura resulta crucial para fortalecer su impacto cultural.

En conclusión, el análisis de los datos y las opiniones de los usuarios evidencia que, aunque existe material literario que aborda el tema de las leyendas nacionales, este enfrenta diversas dificultades para alcanzar visibilidad en el entorno de las librerías. Uno de sus problemas, el cual este proyecto abordara, es el aspecto gráfico de los libros. Actualmente, este limita la posibilidad para estos libros de ocupar posiciones destacadas en los espacios de venta y compitan eficazmente con otros productos. Aunque algunos productos abordan esta problemática, no logran mantener el interés del público en etapas más avanzadas de su vida, además de la poca promoción que permite a los usuarios conocer la existencia de estos productos. Por otra parte, la representación de las leyendas y mitos nacionales se ha centrado mayoritariamente en el segmento infantil. Esta limitación

de enfoque ha llevado a que las obras relacionadas con leyendas nacionales sean progresivamente relegadas a categorías infantiles, pese a que su contenido no es infantil, o sean percibidas de

manera negativa como productos poco interesantes. Este fenómeno provoca que las librerías se muestren menos dispuestas a promocionar libros que no despiertan el interés de los consumidores.

2.3 Caracterización del usuario

Figura 8. Mapa de empatía sobre jóvenes lectores de 18 a 25 años



Se ha identifica a jóvenes adultos entre los 18 a 25 años como el principal público objetivo del proyecto, basándose en dos aspectos fundamentales. Primero, como se establece en los antecedentes, este segmento experimenta una notable disminución en el consumo de literatura nacional (Ministerio de Cultura y Patrimonio [MCYP], 2024). Segundo, un análisis observacional no participativo llevado a cabo en la librería durante cuatro días

consecutivos, entre las 15:00 y las 19:00 horas, reveló que este grupo constituye una parte significativa de los visitantes y compradores de libros.

En las entrevistas realizadas, los participantes describieron a la lectura como una actividad de ocio y desconexión de sus obligaciones cotidianas. Sus géneros preferidos incluyen fantasía, romance, acción y misterio. No obstante, mostraron disposición para explorar nuevos

temas si estos resultan interesantes. Según la licenciada Marcia López, especialista en lengua y literatura, los jóvenes tienden a preferir libros que aborden acción, misterio o terror. Asimismo, demuestran un interés particular en obras que hayan sido adaptadas a formatos audiovisuales, como películas o series. Por otra parte, aunque los jóvenes disfrutan de la lectura individual, compartir sus experiencias y opiniones se ha convertido en un aspecto importante, ya que se sienten motivados al percibir una comunidad activa en torno al libro. Este grupo busca ser constante en su hábito lector, estableciendo espacios de tiempo para esta actividad, siendo la noche antes de dormir y los trayectos en transporte público los momentos más comunes. Respecto a la preferencia entre formato físico o digital, pese a la comodidad que ofrece el formato digital, la inseguridad en el país influye en esta elección. En entornos públicos, los usuarios prefieren el formato físico, al considerarlo menos susceptible de ser objeto de robo en comparación con dispositivos como teléfonos o tabletas.

Los usuarios, al encontrarse en las primeras etapas de la adultez, cuentan con ahorros o trabajos que les permiten destinar dinero a sus gastos personales. Cuando tienen un libro en mente que realmente les interesa, el precio no es un obstáculo y ahorran hasta poder adquirirlo. Sin embargo, si no tienen una idea fija de compra, su presupuesto máximo es de 20 dólares, cantidad que consideran adecuada para adquirir un libro que les convenza sin conocer mucho previamente. En los casos donde el tema es nuevo para ellos, prefieren comenzar con libros accesibles y de tamaño pequeño o moderado. Si solo encuentran libros extensos o colecciones costosas, es pro-

bable que desistan de la compra, ya que buscan opciones que sean más fáciles de abordar, esto es confirmado también por la licenciada Marcia López, la cual comenta sobre este muro entre los usuarios y los libros, declara que el problema radica en la inmediatez, refiriéndose a que la gente busca el estímulo rápido, siendo la literatura un medio donde los estímulos tardan más tiempo en construirse. Volviendo con el usuario, después arriesgarse en una primera compra, si el tema les resulta atractivo, tienden a adquirir más libros o incluso colecciones. De lo contrario, abandonan el tema, pero valoran haber comenzado con una opción económica.

Al preguntar sobre literatura nacional, los encuestados demostraron un conocimiento limitado. La mayoría no puede recordar la última vez que se interesaron en un libro ecuatoriano, prefiriendo literatura extranjera. En el caso de estudio, rara vez visitan la sección de “autores ecuatorianos” ya que es asociada con libros de política, poco atractivos o de temáticas demasiado densas, optando en cambio por explorar las secciones de “lectura juvenil”, “colecciones” o “novedades” donde siempre encuentran al menos un libro que hojear. Respecto a las leyendas nacionales, los usuarios expresaron un conflicto: aunque encuentran interesante el tema de las leyendas en general, sienten que estas están relegadas a la literatura infantil, este estigma les genera temor a ser juzgados por amigos o familiares, al invertir en libros dirigidos a niños. No sienten avances en la forma de venderse por parte de los productos ecuatorianos, entonces es más sencillo recurrir a la competencia que cumple con muchos de sus requisitos, tanto temáticos como estéticos.

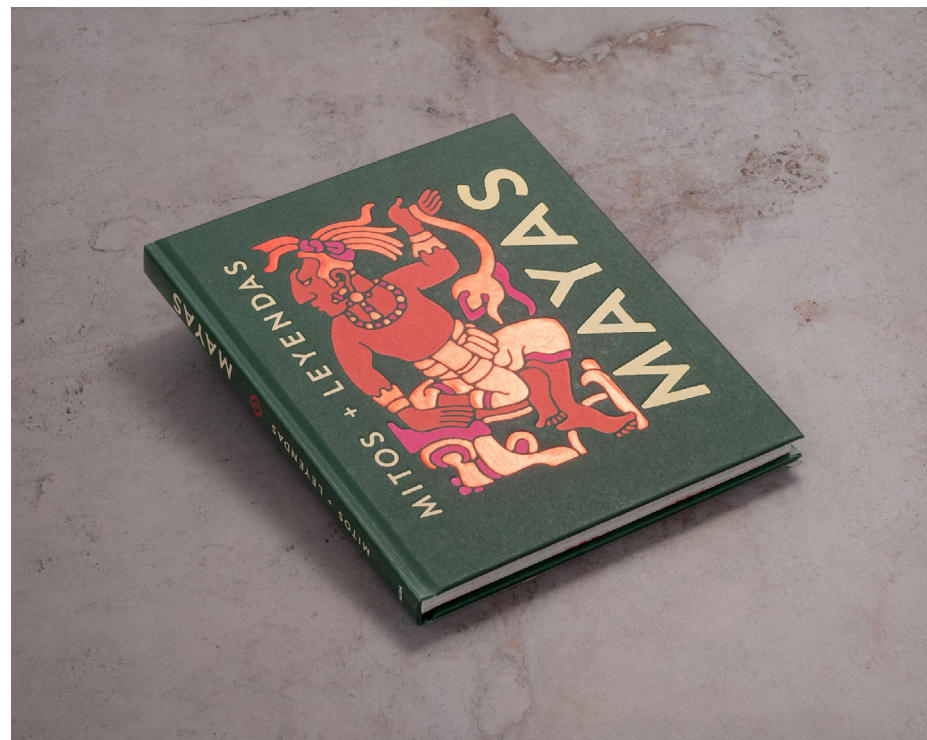


2.4 Análisis tipológico

Mediante una tabla descriptiva se recopiló información sobre 4 referentes gráficos internacionales, regionales y locales, relacionados con los temas de leyendas nacionales, libro como producto y exposición de producto.

Cada uno de los siguientes proyectos fueron analizados en función de su estilo visual, diseño gráfico empleado, puntos de conexión y atractivo principal. Tras completar el análisis se realizó una conclusión que sintetiza las características más importantes que se pueden rescatar para el proyecto del documento.

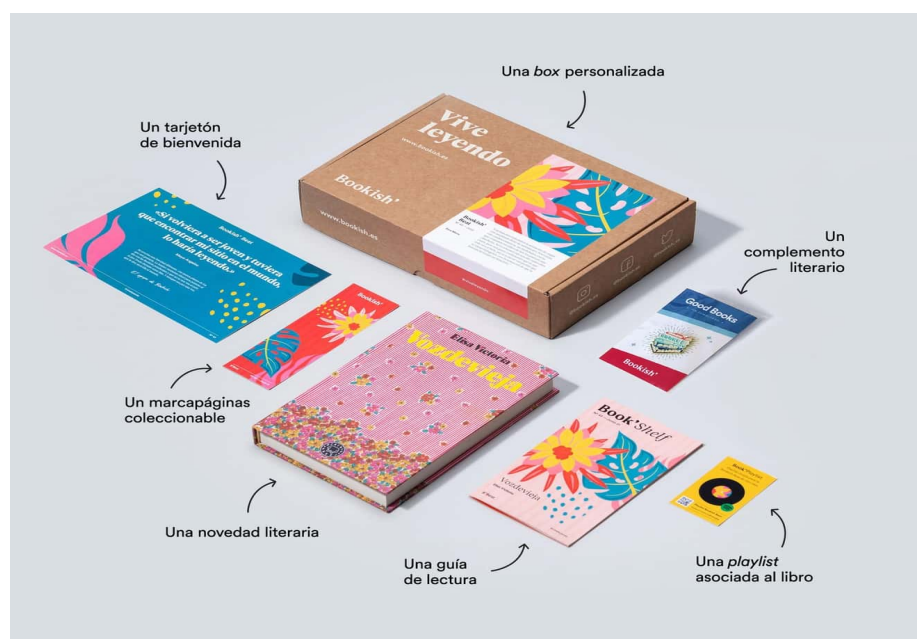
Figura 9. Mitos + Leyendas: Mayas



“Mitos + Leyendas Mayas” es un ejemplo de volver atractiva la cultura en un medio como el libro. Este ejemplar pertenece a toda una colección de obras que hablan de leyendas, pero abarcándolas desde diferentes culturas. Posee acabados de alto nivel, tanto visualmente como a nivel de materiales, estas características lo vuelven un producto atractivo, eleván-

dolo como una colección. El compromiso puesto en esta obra va mucho más allá de “verse bien”, se ha investigado referentes visuales de los cuales inspirarse y acercar al usuario aún más a la cultura que toca cada libro, en el caso presentado, viéndose en las ilustraciones que toman los cánones visuales más representativos encontrados del arte maya.

Figura 10. Mitos + Leyendas: Mayas



“Bookish” ofrece un servicio especializado para los coleccionistas de libros; se muestran comprometidos con la idea de que cada libro debe ser una experiencia especial para el lector. Más allá de los elementos clásicos que rodean el libro, se resalta el hecho de crear una playlist

específica para cada colección del mes; esto expande el tipo de experiencias que una persona puede tener con la lectura. Pese a que implica un gasto importante, se justifica al ofrecer tantos productos conectados entre sí, siendo este el valor añadido de la suscripción.

Figura 11. Fundación Quito Eterno



Quito Eterno es una fundación comprometida con mantener la riqueza cultural del país por medio de la expresión artística; en este caso se analiza su proyecto denominado "Rutas de Leyenda". El principal atractivo de esta iniciativa se basa en la exploración de los lugares emblemáticos y cómo los guías te adentran en sus historias, ayudados por medio

de la dramatización. Esta es una forma innovadora de dar a conocer diferentes relatos; el espacio físico actúa como un producto de peso para los usuarios, quienes pueden experimentar de primera mano el recorrido de estos lugares de leyendas y sentirse parte de la historia que escuchan.

Figura 12. Estante movil - Fideos Toscana



Este caso se centra en la exhibición del objeto, ofreciendo una alternativa para resaltar un producto entre sus semejantes. El uso de múltiples estímulos es fundamental, no solo desde el aspecto visual, como el ligero movimiento del producto, sino también a través de la música, que desempeña un papel clave al llamar la atención del cliente. No se requirió una producción compleja, sino

una implementación que trascendiera el diseño del estante convencional. Se destaca cómo este ejemplo logró visibilidad en redes sociales. Ya que fue un usuario del supermercado el que publicó un video sobre el stand de exposición, lo que contribuyó a la visualización orgánica de la marca, promovida por los propios consumidores.

Tabla 1. Tabla descriptiva de tipologías

| | PUNTOS DE CONEXIÓN CON EL USUARIO | ATRACTIVO PRINCIPAL | ASPECTO VISUAL (DISEÑO) |
|---|--|--|---|
| Estante móvil Fideos Toscana | Estantería y producto. | Estímulos visuales y auditivos Romper la continuidad de la estantería de productos | Estructura de carcasa con color verde y el logo de "Toscana"; no posee ningún estilo gráfico a resaltar. El objetivo radica en su función para atraer posibles clientes por medio de estímulos (movimiento, sonido). |
| Mitos + Leyendas Mayas | El libro en si mismo es el punto de conexión con el usuario. | Forma parte de un sistema/colección Referentes visuales claros del tema que aborda Acabados de impresión de alta calidad | Ilustraciones que respetan la estética de la cultura maya, gran trabajo de diagramación en todo el libro junto con patrones e ilustraciones que vuelven más dinámica la lectura. Representaciones que respetan el origen de sus mitos en todos los niveles. |
| Bookish | Libros, guías, música. Se construye un entorno más amplio de productos que participan con el usuario. | Familia gráfica de varios productos Personalización de elementos en base al libro del mes | La personalización de cada paquete asegura que todos los elementos enviados pertenezcan a una familia gráfica, definida por el libro del mes. |
| Rutas de Leyenda | Contacto directo con las personas, el recorrido por los lugares se convierte en la experiencia más significativa del producto. | Exploración de lugares históricos Dramatización de mitos y leyendas Guía por la ciudad | El material publicitario maneja una línea gráfica con ilustraciones; predominan los colores fríos y los trazos a lápiz, con inspiración en pintores nacionales como Oswaldo Guayasamín. |

De los productos analizados, se identifican características que añaden valor al material. La primera es la personalidad atribuida a los productos; cada caso exhibe un nivel de identidad gráfica bien definido, algunos de manera independiente y otros como parte de un sistema, pero todos comparten el compromiso de comunicar el mensaje del libro. La segunda característica relevante es la creación de un sistema que complementa al producto. Es importante destacar que cualquier material debe tener la capacidad de funcionar por sí mismo, sin depender de factores externos; no obstante, la existencia de un sistema asociado contribuye a crear una experiencia más interesante y sólida para el usuario. Esto se puede ver en las colecciones de libros.

En el artículo *La mente del coleccionista* (Millet, 2011), se aborda la tendencia natural de las personas hacia las colecciones, indicando que saber que existen productos complementarios motiva psicológicamente a adquirirlos y sumarlos a una colección personal. Por último, se analiza la manera en que los productos se presentan en su entorno. El caso de "Toscana" destaca cómo el uso adecuado del espacio y los estímulos proporcionados por este pueden aumentar su visibilidad y atraer al usuario, incentivándolo a explorar el lugar y, en algunos casos, a convertirse en un promotor voluntario al compartirlo en redes sociales, ampliando así su alcance.



2.5 Definición del problema gráfico

Gracias a los datos recopilados previamente, se identifican los siguientes problemas de diseño planteados en el libro *Problem Solved* de Michael Johnson (2002). En primer lugar, los libros nacionales sobre leyendas no logran competir eficazmente en el mercado. La falta de un diseño visual atractivo provoca que no sean del agrado del público, por lo cual, son relegados a espacios desfavorables para su exposición y se pierdan entre ejemplares similares. En el caso del público objetivo, conformado por jóvenes de 18 a 25 años, surge un problema adicional: estos perciben los libros existentes como “aburridos” o “cosas para niños”, lo que los lleva a descartarlos. Incluso cuando el tema resulta atractivo, la presentación visual genera un estigma negativo que reduce significativamente la probabilidad de compra.

Estos problemas derivan de un nulo aprovechamiento del lenguaje gráfico. Un ejemplo notable es *Colección Antares*, cuyo diseño visual es extremadamente pobre debido a la falta de prioridad en este aspecto. Este error es crítico; como señala Diego René Cabrera (2020), las ilustraciones y elementos gráficos no son simples adornos, sino puentes que conectan los mensajes de sus obras con los usuarios, facilitando una relación más efectiva con el lector. En algunos casos, aunque se observa un diseño gráfico más trabajado, este se dirige a un público infantil, lo que no satisface las necesidades y expectativas de otros segmentos de mercado. Estos factores influyen de manera determinante al momento de adquirir o no un libro. Uno de los problemas menos abordados en el material relacionado con las leyendas nacionales es la falta de integración de identidad cul-

tural en estos productos. Según Chinchín Rivadeneira y Moromenacho Chicaiza (2010), en su trabajo *Guía para animar a la lectura a través de leyendas ecuatorianas*, las leyendas nacionales son parte esencial de la identidad cultural de las personas y por ello es fundamental que esta herencia cultural se refleje en estos productos, sin embargo, esta oportunidad es frecuentemente desaprovechada.

Por último, es crucial considerar cómo se visualizan estos productos. Aunque el material debe ser capaz de funcionar por sí mismo, el diseño del espacio o la estrategia mediante la cual el usuario descubre su existencia contribuye significativamente a su proyección. La ausencia de propuestas promocionales, tanto físicas como virtuales, limita las posibilidades de ser encontrados.

En conclusión, muchos de los problemas que causan que estos libros no tengan un buen desenvolvimiento a nivel de ventas radica en la forma en la que estos se presentan, la poca conexión que siente el usuario hacia el libro han llevado a la literatura de leyendas nacionales a perder consumidores de sectores más “adultos”, es necesario darle una identidad a esta temática y sacarla del estigma que tiene como producto “infantil”, dar paso a nuevas formas de ver estas historias, aprovechando los elementos enigmáticos, sobrenaturales y la tradición de estos para incentivar su compra, también se trabajara sobre el lugar donde se presentan, dando una alternativa que impulse su visualización y no se estanque en el típico estante de libro. Este cambio de identidad los ayudará a competir en el mercado actual, donde cada vez llegan productos internacionales que

acaparan a los usuarios, al mismo tiempo, desechara la concepción errónea que se tiene del mercado literario nacional como aburrido y poco interesante, marcando una ruptura en los paradigmas

del usuario, motivándolo activamente a volver a estas historias latentes en la psique cultural de los ecuatorianos.

2.6 Requerimientos del proyecto

Tomando como referencia la información expuesta en la investigación y la definición del problema gráfico, se establecen los siguientes requerimientos para el proyecto. Según Luis Rodríguez Morales (2006), se debe abordar 4 ejes para crear los requerimientos de un proyecto, estos son: función, expresión, comercial, tecnología.

Figura 13. Esquema de vectores de la forma del proyecto





El producto debe ser reconocible frente al material existente y formar parte de un sistema que ofrezca variedad al usuario. Esto genera un impacto positivo al percibirse como una inversión adecuada en términos de contenido y costo. Además, se recomienda modificar su presentación para exhibirlo en áreas de mayor interés en librerías, como colecciones, jóvenes lectores o novedades. Ante la abundancia de material literario sobre el tema, y considerando la existencia de múltiples libros relacionados, se propone crear una serie de portadas con una línea gráfica unificada, lo que permite su exhibición en la sección de colecciones.

En cuanto al campo de la “expresión”, se necesita abordar el proyecto desde una visión que resalte los aspectos sobrenaturales y misteriosos del tema de las leyendas, todo esto tratado con una visión que rescate elementos propios de las mismas, dándole una identidad única al producto. Se propone usar un estilo que se asemeje a un trabajo más “artesanal”, “hecho a mano”, esto para conectar de mejor manera tópicos culturales; se debe aplicar con composiciones de alto contraste para atrapar rápidamente la atención del público.

Ya que el objetivo principal de este proyecto es generar un estímulo que motive al usuario a retomar estos productos, se necesita darle nueva vida a los referentes visuales que se tienen de estas leyendas, ahora con un enfoque que satisfaga las necesidades de un público mucho más maduro que priorice elementos que sean familiares para el usuario y no se limite al momento de crear representaciones más artísticas de personajes o lugares de estas historias, se resalta

el uso de la ilustración como principal medio para darle vida a estos referentes visuales por los siguientes motivos: mayor grado de compromiso y conexión con los productos al ver este elemento gráfico, ser un medio más flexible al momento de representar elementos imaginarios o surreales y ayudar a solventar la necesidad de estímulos más inmediatos, ya que, al tener ilustraciones, referenciado las historias que están leyendo, el usuario tendrá una sensación de recompensa más palpable con la lectura y esto a su vez lo motivara a continuar las historias.

Los requerimientos establecen que la propuesta debe presentarse en formato físico, con el objetivo principal de incentivar la compra del libro. Se prioriza este formato sobre el digital debido al contexto de violencia y delincuencia en el país, ya que los usuarios perciben mayor seguridad al leer libros físicos en espacios públicos. Además, se busca garantizar la comodidad del lector para que pueda definir su rutina y lugar de lectura. El formato físico también genera un sentido de colección y refleja un mayor nivel de trabajo por parte de las editoriales, evidenciado en procesos como la impresión, la elección de sustratos y formas, así como en el impacto visual y tangible que tienen en los estantes de los consumidores.

Con base en estos puntos, se establece que el campo de diseño abordado será el diseño de persuasión, dado que la pérdida de interés en las leyendas se relaciona con la falta de material gráfico adecuado, lo que ha provocado una perspectiva errónea sobre el tema. Aunque gran parte del público objetivo posee conocimientos sobre las leyendas, no

muestran interés en explorarlas debido a que las perciben como infantiles. Esto ocurre porque el material existente carece de un trabajo gráfico atractivo o no satisface las necesidades de un público más maduro. Además, estos productos suelen ser de difícil acceso y carecen de

estrategias que los destaquen frente a otras obras. Es necesario ofrecer una interpretación renovada de las leyendas, que resalte su valor para posicionarlas como un producto relevante dentro de la literatura nacional.

2. DESARROLLO

2.1 Generación de la idea y exploración de la forma

Para la formulación de ideas, se emplearon dos herramientas propuestas en el libro Intuición, acción y creación de Ellen Lupton. Se implementaron los métodos de “asociaciones forzadas” y “volcado de ideas”. El método de asociaciones forzadas se trabajó con una lista de palabras que incluía: abuelos, generación, mirada, paisaje, colección, colores, decepción, fútbol, balón, regalo, comer, rompecabezas, desmantelar, tesoro, vino, motor,

espada y bala. Por otro lado, el método de volcado de ideas utilizó una serie de palabras específicas vinculadas al proyecto, a partir de las cuales se desarrollaron diversos conceptos ramificados. Las palabras clave seleccionadas para este ejercicio fueron: folclore, cultura, presentación, imaginación, misterio, resaltar, muerte, interactuar, cuento, recopilación e identidad.

Figura 14. Método asociaciones forzadas

Asociaciones Forzadas

- Abuelos
- Mirada
- Colecciones
- Decepción
- balón
- Comer
- Tesoro
- Generaciones
- Paisaje
- Cobres
- Fútbol
- Regalo
- Rompecabezas
- Desmantelar
- Motor
- Vino
- Espada
- Bala

- Olas a antiguo (especial) (viejo)
 librería perdida + Tesoro
 esta oculto, envuelto

- Tiene piezas + Se abre
 revela cosas
 motor

- Cobre + Desmantelar (Cubo Rubik)
 Amar algo - Tocar

Tiene piezas - Moverlas

* Se ensambla al producto *

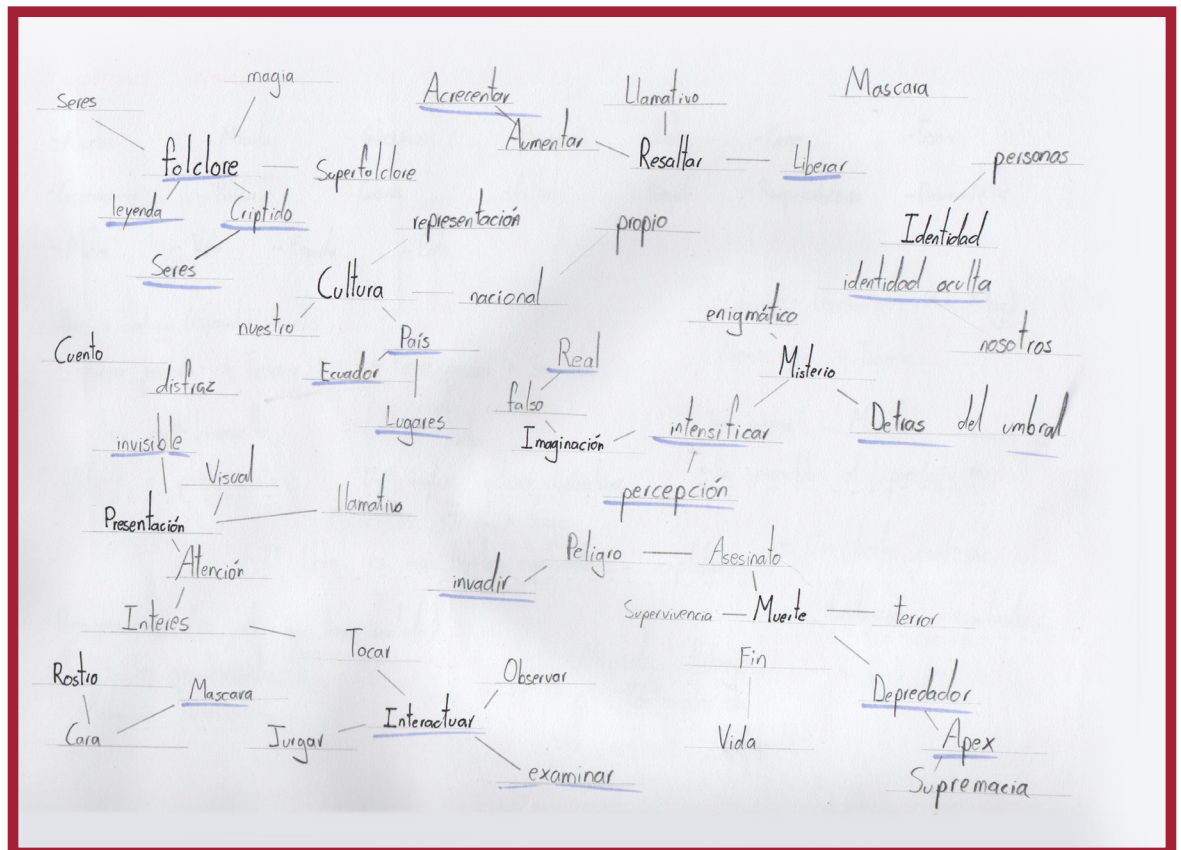
- Una bestia contenida
 fantasía enjaulada

- Rompecabezas (se junta para tener sentido)
 Se complementa
 Relación Simbiótica

- Mirada Paisaje
 Contemplación
 Un ambiente Cambiante

Un motor contiene gasolina
 Motor es fuerza + fuego
 El libro es una bomba esperando a explotar

Figura 15. Método Volcado de ideas



De los métodos antes mencionados, se obtuvieron 7 ideas potenciales:

- Ocultos a plena vista
- Fantasía enjaulada
- Listo para explotar
- Presencias invisibles
- Folclore invasor
- Detrás del velo oculto
- Máximo depredador
- País esotérico

A continuación, se realizaron las siguientes aproximaciones gráficas sobre cada concepto:



Figura 16. Aproximaciones gráficas - Parte 1

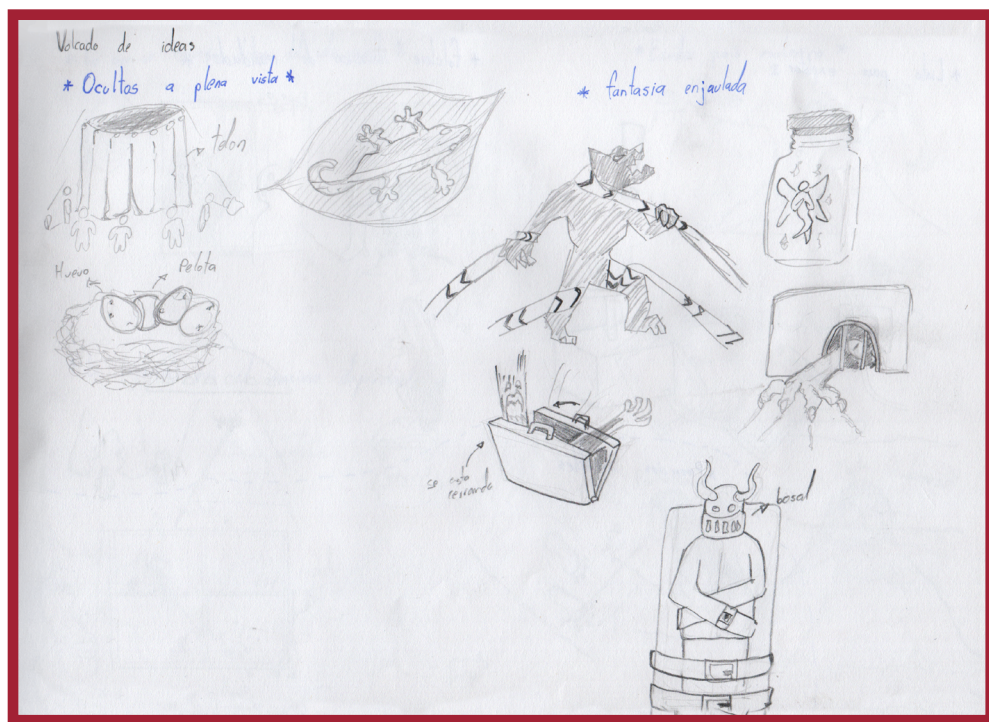


Figura 17. Aproximaciones gráficas - Parte 2

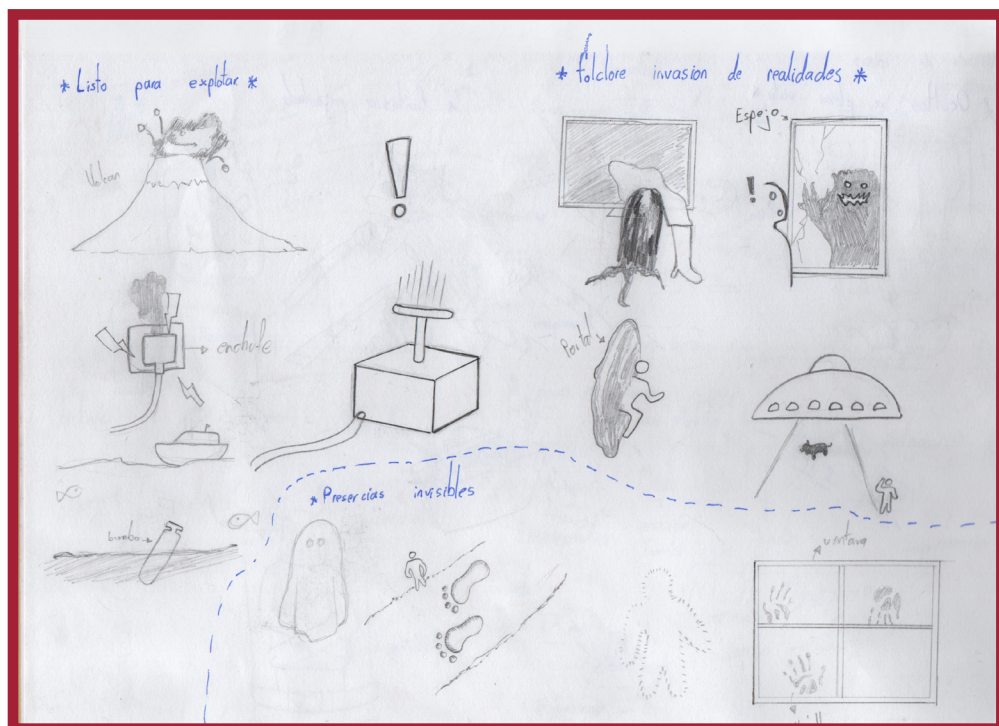
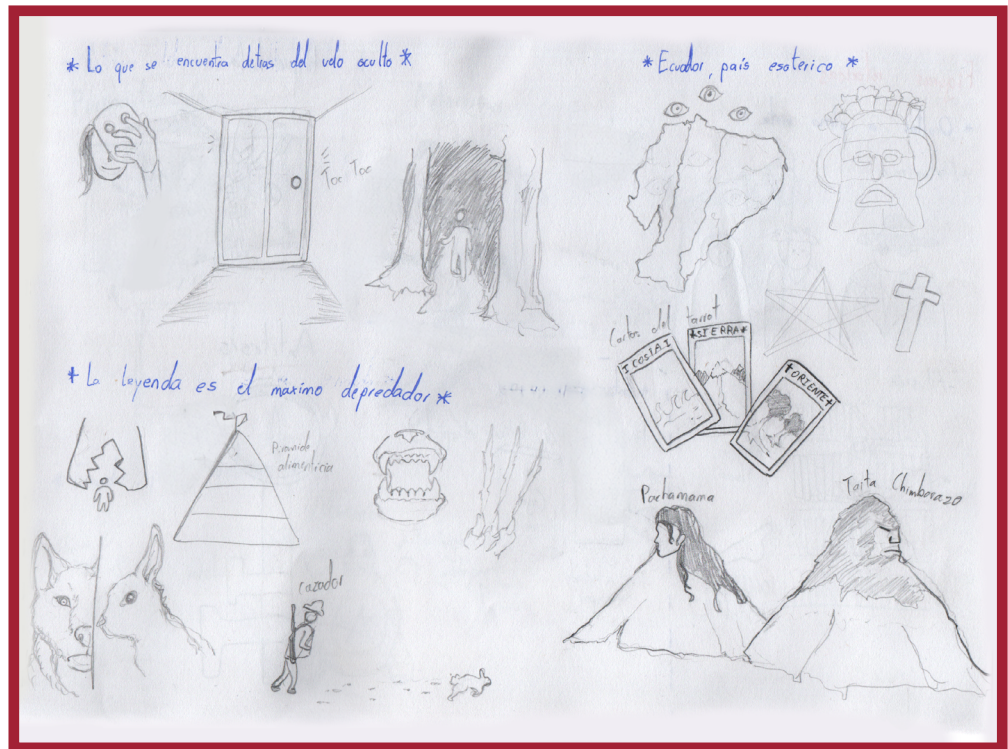


Figura 18. Aproximaciones gráficas - Parte 3



Se seleccionaron cuatro opciones para ser analizadas con mayor profundidad mediante el método de “figuras literarias”. Posteriormente, se eligieron tres conceptos que fueron desarrollados a través de técnicas de storytelling, con el objetivo de definir su adaptación al medio de ejecución, el cual, en este caso, corresponde a soportes físicos (portadas de libros). Para concluir este proceso, se

llevaron a cabo exploraciones gráficas orientadas a la representación de cada concepto, considerando formas, texturas, materiales y trazos principalmente vinculados al ámbito de la ilustración. Finalmente, tras una revisión y ajustes, se presentan los tres conceptos seleccionados junto con sus respectivas propuestas de exploración formal, destinadas a identificar el estilo gráfico de las mismas.

FANTASÍA ENJAULADA

Fantasía Enjaulada evoca una sensación de peligro y curiosidad, aludiendo a lo que permanece encerrado, atrapado y en espera de ser liberado.

Este concepto explora las leyendas y mitos como entidades vivas contenidas dentro del medio físico del libro, estableciendo una relación simbólica entre el ser mitológico y el contenedor, representado como una jaula. Aprovechando el vasto repertorio de criptidos mencionados en las leyendas, como diablillos, demonios, duendes y brujas, se emplea un estilo gráfico centrado en el renderizado de pintura digital. Este estilo detalla las texturas de las criaturas y utiliza contrastes de luces y sombras para conferirles volumen y vida. Según Mieke Bal (2017), en *Narratology: Introduction to the Theory of Narrative*, los mitos y leyendas pueden adquirir un carácter “vivo” en la mente del lector, lo cual fortalece la percepción que se tiene sobre los mismos. En este contexto, se plantea reforzar esta idea mediante elementos gráficos que no solo atraigan visualmente, sino que también que jueguen con esta idea del encierro.

La representación de la jaula se realiza mediante rejas texturizadas con características metálicas, evocando fuerza y robustez. Los barrotes de prisión se toman como base, apoyándose en lo mencionado por Roland Barthes (1964) en *La retórica de la imagen*, donde se señala que los signos visuales comunican mensajes específicos según el bagaje cultural del espectador. Desde la perspectiva de la semiótica visual, los barrotes se asocian con la prisión y el encarcelamiento, refor-

zando la idea de la “criatura” representa una amenaza o tiene un motivo justificado para mantenerse contenida.

El funcionamiento del concepto se basa en la interacción entre la portada y una sobrecubierta. La sobrecubierta envuelve completamente el libro y adopta la lógica gráfica de barrotes, simulando de manera literal una jaula. Se propone incorporar cortes delgados entre los espacios de los barrotes, permitiendo una vista parcial de la ilustración de la portada. Este diseño busca captar la atención del usuario en los estantes, al destacar un producto que rompe con la lógica tradicional que poseen las portadas. Al acercarse, el usuario identificará los cortes y la ilustración parcialmente oculta, lo que lo motiva a retirar la sobrecubierta y liberar gráficamente a la criatura ilustrada. En este momento, la criatura adquiere protagonismo mediante una representación detallada que resalta la textura de su piel, marcada por trazos definidos y juegos de luces y sombras que generan volumen.

Este proceso interactivo se fundamenta en la teoría de Donald Arthur Norman (2004), expuesta en *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*, donde se destaca la importancia de diseñar productos que consideren el nivel conductual de interacción. Una interacción clara y comprensible genera emociones positivas hacia el producto, lo que fomenta la fidelidad del usuario y aumenta la probabilidad de compra.

Figura 19. Concepto - Fantasía enjaulada

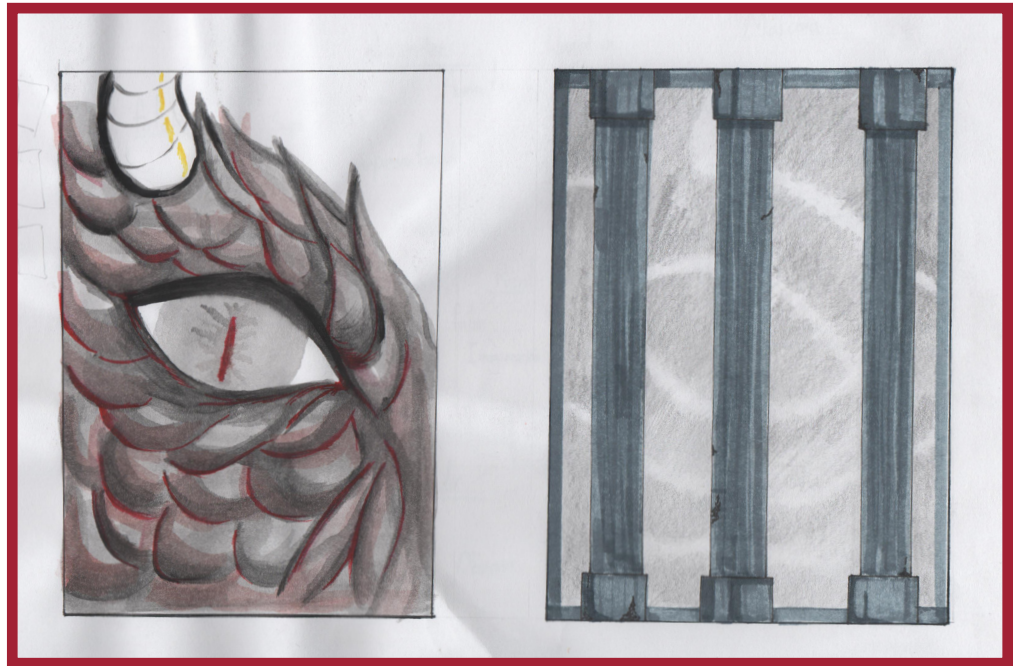
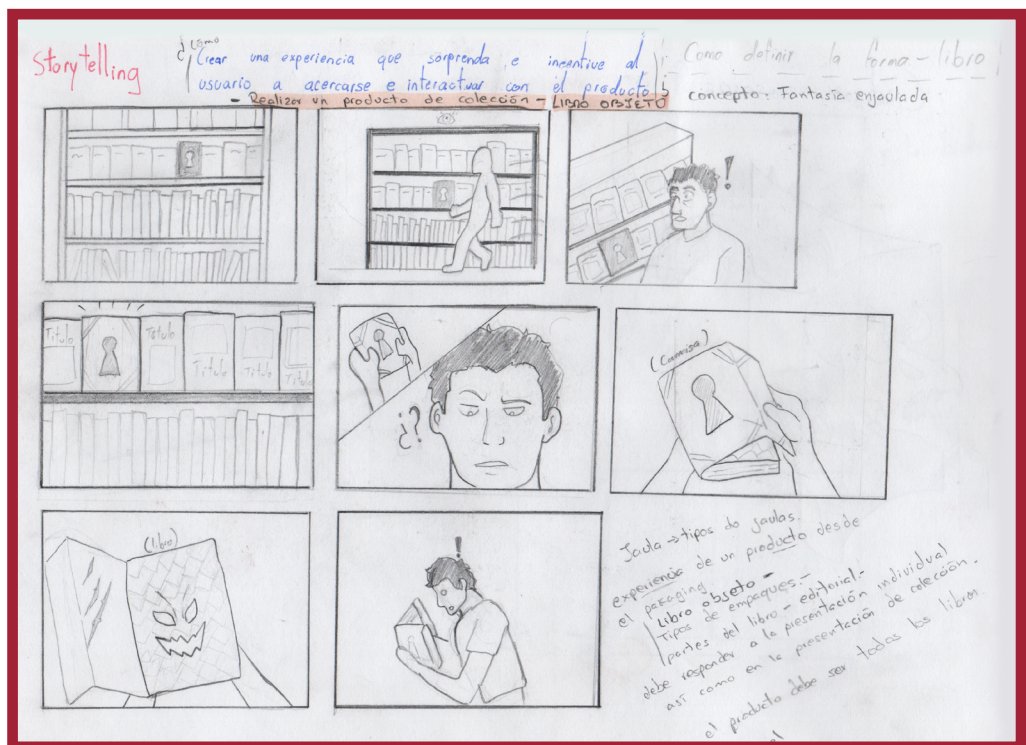


Figura 20. Storytelling - Fantasía enjaulada



CRIATURAS INVASORAS

Criaturas invasoras evoca asombro e intriga al presentar a un ser extraño que se mueve por un espacio al cual no pertenece, revelándose gradualmente e invadiendo un entorno donde no debería tener influencia. La propuesta explora la idea de seres ajenos que irrumpen en nuestro plano, utilizando el medio como un portal a través del cual estas criaturas emergen. Estas criaturas se relacionan directamente con las leyendas, haciendo uso de un catálogo de seres sobrenaturales presentes en dichas narrativas (diablos, duendes, brujas, entre otros).

Desde una perspectiva visual, las criaturas se representan mediante trazos negros que simula una plumilla de dibujo, lo que sugiere que provienen de un lugar dominado por este tipo de formas. Esta elección hace alusión a la tinta utilizada en las letras de los libros y encuentra sustento en la teoría semiótica de Umberto Eco (1976), según la cual, la técnica empleada en una obra debe estar en consonancia con el mensaje que busca transmitir. En este caso, la tinta establece un vínculo comunicacional con el medio (el libro), dotando de coherencia al concepto de “criaturas invasoras” como entidades vivas que “nacen” del propio libro.

El manejo del espacio se estructura en dos áreas: el origen de la criatura y el espacio que invade. La primera zona se caracteriza por las formas más orgánicas y un juego de colores aplicados en elementos distintivos de la criatura como ojos, garras o cuernos. En contraste, la segunda zona usa una apariencia más realista, incluyendo texturas que evocan muros de roca y estructuras sólidas. Este contraste genera una tensión vi-

sual estratégica que dirige la atención y jerarquiza la información, destacando a la criatura invasora sobre el entorno. Este enfoque se fundamenta en la idea expuesta en La Divina proporción (2024), donde se referencia al contraste como una herramienta clave para guiar la mirada del espectador.

El concepto se materializa mediante un juego gráfico que involucra la portada y dos sobrecubiertas o estuches situados en la parte superior e inferior del libro. Estas cubiertas cubren un 80 % de la portada y utilizan gráficos de muros de roca para representar nuestra dimensión “real”. En la porción central expuesta, se muestra parcialmente la figura de la criatura, con trazos que parecen superar la barrera impuesta por los muros. Al interactuar con el producto, el usuario retira las cubiertas, revelando la imagen completa de la criatura. En esta etapa, los muros representados en la portada se desplazan hacia las esquinas, consolidando la narrativa de que la criatura ha atravesado las barreras y ha invadido la composición por completo.

Este proceso interactivo vuelve al usuario parte de la narrativa visual, fomentando la exploración y manipulación de la portada y sus elementos. La interacción propuesta se fundamenta en la teoría de Donald Arthur Norman (Norman, 2004), quien enfatiza en su libro *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*, que los productos de diseño deben plantearse a un nivel conductual. Según esta teoría, una interacción fácil de comprender genera emociones positivas hacia el producto, aumentando la fidelidad del usuario y las posibilidades de compra.

Figura 21. Concepto - Criaturas invasoras

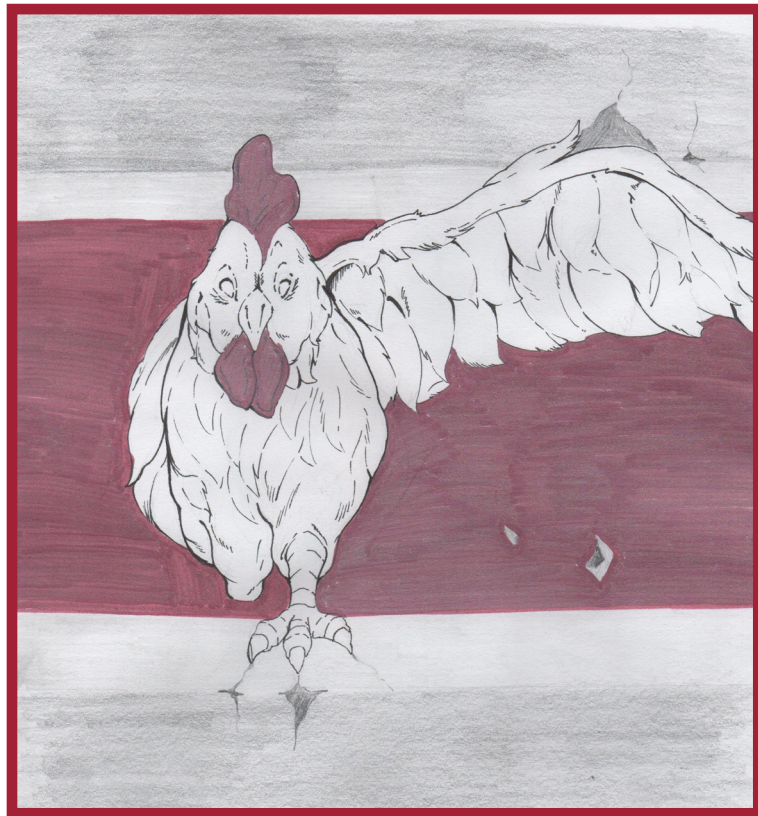
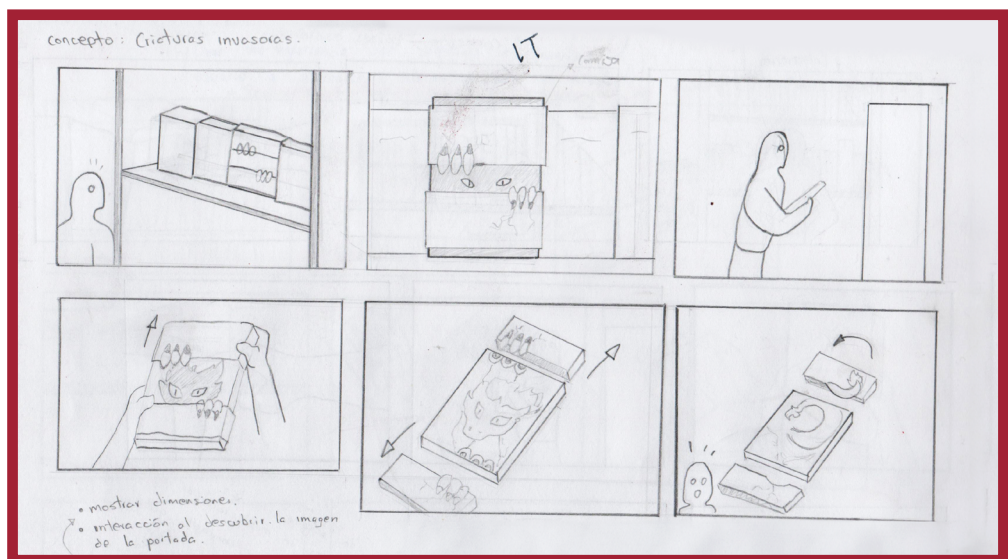


Figura 22. Storytelling - Criaturas invasoras



IDENTIDAD OCULTA

Identidad oculta evoca misterio y tradición, reflejando en una de las costumbres nacionales a un ser que se mimetiza con su entorno, oculta su rostro y, al mismo tiempo, revela su naturaleza a través de una máscara.

Este concepto nace a partir de dos elementos fundamentales: la forma humana y la máscara. La forma humana se emplea como base debido a su capacidad para conectar fácilmente con las personas, al representar al ser humano. Sin embargo, esta conexión se rompe al cubrir el rostro con una máscara, elemento clave para representar las leyendas. En Ecuador, las máscaras provienen de diversas tradiciones, empleándose principalmente en fiestas populares, danzas y ritos. Según el Centro Cultural La Moneda (CCLM, 2010), las máscaras han sido utilizadas históricamente como representaciones de animales, espíritus o deidades, funcionando como un medio para tomar la identidad de algún ente. La fabricación de máscaras varía según la festividad y el artesano, no existe una técnica fija. No obstante, las máscaras más costosas, generalmente destinadas a eventos importantes, se caracterizan por materiales sólidos y un mayor nivel de detalle visual. En este contexto, la máscara se considera un elemento familiar para el público nacional, fácilmente asociable con las leyendas y útil para la comunicación del concepto.

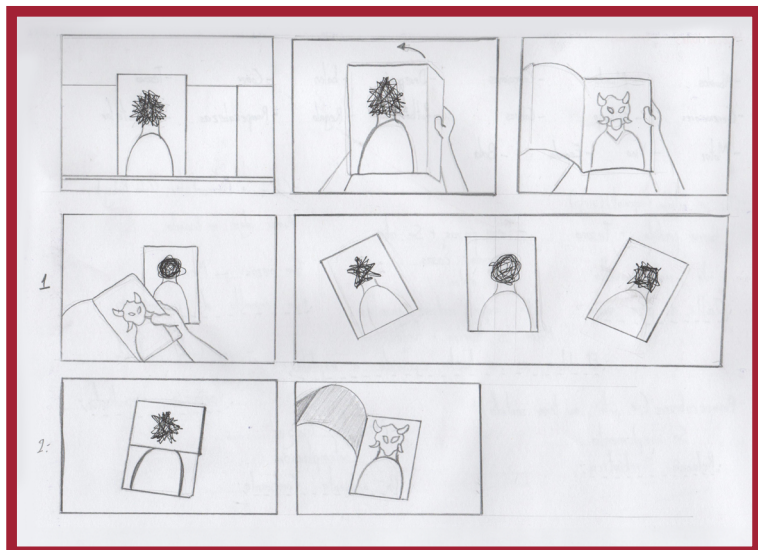
La forma humana se representa mediante figuras simples y angulosas, similares a una ilustración vectorial sin volumen, lo que establece uniformidad entre los elementos “humanos” y resaltan su cotidianidad. El fondo utiliza el mismo estilo gráfico, junto con formas de fuegos

artificiales en el cielo de la composición para evocar un contexto de celebración o festividad, asociado al uso de máscaras. Este enfoque se respalda en el artículo La retórica de la imagen de Roland Barthes (1964), que explica cómo los signos visuales comunican distintos mensajes según la experiencia y el conocimiento del espectador. En este caso, los fuegos artificiales, reconocidos culturalmente como símbolos de celebración, refuerzan eficazmente la situación que se busca representar. Por otro lado, la máscara se diferencia al romper con la estética del plano humano, presentando una estética más volumétrica y texturas que evocan los acrílicos y marcadores utilizados por artesanos ecuatorianos. Este contraste entre los planos humano y sobrenatural acentúa la dualidad del concepto. El funcionamiento se plantea mediante una portada y una sobrecubierta. La sobrecubierta cubre aproximadamente el 40% de la portada, dejando visible únicamente el torso del personaje. Esta cubierta posee un garabato que cubre el rostro, sugiriendo la idea de ocultar la identidad del personaje. Al retirar la sobrecubierta, se revela la ilustración completa de la máscara. Este concepto se plantea como una colección, donde cada libro posea una cubierta con un garabato distinto, lo que refuerza la noción de que cada libro esconde algo único. Este componente coleccionable se sustenta en el artículo La mente del coleccionista de Millet (2011), que explora la tendencia humana hacia las colecciones y cómo el conocimiento de que un producto forma parte de un conjunto motiva psicológicamente su adquisición. Esta característica añade valor al producto y fomenta su compra.

Figura 23. Concepto - Identidad oculta



Figura 24. Storytelling - Identidad oculta



2.2 Evaluación del concepto y estilo gráfico

Con los conceptos y estilos establecidos, se procedió a realizar su validación con las siguientes personas:

- Pablo Guzmán - Profesor de diseño gráfico en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador
- Gabriel Chancay - Profesor de diseño gráfico en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador
- Esteban Jara – Trabajador de Librimundi

Para el proceso de validación, se diseñaron fichas de evaluación con preguntas específicas relacionadas con el proyecto. Las personas previamente mencionadas fueron convocadas, con su consentimiento, se grabaron las conversaciones realizadas. Durante estas sesiones, se revisó

el trabajo desarrollado y se respondieron las preguntas correspondientes en las fichas de evaluación respectivas.

[\(Anexo 4\)](#) [\(Anexo 5\)](#) [\(Anexo 6\)](#)

Concepto 1: Fantasía enjaulada

Como concepto, esta propuesta presenta una aparente contradicción: la fantasía, caracterizada por su libertad y capacidad para volar que da, se opone a la idea de confinamiento. A nivel funcional, el diseño es simple pero eficiente, ya que la sobrecubierta sigue una lógica bastante intuitiva para los usuarios. No obstante, se requiere precaución, dado que, al cubrir completamente el libro, podría generar confusión y dificultar la interacción del usuario con el producto.

A nivel gráfico, enfocándose en la representación de la criatura, se necesita ajustar la cantidad de esta propuesta. Al tratarse de libros que recopilan varias leyendas, se debe reflejar gráficamente esta pluralidad. Se sugiere aumentar el

número de criaturas representadas para reforzar la naturaleza de “recopilación de historias” del libro.

En conclusión, esta propuesta es funcional y clásica en cuanto a funcionamiento, lo que aporta ventajas y desventajas. Aunque el sistema de la sobrecubierta resulta eficiente, se debe evitar confundir al lector con esta, ya que puede desincentivar al lector a interactuar con el producto. Se recomienda explorar formas de aumentar la interactividad, profundizando en los conceptos de encierro y ocultamiento. Por último, se sugiere experimentar con un sistema más robusto que incorpore más herramientas y elementos gráficos.

Concepto 2: Criaturas invasoras

A nivel de concepto es algo mucho más innovador y metafórico, juega bien con la narrativa que quiere presentar en el medio. Desde el punto de vista funcional, resulta ser la más atractiva de los tres conceptos, ya que invita a la interacción del usuario y es fácilmente identificable a primera vista. La separación del estuche o sobrecubierta respecto a la portada se logra de manera efectiva; sin embargo, se considera añadir elementos que faciliten al usuario comprender la lógica para manipular estos componentes.

Como experiencia, la participación del usuario es mucho más palpable, la única observación en este sentido de tener precaución en la representación gráfica de la criatura y su intento de invasión, ya que esto puede llegar a generar un efecto no deseado. Además, se recomienda evaluar el tipo de relación que el usuario tendrá con las sobrecubiertas/estuches, ya que, si estos elementos resultan molestos, fáciles de perder o poco prácticos, es probable que el usuario los abandone. A nivel gráfico, los estilos empleados logran un contraste efectivo entre la criatura y el espacio invadido. Se

considera un acierto el uso de una gráfica que simula muros de roca para representar el espacio, ya que transmite robustez y peso, justificando la intervención del usuario para removerlos. Adicionalmente, se recomienda aumentar la cantidad de criaturas que emergen del espacio. Esto permitiría reforzar la naturaleza de “recopilación” asociada a estos libros.

En conclusión, esta propuesta destaca por su originalidad y atractivo visual. Sin embargo, su funcionalidad requiere ajustes importantes. Se debe diseñar un sistema que facilite la manipulación de los elementos que cubren la portada, asegurando que sean cómodos y útiles para el usuario. De este modo, se evitará que dichos elementos sean desechados o perdidos con el paso del tiempo. A pesar de que la interacción con el usuario es relativamente alta, se sugiere implementar un sistema más robusto que profundice en el concepto de lo oculto presente en todas las propuestas, y que continúe con su narrativa de las portadas.

Concepto 3: Identidad oculta

El concepto presenta dificultades en su representación gráfica. Las máscaras y sus formas están profundamente arraigadas en el pensamiento colectivo ecuatoriano, lo que genera un desafío al intentar modificarlas para representar diferentes leyendas. Este intento podría

distorsionar la relación entre lo conocido y lo que se busca comunicar, lo cual plantea la necesidad de replantear el uso de las máscaras o, al menos, su representación gráfica. En términos de funcionalidad, esta propuesta resulta la menos atractiva de todas las planteadas.

Aunque utiliza elementos relacionados con el concepto de ocultar y revelar, no logra generar suficiente interés ni fomenta una interacción llamativa. En conclusión, esta propuesta se percibe como la menos innovadora en términos de funcionalidad y narrativa, debido a su obviedad, lo que afecta negativamente

su capacidad para generar expectativa. Para que esta propuesta funcione, es necesario reformular completamente la lógica gráfica del elemento de la máscara. Se recomienda explorar nuevas herramientas y recursos, priorizando aquellos que puedan integrarse al libro y su contexto de manera coherente.

Concepto y estilo gráfico elegido

A partir del análisis previo, se concluye que la propuesta seleccionada para el proyecto será “Criaturas invasoras”. En las validaciones realizadas se destacó como la opción más interesante en términos gráficos, funcionales y de interacción entre el usuario y el libro. Las observaciones señalan cambios factibles en el diseño, como el número de criaturas representadas. Se plantea una ilustración que incluya varias partes de diferentes leyendas (rostros, manos, brazos, patas, etc.), manteniendo así el concepto inicial y reforzando la idea de “varias leyendas” concentradas en un solo espacio. Los comentarios recibidos subrayan el acierto en la selección de estilos, tanto por su atractivo visual como por su coherencia con el concepto planteado. A diferencia de propuestas alternativas, como la número 3, esta no presenta conflictos semióticos entre los elementos visuales, lo que refuerza su efectividad.

Se destacan las observaciones realizadas por el docente Gabriel Chancay, quien enfatiza la importancia de fortalecer la propuesta mediante elementos complementarios que enriquezcan la narrativa o inviten al usuario a interactuar de manera más profunda con el libro. De igual manera, se toman los comentarios dados por la docente guía en el proyecto de titulación, por lo cual el proyecto se centrará en potenciar la exhibición del producto. En este sentido, se propone la creación de un espacio de exhibición exclusivo que complemente la narrativa de la portada, destaque el producto frente a la competencia y fomente la interacción del usuario con el entorno diseñado.

El estilo gráfico adoptado se inspira en colecciones de lujo reconocidas de libros de terror, como Drácula y Cuentos de Edgar Allan Poe. Asimismo, toma influencia del trabajo de ilustradores como Richey Beckett, cuya obra se distingue por el uso de un lineart sólido y detallado.

Figura 25. Exploración de la forma - Criaturas invasoras



2.3 Desarrollo del prototipo

La propuesta se centra en trabajar la presentación de los libros, abarcando tanto sus cubiertas como su espacio de exposición. Este enfoque aborda los tres campos fundamentales establecidos en los requerimientos de diseño. En primer lugar, renovar la percepción de los libros de leyendas nacionales, alejándolos de su asociación con el público infantil para adaptarlos a las preferencias de un segmento de mercado más maduro, específicamente jóvenes adultos de entre 18 y 25 años. Este objetivo se alcanza mediante el diseño persuasivo de portadas y espacio de exhibición, alineados con el concepto y estilo gráfico seleccionados.

En segundo lugar, se pretende mejorar el espacio de exposición, haciéndolo visualmente atractivo y estrechamente vinculado al tema del libro. Esto permite distinguir los libros de leyendas nacionales de otras propuestas en la librería, incentivando al usuario a examinar tanto los libros como el espacio. Para ello, se propone la construcción de un diorama de exhibición. Según Galia Staropolsky

(2016), los dioramas son representaciones tridimensionales de escenas, lugares o situaciones, ya sean reales o ficticias, y se han utilizado ampliamente para facilitar la comprensión y fomentar la inmersión de los observadores en temas específicos. El uso de dioramas como medio de exposición resulta relevante debido a su capacidad de estimular la imaginación del espectador, promoviendo un diálogo e interacción más profunda entre el usuario y el elemento exhibido.

En tercer lugar, se plantea la construcción de un sistema gráfico que integre todos los elementos del proyecto, siendo este sistema la colección de libros junto con el espacio de exposición. El sistema tiene como objetivo presentar el libro no solo como una obra individual, sino como parte de una colección única exhibida en un entorno exclusivo. La integración de estos elementos busca mejorar la percepción de valor del producto principal y fortalecer su competitividad frente a libros extranjeros.

COLOR

La paleta cromática se formó tomando de referencia aspectos mencionados por Sara Caldas (2021) sobre las diferentes percepciones del color. Para las portadas

Un negro rojizo con un matiz sutilmente rojizo, lo que lo diferencia de un negro puro, usado en el cuerpo de las ilustraciones (línea), ideal para evocar una atmósfera misteriosa y dramática y sofisticada; el leve matiz de rojo unifica el color con el resto de la paleta.

e ilustraciones se usa una paleta enfocada en el contraste entre colores. La paleta contiene los siguientes colores:

Un beige pálido con un ligero matiz amarillento llevado a un tono levemente amarillento. Este tono se usa como base de color para las ilustraciones de las leyendas, siendo fundamental para equilibrar colores más intensos y diferenciar la composición de las ilustraciones.



Un rojo intenso funciona como aliado para transmitir peligro y hostilidad, este será trabajado en pequeñas cantidades dentro de las ilustraciones, usado en zonas estratégicas de la ilustración que llamen al usuario a elementos concretos de las mismas. El uso medido evita crear un agobio visual.

Un terracota oscuro que se utiliza como complemento para el color rojo; este tono se usa para dar volumen y sombra a las ilustraciones sin romper la lógica cromática de la paleta, siendo un tono que aporta asociaciones sutiles y elegantes a las composiciones.

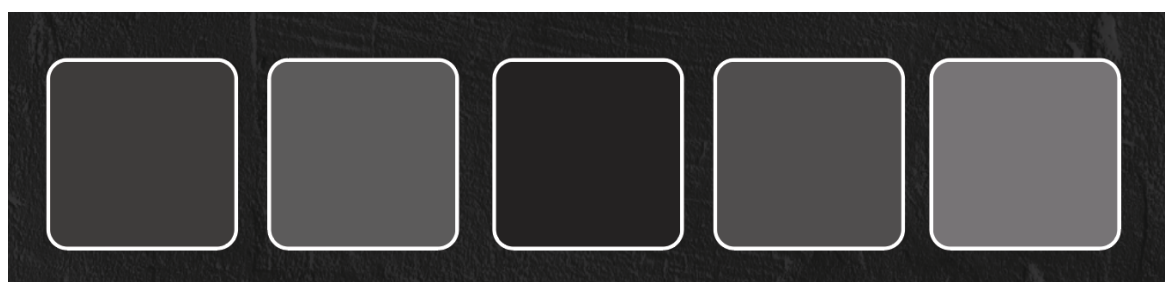
Figura 26. Paleta cromática

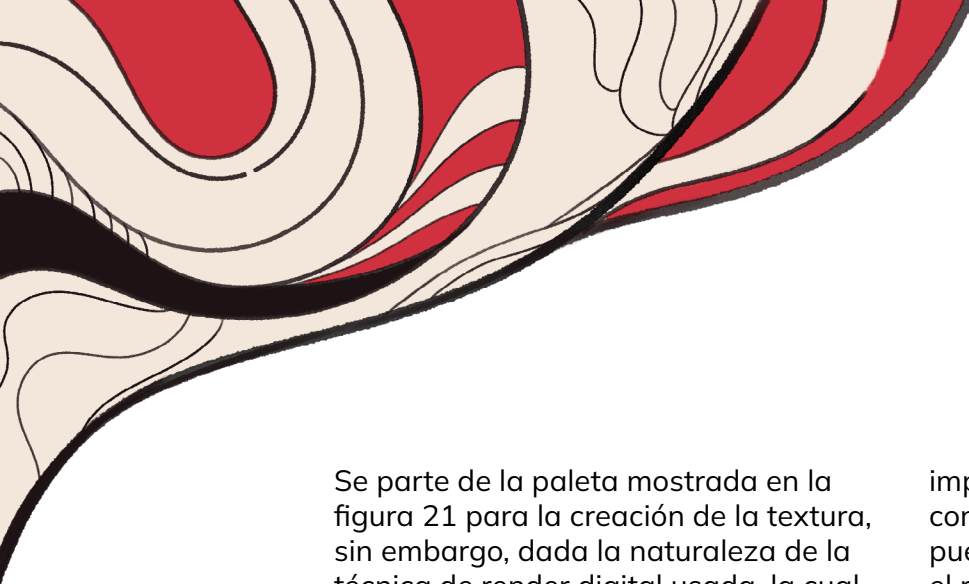


Se usa una segunda paleta dominada por tonos grises y negros para la creación de un render digital que simule la textura de un muro de piedra, esto con el

fin de jugar con el tono y crear la ilusión de textura por medio del contraste entre claros y oscuros.

Figura 27. Paleta cromática - Muro de piedra





Se parte de la paleta mostrada en la figura 21 para la creación de la textura, sin embargo, dada la naturaleza de la técnica de render digital usada, la cual

implica mezclar, sobreponer y difuminar constantemente los colores, los tonos pueden variar ligeramente en el resultado final.

TIPOGRAFÍA

Las tipografías mostradas a continuación se usarán en las portadas de los libros y en una guía de armado para el diorama de exposición.

La primera tipografía utilizada es Spectral, una fuente con serifas que evoca conceptos como tradición y lujo, elementos clave para fortalecer la reinterpretación de las leyendas nacionales que

se busca comunicar. En este caso, la tradición se resalta como un componente cultural que pone en valor las leyendas como patrimonio nacional, mientras que el lujo se asocia con la presentación del producto, posicionándolo como una colección exclusiva y de alta calidad. Con sus trazos contrastantes entre gruesos y delgados, Spectral aporta dinamismo y se empleará principalmente en titulares.

Figura 28. Tipografía Spectral

Spectral

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890 (.,!/?#\$%&*^@:;)

Penultimate

The spirit is willing but the flesh is weak

SCHADENFREUDE

3964 Elm Street and 1370 Rt. 21

<https://fonts-online.ru> info@fonts-online.ru

La segunda tipografía es Mulish, una fuente sans serif minimalista optimizada para formatos impresos y digitales. Su diseño garantiza una excelente legibilidad en tamaños pequeños debido a su mayor altura en el eje x y la consistencia de sus trazos en todos los caracteres. Estas características resultan especialmente útiles para textos en espacios

reducidos, como los lomos de los libros, donde es fundamental asegurar una lectura clara y efectiva.

Ambas tipografías fueron obtenidas del repositorio de Google Fonts, son de código libre y uso abierto, lo que permite su implementación sin restricciones legales o económicas.

Figura 29. Tipografía Mulish

Mulish

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890 (.,!/?#\$%&*^@::;)

Penultimate

The spirit is willing but the flesh is weak

SCHADENFREUDE

3964 Elm Street and 1370 Rt. 21

<https://fonts-online.ru> info@fonts-online.ru

PORTADAS

Para la creación de las portadas, se toma de referencia lo dicho en el libro Creación, diseño y producción de libros. Según Haslam (2007), la cubierta ejercer el mayor impacto visual, siendo la que saluda al posible lector, para este proyecto se usa una estructura tradicional de cubierta, lomo y contracubierta, de

forma que se pueda organizar mejor la información necesaria de estas secciones sin sacrificar la gráfica de la cubierta. Continuando con las indicaciones de Haslam (2007) y un análisis personal de diferentes portadas comerciales, se establecen los contenidos indispensables en cada sección.

Cubierta:

- Imagen
- Título
- Nombre del autor

Lomo:

- Título
- Logotipo de la editorial
- Imagen
- Nombre del autor

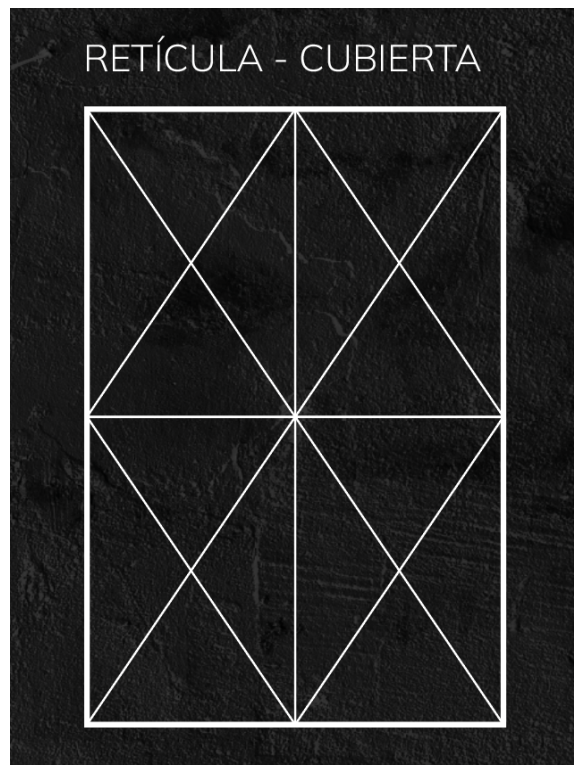
Contracubierta:

- Macheta (descripción y promoción del libro)
- Número ISBN
- Código de barras
- Imagen
- Lista de otros títulos

Se plantea el diseño de dos portadas, constituyendo una colección compuesta por dos ejemplares. En cuanto a la diagramación del contenido, se emplean dos tipos de retículas. La primera, extraída del libro Fundamentos del Dibujo Artístico (2019) y conocida como "Método Lorrain," se basa en una retícula cuadri-

culada que organiza el espacio mediante la división en medianas y diagonales. Este sistema facilita la creación de composiciones equilibradas y garantiza el orden de los elementos, asignándoles segmentos y dirección según los requerimientos de la ilustración,

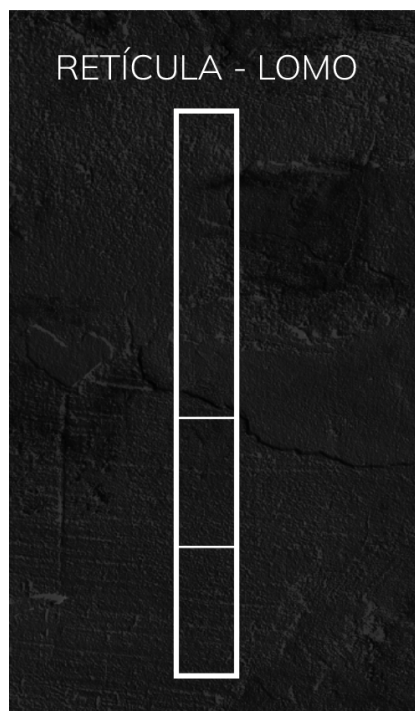
Figura 30. Retícula cubierta





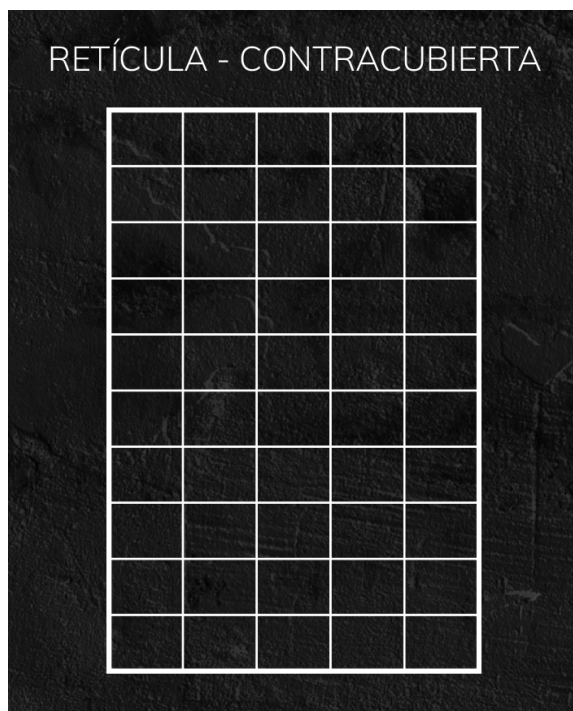
El segundo tipo de retícula, aplicada al diseño del lomo, toma como referencia los ejemplos presentados en el libro *Diseñar con y sin retícula* (2011). Esta retícula utiliza una estructura modular modificada, dividida en tres secciones con una proporción de 60-20-20 en la distribución del contenido. La zona superior, correspondiente al 60%, está destinada al título del libro, mientras que los dos módulos inferiores, que representan el 20% cada uno, se asignan al nombre

Figura 31. Retícula lomo



del autor y al logotipo de la editorial. La contracubierta usa una retícula modular modificada, usando 5 bloques verticales y 10 horizontales de igual grosor, dividiendo la composición en una retícula modular de 5x10, esto facilita un armado de contenidos más limpio, enfocando la información en los bloques centrales, mientras se usan las zonas laterales para implementar imágenes.

Figura 32. Retícula contracubierta



ILUSTRACIONES

En las ilustraciones, se incorporan dos elementos fundamentales. En primer lugar, la estructura de piedra que representa el plano “real” es desarrollada mediante técnicas de renderizado digital que simulan texturas, iluminación y formas realistas. Desde una perspectiva semiótica, esta técnica facilita al usuario la asociación de los elementos con objetos tangibles. Además, estas estructuras se inspiran en construcciones de piedra similares a las empleadas en iglesias emblemáticas de Ecuador, como la iglesia de San Francisco y la iglesia de Balbanera, esta última reconocida como la más antigua del país, edificada completamente con piedra desgastada.

En segundo lugar, se incluyen ilustraciones de criaturas caracterizadas por formas orgánicas y naturales. Estas se elaboran mediante una técnica centrada en los trazos (lineart), que utiliza únicamente líneas para delimitar el contorno exterior de las figuras y construir sus detalles interiores, conocidos como dintorno.

Para garantizar que cada criatura se distinga claramente de las demás, se analizaron diversas leyendas, seleccionando aquellas que pudieran interpre-

tarse gráficamente como seres, animales o monstruos con un cuerpo físico. Este enfoque busca mantener coherencia con el concepto de diseño “criaturas invasoras”. Finalmente, se seleccionaron seis criaturas como posibles protagonistas para las portadas.

- El demonio/diablo
- El gallo
- El toro
- La bruja
- La serpiente
- El fantasma

Para unificar visualmente todas las criaturas y representar el concepto de “invasión”, se incorpora un elemento gráfico adicional. Este consiste en una abstracción de “hileras de niebla” con contornos curvados que se integran en las figuras de las criaturas. Dicho recurso genera dinamismo en los personajes, reforzando la noción de “aparición y desplazamiento” a través del espacio. En este contexto, la línea curva transmite movimiento y dirección, además de establecer un contraste con el muro de piedra, cuya estructura se caracteriza por ser sólida y estática. A continuación, se desarrollaron aproximaciones gráficas de cada una de las leyendas seleccionadas.

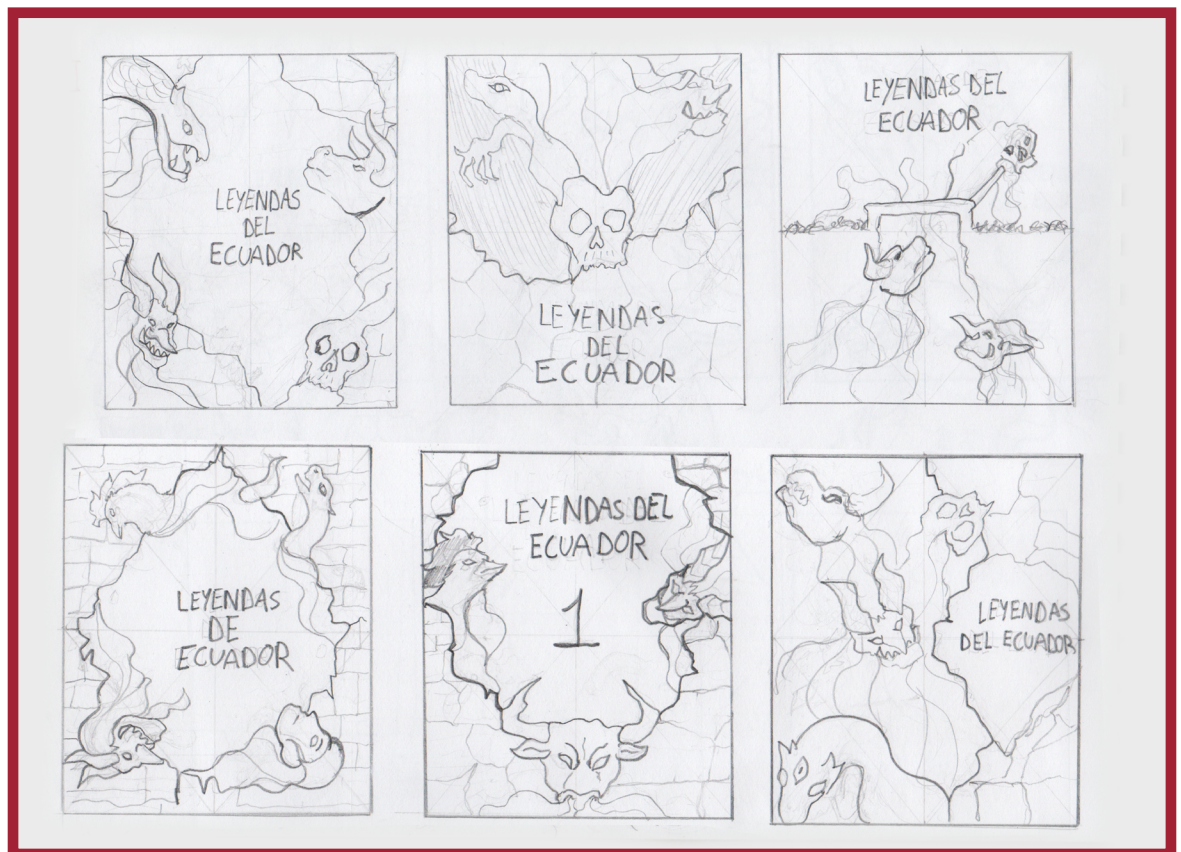
Figura 33. Bocetos iniciales - Criaturas



Tras definir los bocetos iniciales, se lleva a cabo una etapa de conceptualización y elaboración de posibles cubiertas. Para garantizar una composición visual atrac-

tiva y armónica, se emplea el “método Lorrain” como base. En esta fase, se generan bocetos preliminares que exploran diversas ideas para la portada final.

Figura 34. Bocetos iniciales -Portadas



Tras un análisis, se refinaron las propuestas más prometedoras.

Figura 35. Propuesta N1

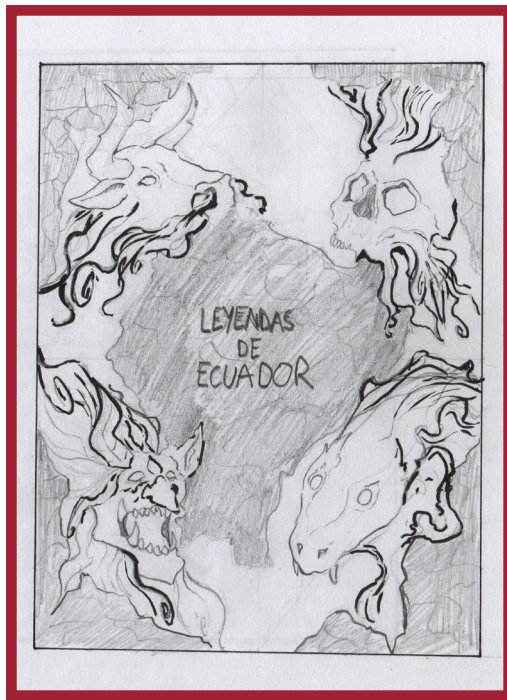
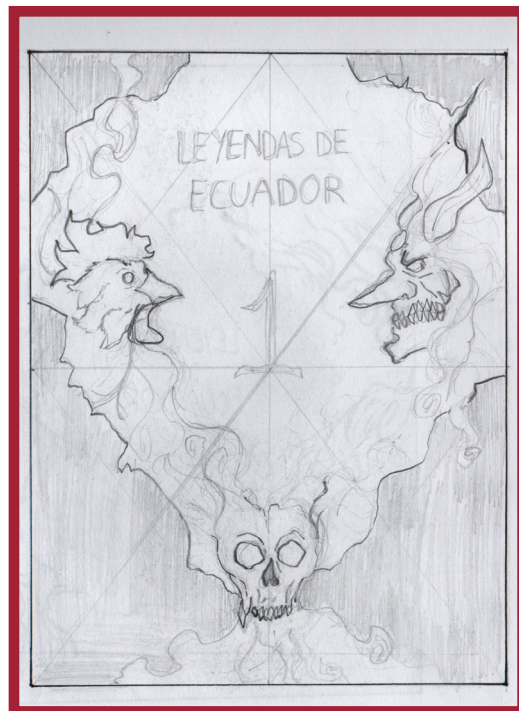


Figura 37. Propuesta N3



Figura 36. Propuesta N2



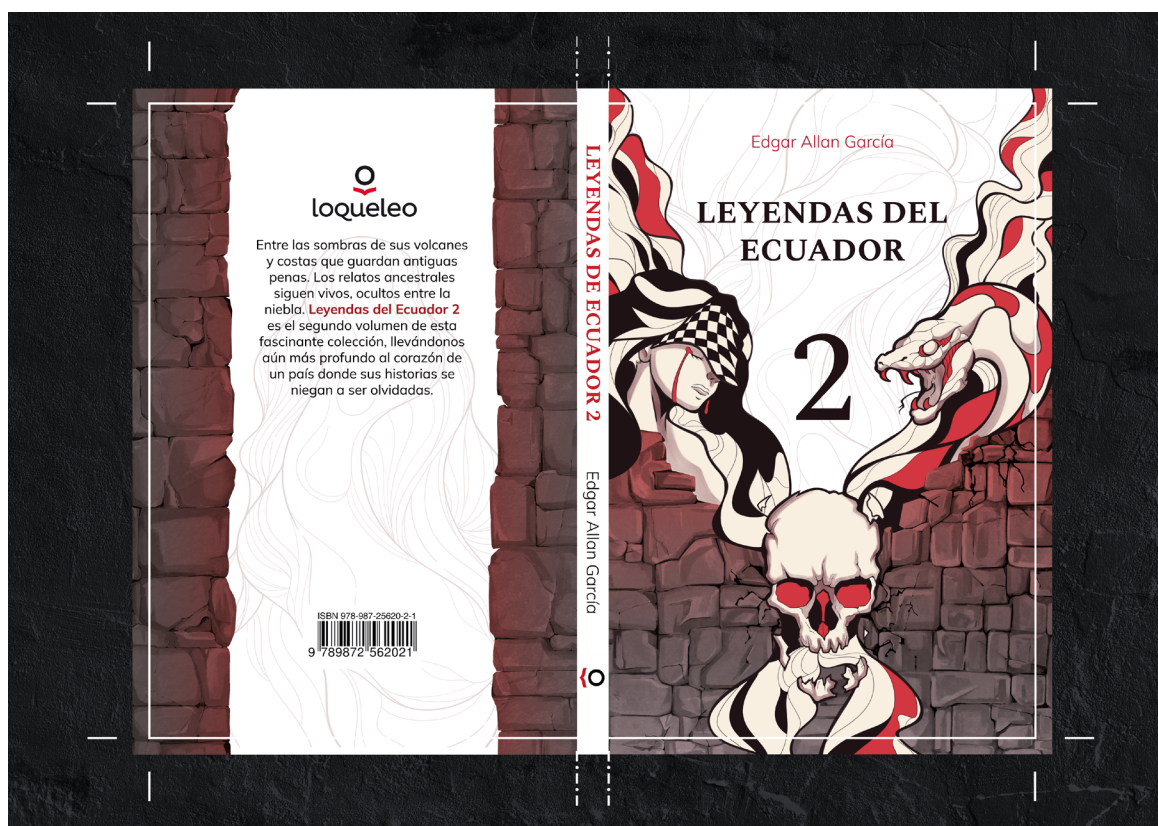
La propuesta número 2 (figura 30) fue seleccionada para su digitalización, proceso que se realizó utilizando el software Clip Studio Paint, especializado en ilustración digital. Las ilustraciones de las portadas, junto con la textura de piedra, se crearon en este programa. Posteriormente, fueron transferidas a

Adobe Illustrator para integrar los textos correspondientes y ensamblar los artes finales. Dado que el proyecto trabaja como un rediseño de las ediciones pertenecientes a la editorial Loqueleo, las portadas incluyen el logotipo de su línea de libros dirigida a lectores de 14 años en adelante.

Figura 38. Cubierta completa Leyendas del Ecuador 1



Figura 39. Cubierta completa Leyendas del Ecuador 2



DIORAMA

Un diorama se define como una representación tridimensional, ya sea realista o artística, que recrea una escena, situación o entorno. Estas estructuras son utilizadas en diversos contextos, ya sean educativos, de entretenimiento o de exposición. Según el estudio de BigChild Creatives (s.f.), el valor narrativo de un diorama no radica únicamente en los elementos visuales, sino en la forma en que estos se integran para dar coherencia a la historia que se desea transmitir, destacando su capacidad para evocar emociones. Esta cualidad resulta fundamental para el proyecto, ya que, desde

una perspectiva comercial, generar una conexión emocional con el cliente, captar su atención y curiosidad activa un estímulo que lleva al cliente a reflexionar sobre lo que observa, aumentando así la probabilidad de adquirir el producto (Frascara, 1997).

Como parte del proyecto, se plantea la construcción de un diorama de dos niveles utilizando planos seriados. Este enfoque se basa en el uso de estructuras bidimensionales organizadas en un orden específico con el objetivo de crear la ilusión de tridimensionalidad.



El diorama complementa la narrativa gráfica de las portadas al representar cómo las diferentes leyendas emergen del libro y adquieren forma en el espacio. El efecto de tridimensionalidad, combinado con la disposición de los libros, refuerza el concepto de “ser invadidos por seres sobrenaturales” que interactúan con nuestro plano. Además, la estructura base del diorama amplía el escenario del

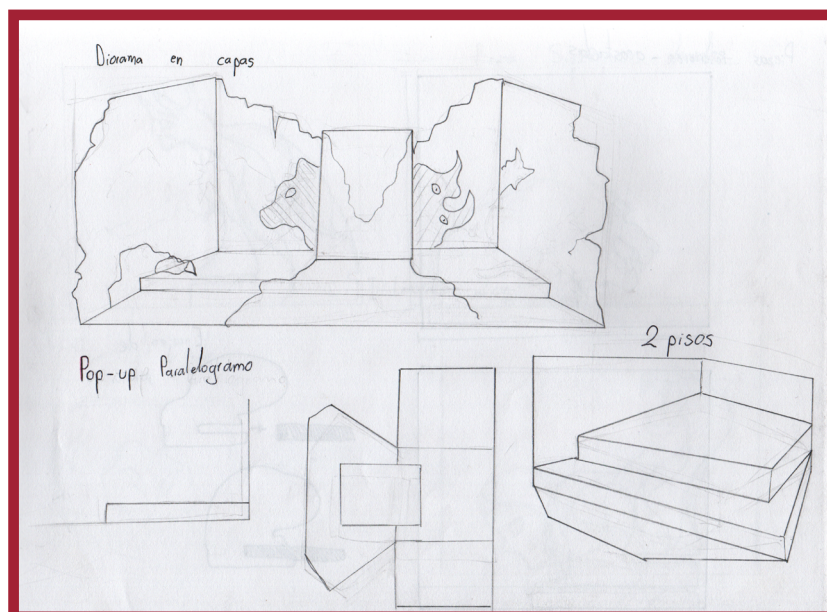
libro y utiliza la textura de “muro de piedra” para establecer una conexión visual entre las ilustraciones de las portadas y las estructuras del diorama, integrando ambos elementos de forma coherente. Se propone un modelo de diorama que funcione como exhibidor para la colección de libros, para esto, se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Dar un acceso cómodo para que el usuario tome el libro
- Mostrar ambos libros como elementos centrales
- Estar gráficamente relacionado con la narrativa/ilustraciones de la portada
- Ser capaz de mantener los libros en pie
- Expresar la idea de “leyendas” saliendo de los libros

Se realizaron bocetos sobre ideas iniciales para la construcción del diorama, se exploró formas y estructuras que podrían ayudar a la exposición de ambos libros manteniendo la intención de crear un juego visual tridimensional. La construcción del diorama se fundamenta en el

libro Pop-Up Design and Paper Mechanics: How to Make Folding Paper Sculpture (Birmingham, 2019). Se utiliza una estructura pop-up hexagonal como base; también son necesarias dos estructuras que sirven como pisos y lugar de colocación de los libros.

Figura 40. Bocetos iniciales del diorama



La textura de “muro de piedra” se utiliza en todas las piezas del diorama, dado que estas representan el “escenario” que las criaturas invaden. Para lograr este efecto, se emplearon como base los renders creados para las portadas de los libros, los cuales fueron clonados y editados utilizando Photoshop. Posteriormente, se realizaron retoques en las áreas más problemáticas con el objetivo de obtener un acabado más limpio.

Por otro lado, en una de las estructuras se incorporaron dos ilustraciones adicionales de criaturas: una formación de ojos con dientes y una calavera de caballo. Ambos elementos se desarrollaron a partir de bocetos iniciales que luego se digitalizaron mediante el mismo procedimiento aplicado en las ilustraciones de las portadas. Junto a esto, se realizó una ilustración de la niebla sola, esto para usarla como motivo tanto en el diorama y en las portadas

Figura 41. Bocetos criaturas del diorama



Figura 42. Arte - Niebla



Figura 43. Arte - Estructura N1

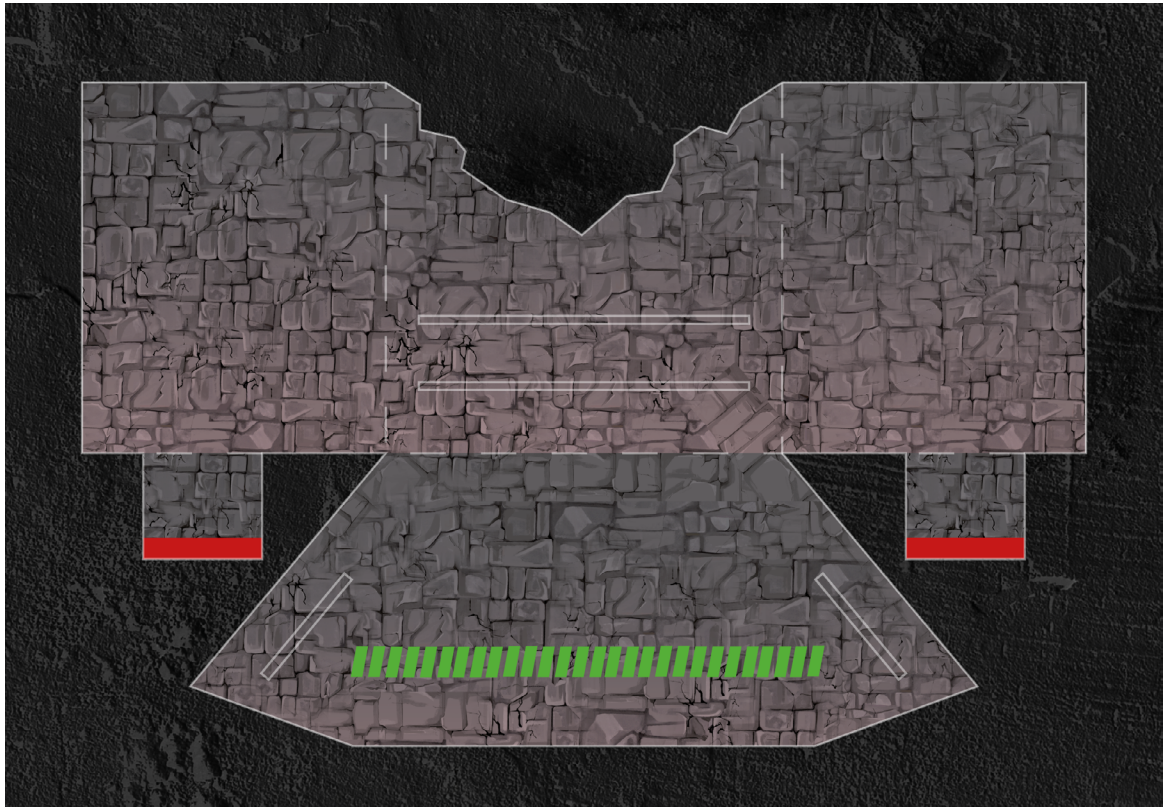


Figura 44. Arte - Estructura N2

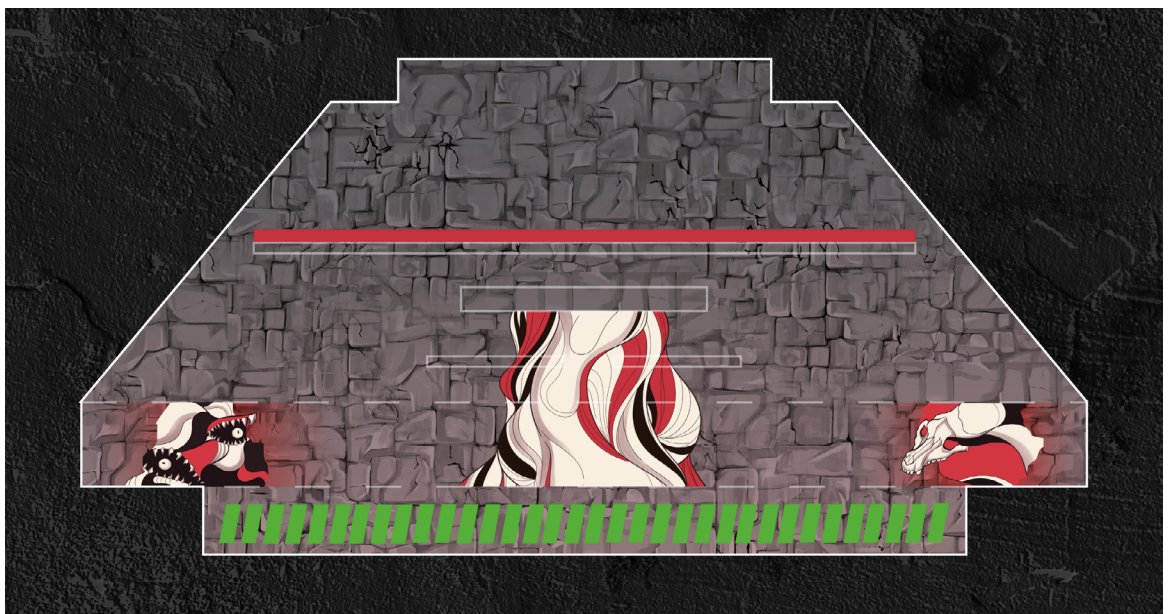


Figura 45. Arte - Estructura N3



PIEZAS DEL DIORAMA

El diorama incorpora un conjunto de cuatro piezas diseñadas con un mecanismo de pestañas de encaje, las cuales permiten la construcción de los planos seriados. Se distribuyen dos piezas en cada nivel del diorama, ubicadas frente al libro y a los lados, creando un efecto tridimensional que

complementa las ilustraciones de las portadas. El estilo gráfico de estas piezas se alinea con el utilizado en las criaturas en las portadas. Cada una de ellas simboliza una entidad presente en los libros de leyendas, específicamente un tigre, una monja, una serpiente y una mano espectral.

Figura 46. Bocetos iniciales – Piezas del diorama

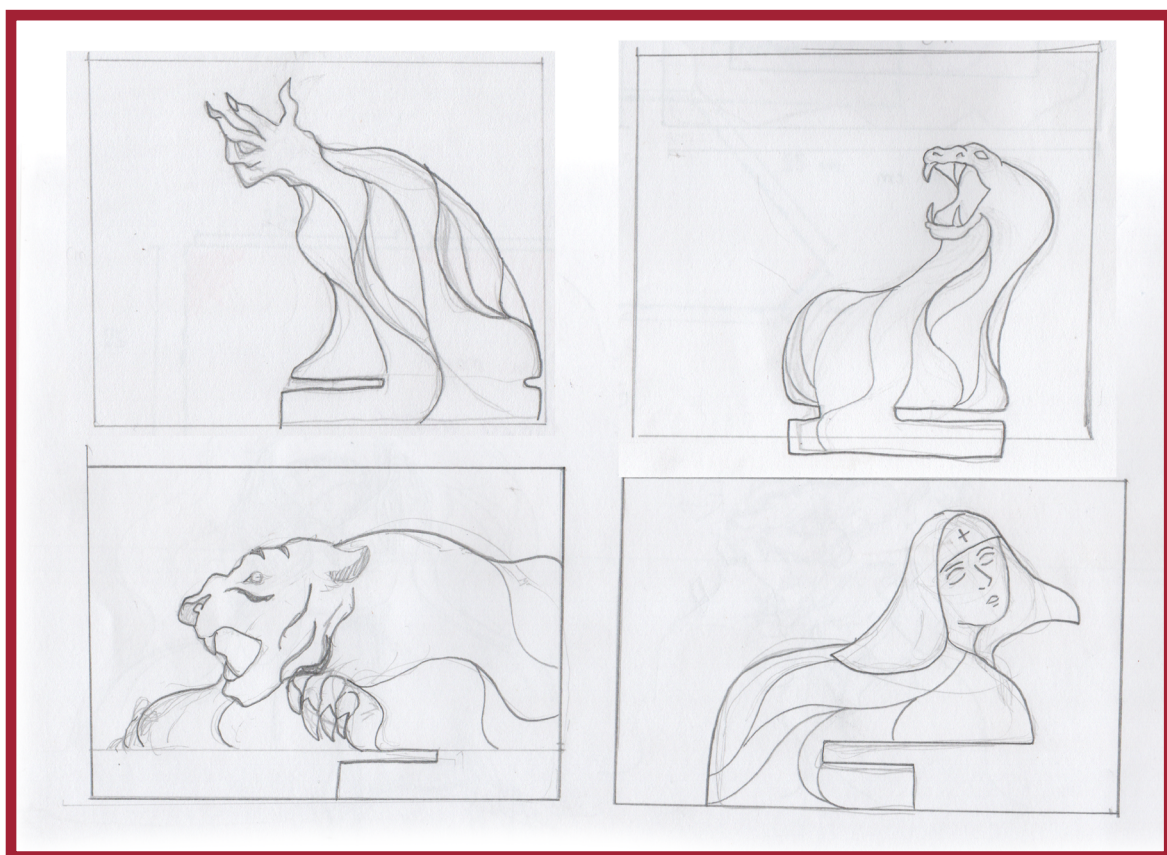


Figura 47. Planos tecnicos y Arte - Monja

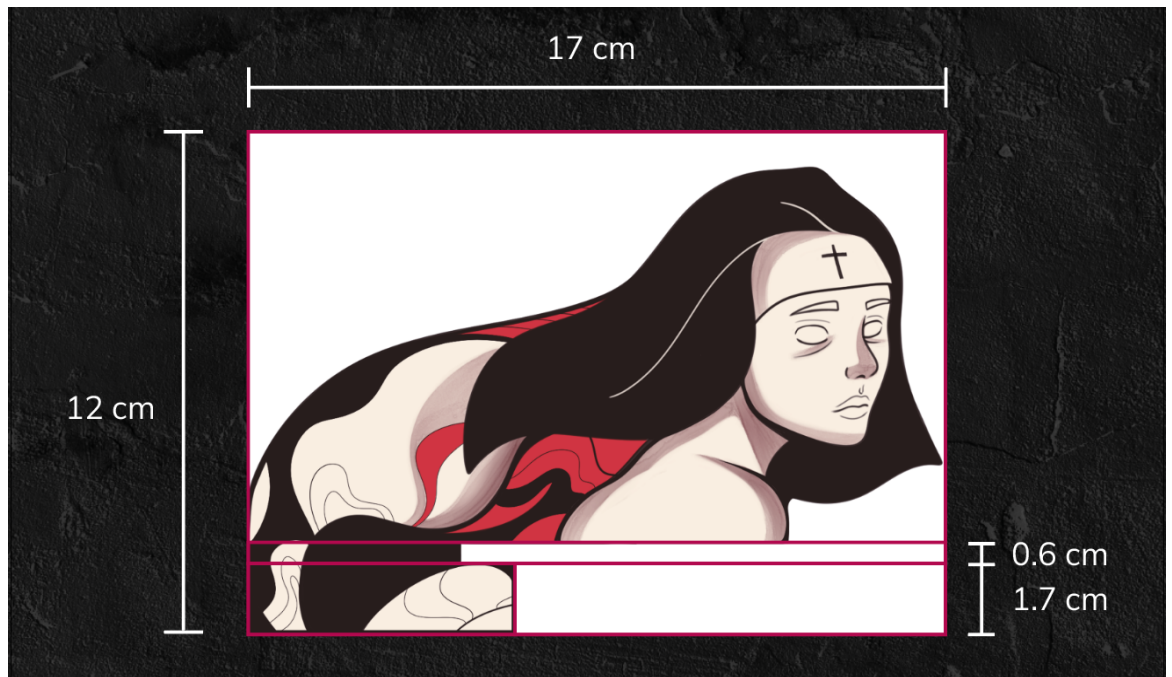


Figura 48. Planos tecnicos y Arte - Tigre

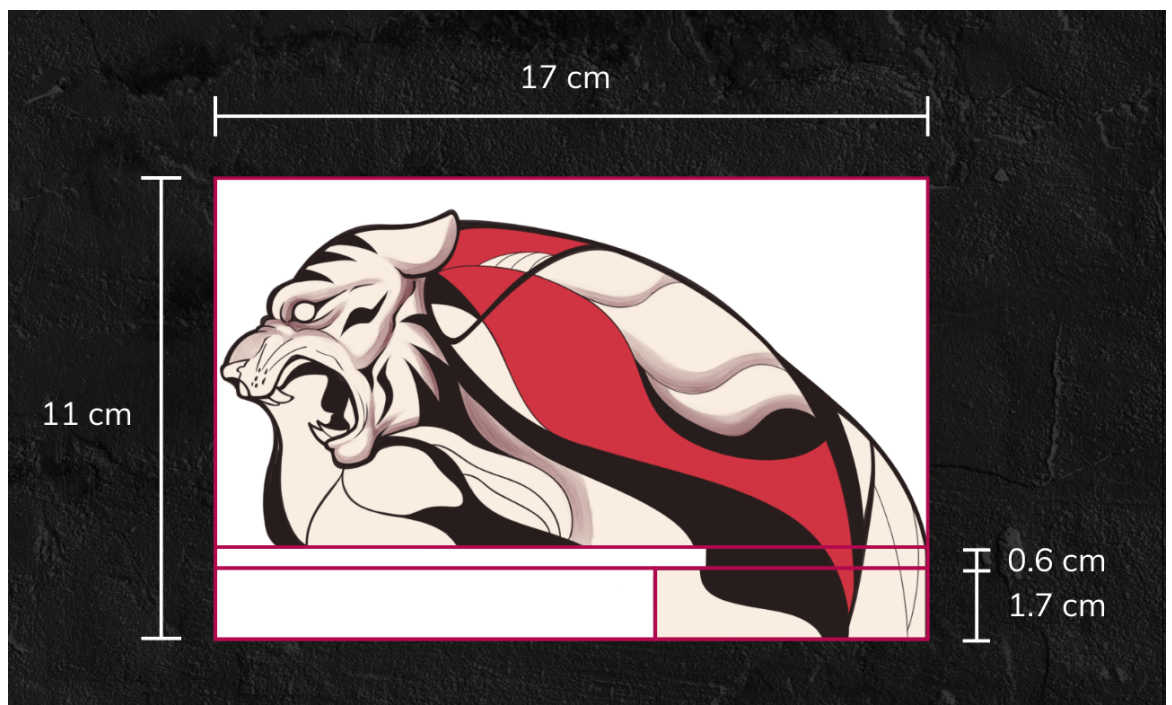


Figura 49. Planos tecnicos y Arte - Serpiente

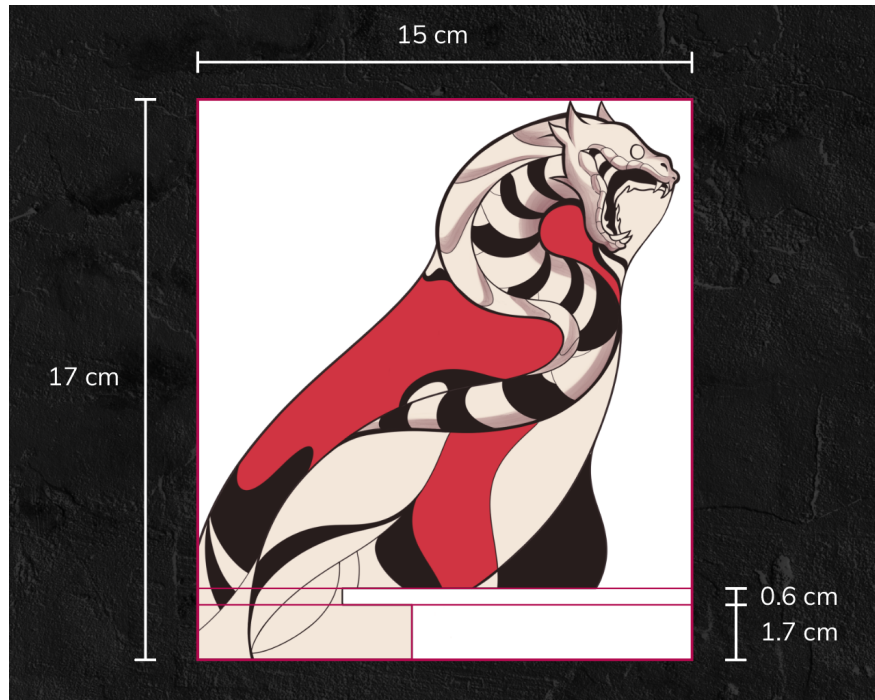
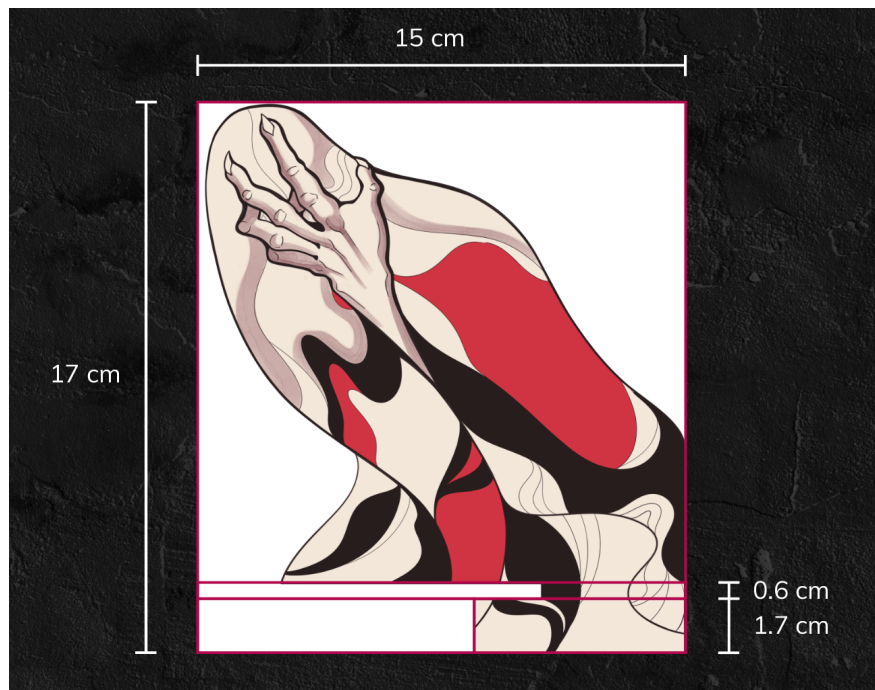


Figura 50. Planos tecnicos y Arte - Mano espectral



FOTOGRAFÍAS DEL PROYECTO

Figura 51. Diorama y libros



Figura 52. Portada 1

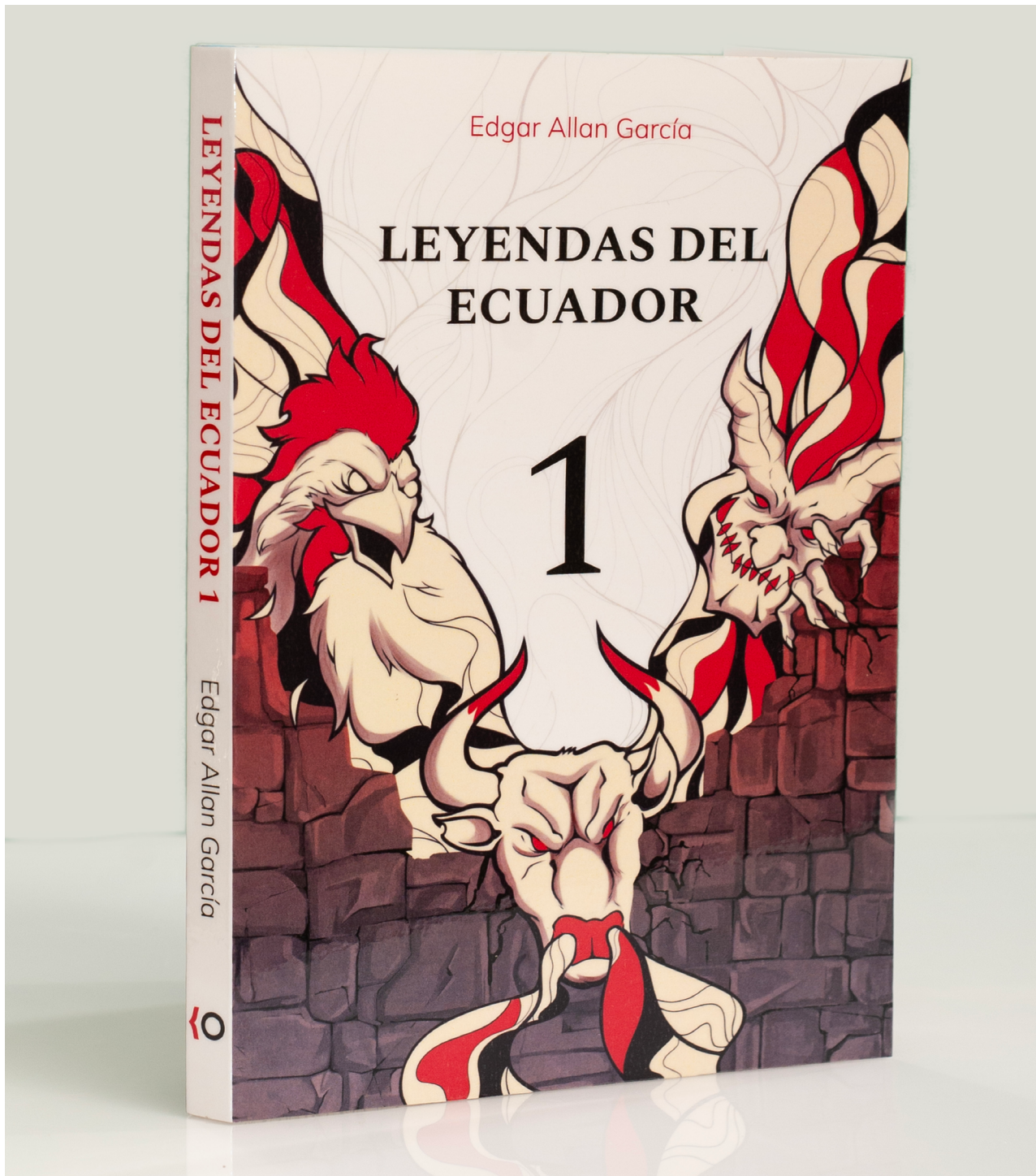
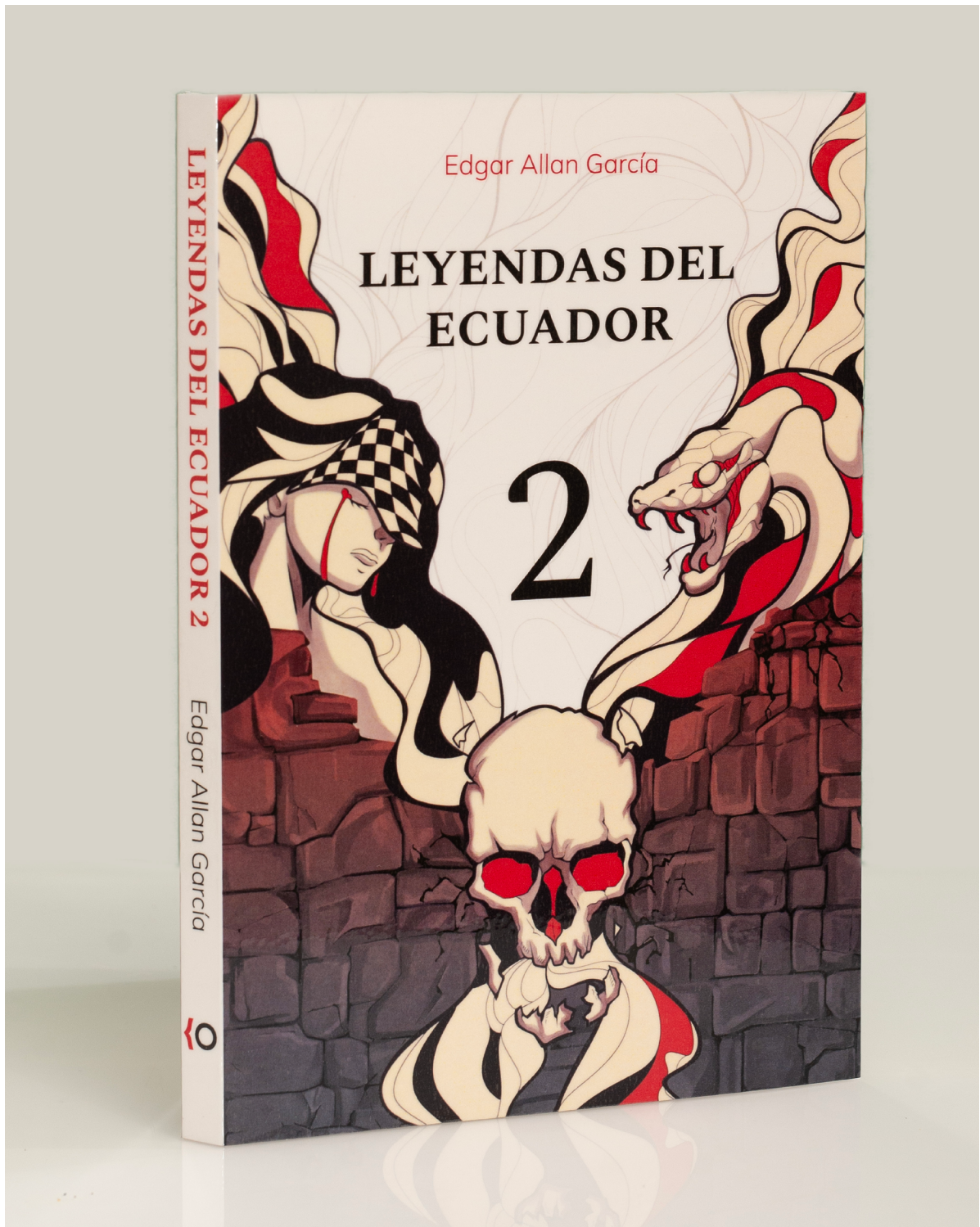


Figura 53. Portada 2



2.4 Detalles técnicos y de producción

En esta sección, se detalla aspectos de construcción y producción para el proyecto. Se considera aspectos como: ma-

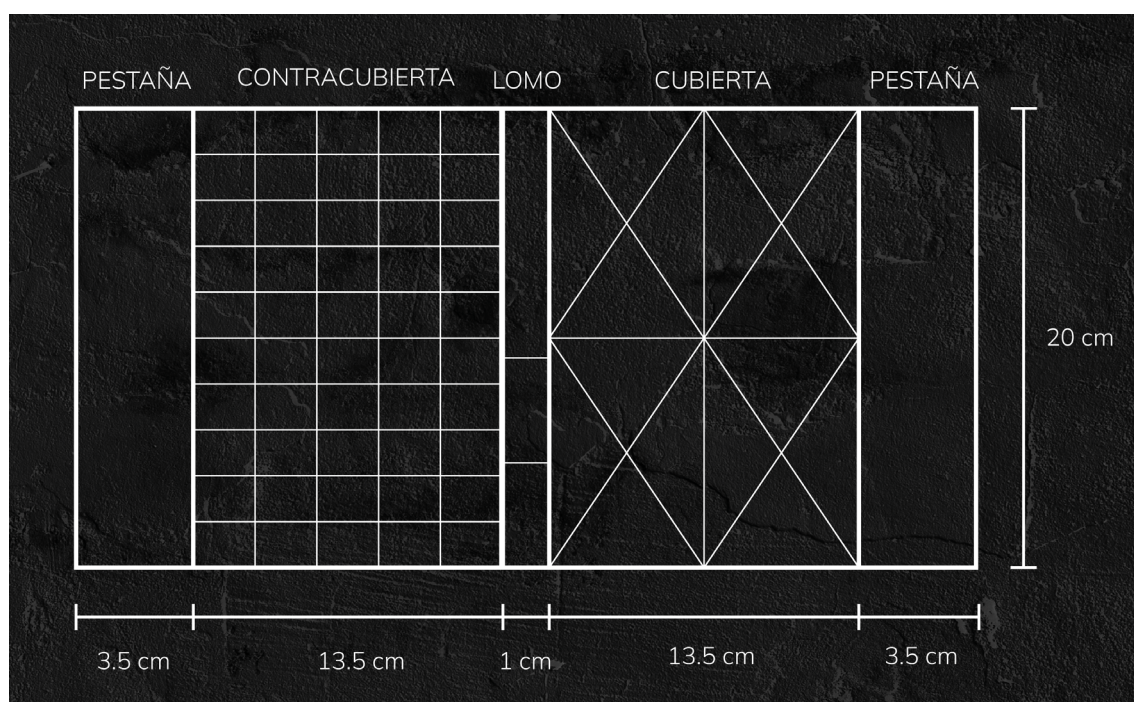
teriales, sistemas de impresión, terminados gráficos y su producción en masa.

PORTADAS

Las medidas utilizadas en las portadas se determinan en función de la cubierta, el lomo, contracubierta y las pestañas, manteniéndose iguales a las de la colección de libros original en la que se basa el proyecto. Esto se debe a que el

rediseño plantea ofrecer un nuevo enfoque gráfico para dichos libros. Los libros poseen un grosor de 1 cm, mientras que, tanto la cubierta como la contracubierta comparten las mismas dimensiones.

Figura 54. Planos técnicos - Portadas



En cuanto a la producción, se empleó tecnología de impresión láser sobre papel couche de 150 gramos. Asimismo, se aplicó un laminado brillante en ambas portadas con el propósito de resaltar

los colores y proteger el sustrato, lo que resultó en un producto con menor susceptibilidad a manchas gracias a este acabado.

Figura 55. Papel Couche



Para la producción en masa, la impresión Offset se plantea como la opción más adecuada. Este método destaca por su excelente calidad y su costo unitario reducido en grandes volúmenes. Es especialmente eficaz para captar los colores en papel couche y permite la implementación de acabados adicionales, como el

laminado. Cabe señalar que la impresión Offset requiere planchas de impresión, lo que la convierte en una alternativa ideal para pedidos de alta demanda, como sería el caso de nuevas ediciones de libros, generalmente a partir de un mínimo de 500 ejemplares.

DIORAMA

El diorama se compone de 3 estructuras, todas con cortes y pestañas que servirán como anclas para sostener la estructura

usando un mínimo de pegamento. A continuación, establecen las medidas que se maneja en cada estructura.

Figura 56. Planos técnicos - Estructura N1

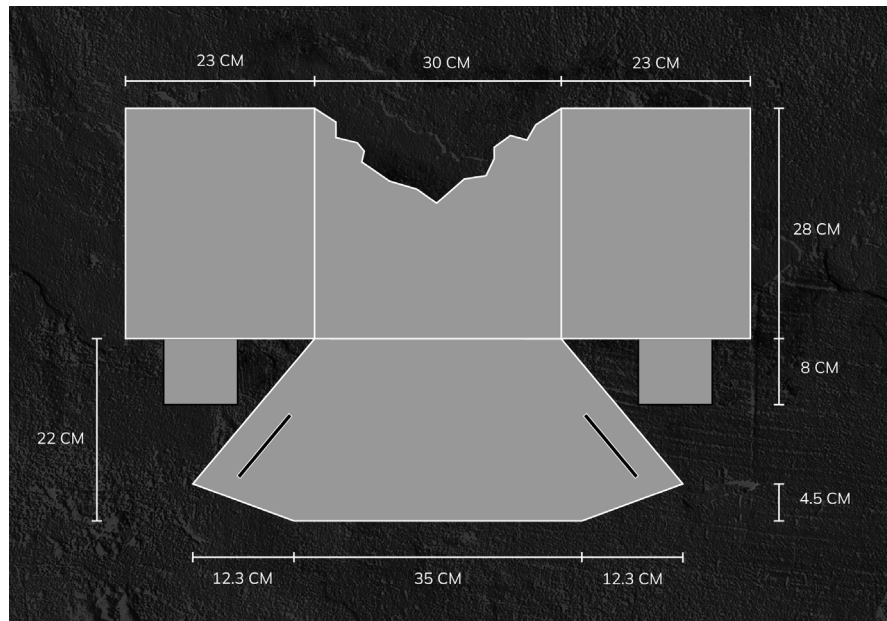


Figura 57. Planos técnicos - Estructura N2

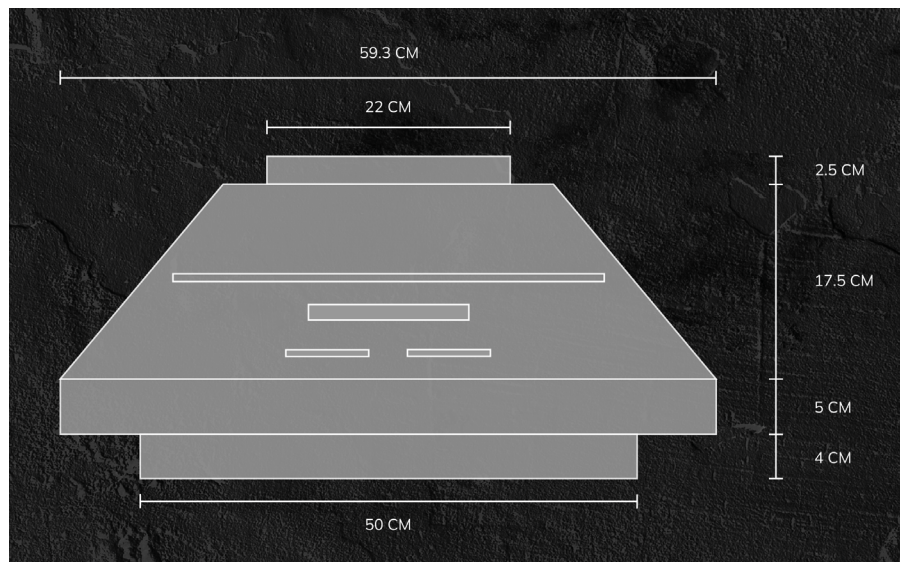
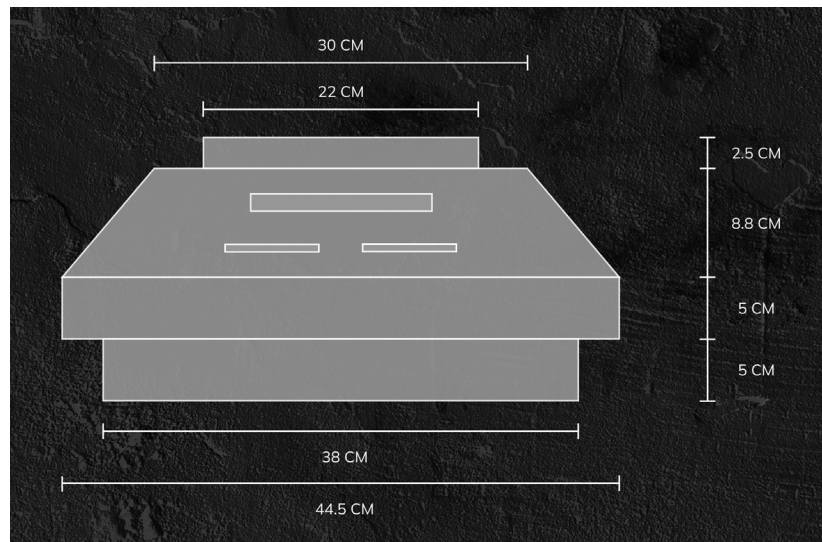


Figura 58. Planos técnicos - Estructura N3



Se emplearon láminas de cartón corrugado de 5 mm de grosor, debido a que la estructura requiere una resistencia adecuada para soportar su propio peso sin depender de pegamento. Este tipo de material proporciona un equilibrio entre solidez y capacidad de deformación, permitiendo realizar dobleces sin comprometer su integridad. En este sentido, un materiales más gruesos podrían generar dificultades al momento de plegar, mientras que un cartón más delgado corre el riesgo de partirse o deformarse. Además, la estructura interna del cartón corrugado aporta un soporte adicional, lo que mejora su resistencia.

Se coloca el sticker sobre las láminas de cartón y estas son cortadas mediante una cortadora láser. Las piezas del diorama se fabricaron siguiendo el mismo procedimiento aplicado a las estructuras: imagen en sticker adhesivo, laminado y procesadas por cortadora láser. Una vez listas las piezas de cartón con sus respectivas imágenes, se

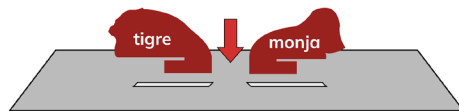
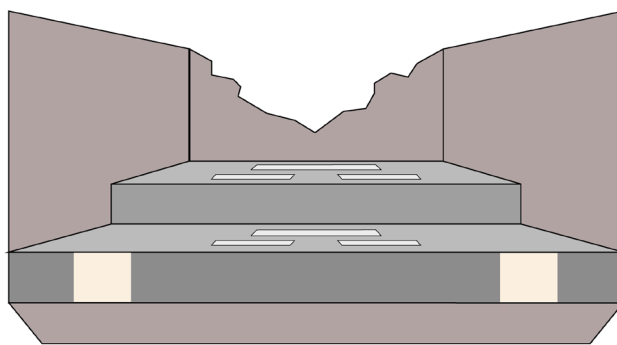
detalla el procedimiento de ensamblaje. El diseño del diorama se concibió para minimizar el uso de pegamentos, por lo que las estructuras incluyen cortes y pestañas que, al encajarse, forman y sostienen la estructura por sí mismas. Sin embargo, se identificó una pestaña específica que requiere el uso de adhesivo o pegamento para garantizar su estabilidad.

Para la producción en masa, se recomienda conservar este mismo proceso, el uso de stickers adhesivos representa una solución más económica en comparación con otros sistemas de impresión directa sobre cartón. Esto se debe a las dimensiones específicas que requiere el diorama. Por otro lado, las láminas de cartón continúan siendo el material más adecuado para su fabricación. Aunque el laminado no es un requisito obligatorio, al igual que en el caso de las portadas, resulta útil como medida adicional para proteger el sticker y mejorar su durabilidad.

Figura 59. Lámina de cartón corrugado

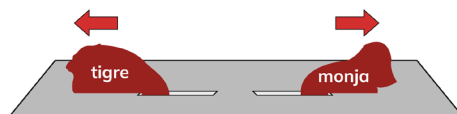


Figura 60. Esquema de ensamblaje



Para colocar las piezas no se necesita ningún tipo de pegamento.

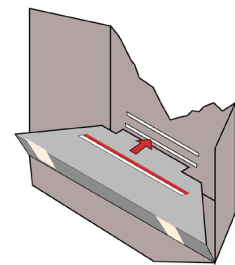
En el primer piso (estructura N2), con un poco de fuerza, introduce la pieza en la ranura.



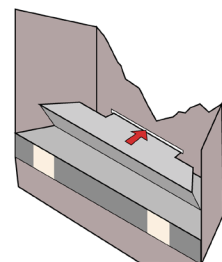
Empuje la pieza hasta el borde lateral, repita el mismo proceso con las piezas mano y serpiente en el segundo piso (estructura N3).



Levanta las caras laterales e introduce las pestañas en las ranuras de la base, usa fuerza moderada para encajar estas pestañas lo máximo posible.



Asegure la estructura N2, doble con cuidado la e inserte la **pestaña** en el **corte inferior** en la pared de la base.



Inserte la pestaña de la estructura N3 en la N2, doble con cuidado la estructura e inserte la **pestaña** en la **ranura superior** en la pared de la base.

GUÍA DE ARMADO

Se considero pertinente la creación de una guía de armado para facilitar el trabajo de los trabajadores encargados de armar este diorama en las librerías. La guía se diseña en un formato A4 y organiza las indicaciones de manera segmentada según cada una de las estructuras del diorama, lo que facilita la comprensión de las instrucciones. Al inicio de cada sección se presenta el resultado esperado, seguido de

las indicaciones detalladas para el proceso de armado. Para elaborar las representaciones gráficas de las instrucciones, se considera lo expuesto por Dondis (1992, p. 85), priorizando imágenes que asemejen una versión simplificada y realista del diorama. Estas ilustraciones se complementan con pequeños textos explicativos que refuerzan la claridad de las indicaciones.

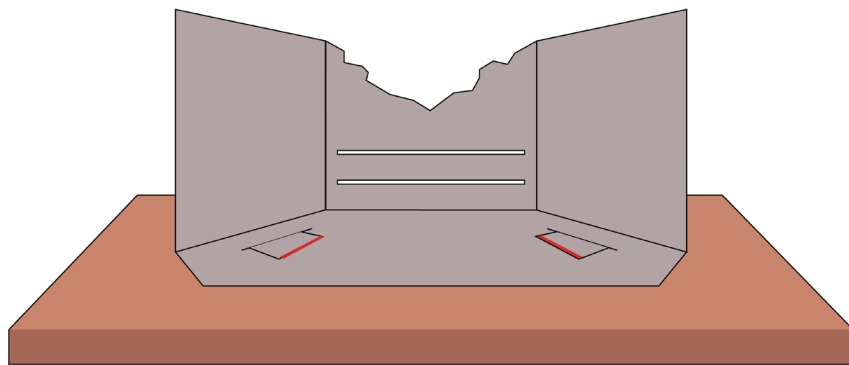
Figura 61. Portada de la guía de armado



Figura 62. Página 2 de la guía de armado

GUÍA DE ARMADO – RESULTADO ESTRUCTURA N1

Base armada del diorama de exposición

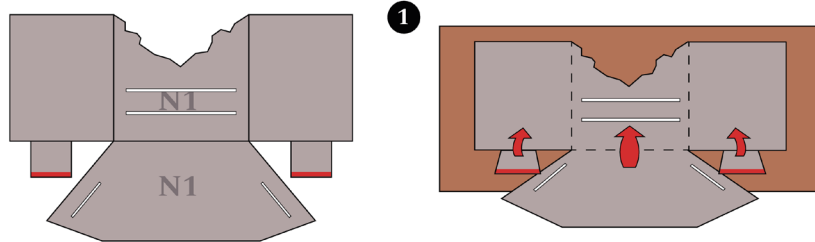


Aviso: Esta es una representación simplificada del diorama de exposición, existen detalles que no son visibles aquí, pero se mostrarán en las siguientes guías según sea necesario.

Figura 63. Página 3 de la guía de armado

GUÍA DE ARMADO – ESTRUCTURA N1

--- Doblar



Estructura N1

Coloca la estructura N1 en una base plana, levanta las pestañas laterales y la base, realiza los dobleces en las zonas señaladas en esta guía.



Levanta las caras laterales e introduce las pestañas en las ranuras de la base, usa fuerza moderada para encajar estas pestañas lo máximo posible.

Esta guía se entregará en formato digital como un archivo PDF, esto con el fin de reducir costos innecesarios; se puede acceder al instructivo por medio de una

pequeña tarjeta con un código QR, esta se produce por medio de impresión laser en una cartulina blanca mate.

Figura 64. Planos técnicos y arte - Tarjeta con código QR



PRESUPUESTO

Para el cálculo de los presupuestos, se consideraron dos perspectivas. En primer lugar, se evaluó el costo del proyecto desde la perspectiva de los estudiantes, incluyendo todos los gastos asociados al mantenimiento de una persona, como vivienda, alimentación y servicios

básicos, etc. Este análisis abarcó los dos periodos académicos necesarios para completar la investigación y el desarrollo del proyecto, equivalentes a 8 meses de trabajo, 240 días laborables con un promedio de 4 horas de trabajo diarias.

Tabla 2. Tabla de presupuesto – 8 meses

| | |
|--------------------------|--------------------|
| Honorarios profesionales | \$9800 |
| Transporte | \$69 |
| Prototipos | \$140 |
| Equipos de oficina | \$0.10 |
| Servicios básicos | \$0.04 |
| Otros | \$0.04 |
| TOTAL | \$10 009.18 |

El resultado de esta primera evaluación indicó un costo total de 10.010 dólares para el periodo de 8 meses; esta cifra toma en cuenta el precio del prototipo requerido, que fue de 140 dólares. En segundo lugar, se analizó el costo del proyecto en un contexto profesional

realista donde se cobra por el servicio de diseño. Considerando la escala del proyecto, se estimó un periodo máximo de ejecución de 2 semanas, correspondientes a 10 días laborales con 8 horas diarias de trabajo.

Tabla 3. Tabla de presupuesto – 3 semanas

| | |
|---------------------------------|-----------------|
| Honorarios profesionales | \$700 |
| Costos fijos | \$131.10 |
| Imprevistos (10%) | \$85.80 |
| Equipos de oficina | \$0.12 |
| Servicios básicos | \$16.08 |
| Otros | \$16.08 |
| TOTAL | \$1 000 |

El resultado mostró que el servicio de diseño para un proyecto de esta magnitud tendría un costo de 1000 dólares, considerando un margen de rentabilidad del 20%. Este costo se plantea para una casa editorial como Loqueleo, una editorial grande con presencia internacional. De acuerdo con información de FinModelsLab (s.f.), las editoriales suelen destinar presupuestos de marketing entre 10,000 y 100,000 dólares, lo que hace que el precio del proyecto sea fac-

tible para la organización. En cuanto a la producción, se analizó específicamente el costo del diorama, tomando como referencia el mercado ecuatoriano. Se estimó un tiraje de 20 unidades para su distribución en las principales cadenas de librerías del país. La siguiente tabla incluye el costo de impresión, envío, manejo de un solo diorama si se lo imprime en masa, también se plantea una inversión adicional del 10% para supervisión.

Tabla 4. Tabla de presupuesto – Producción y envío de diorama (1 unidad)

| | |
|--------------------------|----------------|
| Impresión | \$24.50 |
| Envío | \$7 |
| Supervisión (10%) | \$3.65 |
| Embalaje y manejo | \$5 |
| TOTAL | \$40.15 |

El análisis consideró un margen para imprevistos y el respectivo descuento por volumen(20 dioramas), resultando en

una inversión estimada entre 800 y 850 dólares para la producción y distribución de los dioramas a nivel nacional.

2.4. Evaluación de la propuesta

Para el proceso de validación, el prototipo fue presentado a expertos en diseño gráfico con el propósito de recibir observaciones considerando los conceptos teóricos aplicados. En primera instancia, se indicó cambiar el velcro como material para ensamblar el diorama de exposición, lo que motivó la búsqueda de alternativas basadas en mecanismos pop-up para eliminar la dependencia de este material. Finalmente, se realizaron modificaciones en las estructuras del diorama, permitiendo un ensamblaje estable mediante el encaje estratégico de pestañas, complementado por una sola sección que requiere pegamento.

En términos visuales, se identificó la falta de impacto en las ilustraciones de las criaturas. Para abordar esto, se trabajó desde dos perspectivas. En el ámbito estructural, se ajustaron el tamaño y la posición de las piezas en el diorama. En el ámbito gráfico, se añadió un sombreado para dar volumen a las criaturas, haciendo sus formas más evidentes y atractivas. Además, se destacó la necesidad de contar con una guía de armado que facilite el ensamblaje del diorama, la cual fue validada posteriormente por los usuarios. Todas estas observaciones

fueron incorporadas durante el proceso de desarrollo, resultando en los archivos finales presentados en este documento.

Una vez realizados todos los cambios se mostró el producto impreso final, las validaciones se realizaron con apoyo de una encuesta con preguntas específicas a nivel de ilustración, impacto visual, composición, legibilidad e impresión. A nivel de ilustración, los resultados son sobresalientes, la composición de los elementos ayuda a tener una organización muy limpia tanto de imágenes y textos. El color elegido

en la paleta crea un buen equilibrio y ayuda a centrar la atención en el rojo, protagonista indiscutible de las piezas. La legibilidad de los textos es sobresaliente, no existen problemas en la lectura y se ha jerarquizado correctamente titulares y textos secundarios. A nivel de impresión se realizaron correcciones en él envió de los artes de las portadas y se recomendó verificar mejor la gestión de color, ya que, tanto por el método de impresión y los acabados, el diorama y las portadas tienen una variación de color.

Figura 65. Proceso de validación con experto



Las siguientes validaciones se llevaron a cabo con lectores dentro del rango etario establecido para el proyecto, junto con el comitente que colaboró en su desarrollo. Durante las entrevistas, los participantes examinaron tanto los libros como el diorama y procedieron a ensamblarlo, lo que permitió obtener retroalimentación detallada sobre el diseño y los acabados gráficos. Al finalizar, se realizaron encuestas con preguntas específicas sobre el funcionamiento y el impacto visual del proyecto. En general, los usuarios valoraron positivamente el rediseño de la colección, destacando su carácter atractivo y distintivo en comparación con los ejemplares que normalmente ven en las librerías. El enfoque en las ilustraciones facilitó una conexión emocional con los participantes, quienes encontraron elementos familiares que asociaron con leyendas conocidas.

Respecto al diorama, los usuarios realizaron dos observaciones principales. Primero, señalaron que los cortes de la base eran poco visibles, por lo que se recomendó incrementar la altura de la estructura para hacerlos más notorios. Segundo, mencionaron que las ilustraciones del toro en el primer y segundo libro

estaban parcialmente ocultas, sugiriendo ajustes en la altura o el piso de las estructuras para mejorar su visibilidad. En cuanto a la guía de armado, se identificó la necesidad de incluir una página inicial que enseñara todas las piezas del diorama. Asimismo, se propuso mejorar la representación de las piezas en la sección de las instrucciones y añadir ayudas visuales para facilitar su identificación. Estas recomendaciones fueron implementadas mediante representaciones gráficas más detalladas y la inclusión de franjas de colores para diferenciar las estructuras con mayor claridad.

Finalmente, con el apoyo del comitente, el diorama de exposición fue exhibido temporalmente en un espacio designado dentro de la librería. Se destacó que sus dimensiones, tanto en altura como en anchura, resultaron adecuadas para el área prevista. En cuanto al precio sugerido de los libros, el experto consultado menciona un rango entre los 10 dólares, una percepción que coincidió con la de los usuarios, quienes establecieron un rango de gasto entre 10 y 20 dólares. Esto se alinea con la capacidad de gasto del usuario objetivo definido en el proyecto.

Figura 66. Proceso de validación con comitente



CONCLUSIONES

Se identificó que uno de los problemas de estos libros, desde una perspectiva de diseño gráfico, radica en su presentación y en la falta de elementos que generen sorpresa en un público más maduro. La disponibilidad limitada que nos deja con ediciones desactualizadas o versiones infantiles evidencia el estado actual de estas obras.

Dado que el diseño persuasivo fue el eje de intervención, el proyecto logró solventar estos inconvenientes de manera destacada. La nueva identidad visual, combinada con un espacio exclusivo que resalta su presencia, ha permitido que los libros capten la atención del público objetivo. Como resultado, han dejado de ser ignorados para convertirse en objetos de interés, generan acercamiento por parte del público y fomentando un diálogo en torno a ellos al establecer asociaciones con elementos familiares y coherentes para los lectores.

Al abandonar el estilo caricaturizado o anticuado de los libros existentes sobre leyendas nacionales permite que estas sean más impactantes para el consumidor promedio. Este cambio generó mayor curiosidad entre los usuarios, quienes comenzaron a relacionar rápidamente las ilustraciones con leyendas que ya conocían. Además, dicho enfoque propició que se cuestionaran el origen de las figuras que desconocían, mostradas tanto en el libro y el diorama.

El diorama representó una aproximación adecuada dentro del proyecto, actuando como un elemento disruptivo respecto a la forma actual de promocionar textos nacionales. Uno de los usuarios incluso mencionó que, de tener la oportunidad, lo llevaría a su hogar, lo que refleja un gran interés por el diorama como producto independiente. Por consiguiente, se concluye que el diorama es percibido como un objeto valioso, más allá de su función como soporte del libro.

RECOMENDACIONES

Se sugiere ampliar el sistema del libro más allá del diorama, dado que los usuarios expresaron su entusiasmo por continuar la experiencia gráfica ofrecida por la portada y el diorama al abrir el libro. Por lo tanto, si se plantea continuar este proyecto, se propone ir hacia un enfoque de diseño editorial que incorpore patrones, ilustraciones y elementos de maquetación editorial, tales como diseño en la numeración, letras capitales y titulares, con el objetivo de enriquecer el contenido visual del libro. También se plantea explorarlo desde el uso de nuevas herramientas tecnológicas como la realidad aumentada o el 3D interactivo.

En relación con el diorama, se recomienda incluir un fondo falso o una estructura de apoyo que permita elevar más los libros, dado que estos constituyen el producto principal. Se considera que el diorama funcionaría mejor si el segundo libro lograra destacarse tanto como el primero. Con el producto actual, el primer libro adquiere mayor protagonismo, por lo que resulta pertinente buscar una solución que ofrezca igual visibilidad a las portadas de ambos volúmenes y no desperdiciar el trabajo de ilustración realizado.

Se sugiere contar con la colaboración de un profesional en el ámbito literario. Aunque el proyecto logró abordar uno de los problemas gráficos presentes en estos libros, existe la posibilidad de ampliarlo significativamente. Para ello, se necesita trabajar de manera conjunta con un escritor que permita identificar y comprender de forma más profunda los aspectos que requieren atención desde el diseño, especialmente en relación con el tratamiento de las leyendas nacionales, evitando quedarse en un nivel superficial y explotándolas aun más como una expresión cultural.

BIBLIOGRAFÍA

Bal, M. (2017). NARRATOLOGY Introduction to the Theory of Narrative. University of Toronto Press. https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7950949/mod_resource/content/1/Mieke%20Bal-Narratology_%20Introduction%20to%20the%20Theory%20of%20Narrative-University%20of%20Toronto%20Press%20%282017%29.pdf

Bartholome, R. (1964). La retórica de la imagen. Communications. <https://semiotica.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/09/barthes-roland-retorica-de-la-imagen-lo-obvio-y-lo-obtuso.pdf>

BigChild Creatives. (s.f.). ¿Qué es un diorama?. <https://bigchildcreatives.com/es/que-es-un-diorama/>

Birmingham, D. (2019). Pop-Up Design and Paper Mechanics: How to Make Folding Paper Sculpture. Paperback.

Caldas, S. (2021). La paleta perfecta: para diseño gráfico e ilustración: combinaciones de colores, simbolismo y referencias culturales. Hoaki Books.

Carmen, G. A. (2022). Las leyendas ecuatorianas como recurso didáctico para fomentar la lectura crítica. [Proyecto de investigación, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio UNACH. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8961>

Centro Cultural La Moneda. (11 de junio de 2010). Máscaras del Ecuador. <https://www.cclm.cl/exposicion/mascaras-del-ecuador/>

Chávez Vaca, W. (2015). Hogar de monstruos. Apuntes sobre el vínculo entre locación y terror en la literatura infantil ecuatoriana. Dialogía: Revista de Lingüística, Literatura y Cultura. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5278354>

Chinchín Rivadeneira, N. K., & Moromnacho Chicaiza, M. P. (2010). Guía para animar a la lectura a través de leyendas ecuatorianas dirigida a docentes de primero de básica [Trabajo de grado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio UPS. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/3112>

Dondis, D. A. (1972). La sintaxis de la imagen. Editorial GG.

Destefanis, A. J. (2016). Cultura escrita, tiempo libre y jóvenes universitarios. Buenos Aires: Teseopress. <https://www.teseopress.com/culturaescrita/>

El Día. (2022). Libros y chicos: La literatura juvenil, un fenómeno que crece y suma lectores voraces. El Día. <https://www.eldia.com/nota/2022-6-9-2-14-31-libros-y-chicos-la-literatura-juvenil-un-fenomeno-que-crece-y-suma-lectores-voraces-informacion-general>

Eco, U. (1976). A theory of semiotics. Indiana University Press.

Estudio Mique. (23 de agosto de 2022). Diseño de un libro, aspectos a tener en cuenta. <https://www.mique.es/diseño-de-un-libro-aspectos-a-tener-en-cuenta/>

Frascara, J. (1997). Diseño gráfico para la gente. Ediciones Infinito. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hGTy0R->



XRuGsC&oi=fnd&pg=PA19&dq=diseño+grafico+para+un+publico+objetivo&ots=z1r8tqf79t&sig=4jU8WpEeA-PL7f6sxF9eS4svFx5k#v=onepage&q=diseño%20grafico%20para%20un%20publico%20objetivo&f=false

FinModelsLab. (s.f.). Publishing company operating costs. FinModelsLab. <https://finmodelslab.com/es/blogs/operating-costs/publishing-company-operating-costs>

Haslam, A. (2007). Creación, diseño y producción de libros. BLUME.

Johnson, M. (2002). Problem Solved. Phaidon.

Klaric, J. (2020). Vende a la mente, no a la gente: Neuroventas, la ciencia de vender más hablando menos. Alienta Editorial. <https://pdfdb7e5432ff541c2dab365c82ad61fd6.nubereader-pdfs.odilo.us/#/5a31dc76b04a404ab2583f6c487531c0/0571edf3c7466a29e6db852091c283aa468acf4dc15580986cec76383bbb56f7>

La Divina Proporción. (20 de mayo de 2024). Contraste en el diseño gráfico: Cómo captar y mantener la atención. <https://ladivinaproporcion.es/contraste-en-el-diseno-grafico-como-captar-y-mantener-la-atencion/>

Martin Roig, G. (2019). Fundamentos del dibujo artístico. Parramón.

Millet, E. (23 de diciembre de 2011). La mente del coleccionista. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20111223/54241423580/la-mente-del-coleccionista.html>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2024). Política Nacional de fomento a la lectura, la oralidad y acceso al libro de Ecuador. <https://contenidos.culturay-patrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/POLITICA-NACIONAL-DE-FOMENTO-A-LA-LECTURA.pdf>

Ministerio de Educación. (2022) Directorio de aliados de la lectura. <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/06/directorio-aliados-de-lectura.pdf>

Norman, D. A. (2004). Emotional design: Why we love (or hate) everyday things. Basic Books. https://www.researchgate.net/publication/224927652_Emotional_Design_Why_We_Love_or_Hate_Everyday_Things

Parrini, L. (24 de febrero de 2022). Ecuador: producción editorial. La palabra abierta. <https://www.lapalabrabierta.com/2022/02/24/ecuador-produccion-editorial/>

Pérez Castellanos, L. (2016). Estudios de públicos. Definición, áreas de aplicación y escalas. Publicaciones Digitales EN-CRyM. <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/digitales/article/view/9117>

Peters, T. (2019). Oferta y consumo cultural. En R. Chavarría Contreras (Ed.), Conceptos clave de la gestión cultural (pp. 276-285). Ariadna Ediciones. https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/847/Conceptos_clave_I.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Prieto, U. (23 de abril de 2023). Por qué los jóvenes son los que más leen y cómo evitar que ese hábito se pierda. HuffPost. <https://www.huffingtonpost.es/life/cultura/que-jovenes-son-mas-leen-como-evitar-ese-habito-pierda.html>

Rodríguez Morales, L. (2004). Diseño: estrategia y táctica (Edición en español). Siglo XXI de España Editores, S.A. <https://books.google.com.gi/books?id=uVRCf-Qpm-a4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Samara, T. (2011). Diseñar con y sin retícula. Gustavo Gili.

Sánchez, L. (2017). Jóvenes, publicidad y valores. Instituto de la Juventud de España (INJUVE). <http://www.codajic.org/sites/default/files/sites/www.codajic.org/files/Gu%C3%ADa%20J%C3%B3venes%20publicidad%20y%20valores.pdf>

Sistema Integral de Información Cultural. (2022). Encuesta de Hábitos Lectores, Prácticas y Consumos Culturales. Ministerio de cultura y patrimonio. <https://siic.culturaypatrimonio.gob.ec/fomento-a-la-lectura/#indicador>

Turisec. (2022). Recorridos nocturnos en Quito, para hacer turismo de terror; hay interés de visitantes por esta experiencia. Turisec. <https://www.turisec.com/recorridos-nocturnos-en-quito-para-hacer-turismo-de-terror/>

Universidad de Guadalajara. (9 de mayo de 2019). Globalización ha puesto a los escritores en la disyuntiva de apearse al mercado o seguir su propia voz creativa. <https://www.udg.mx/es/noticia/globalizacion-ha-puesto-los-escritores-en-la-disyuntiva-de-apegarse-al-mercado-o-seguir-su>

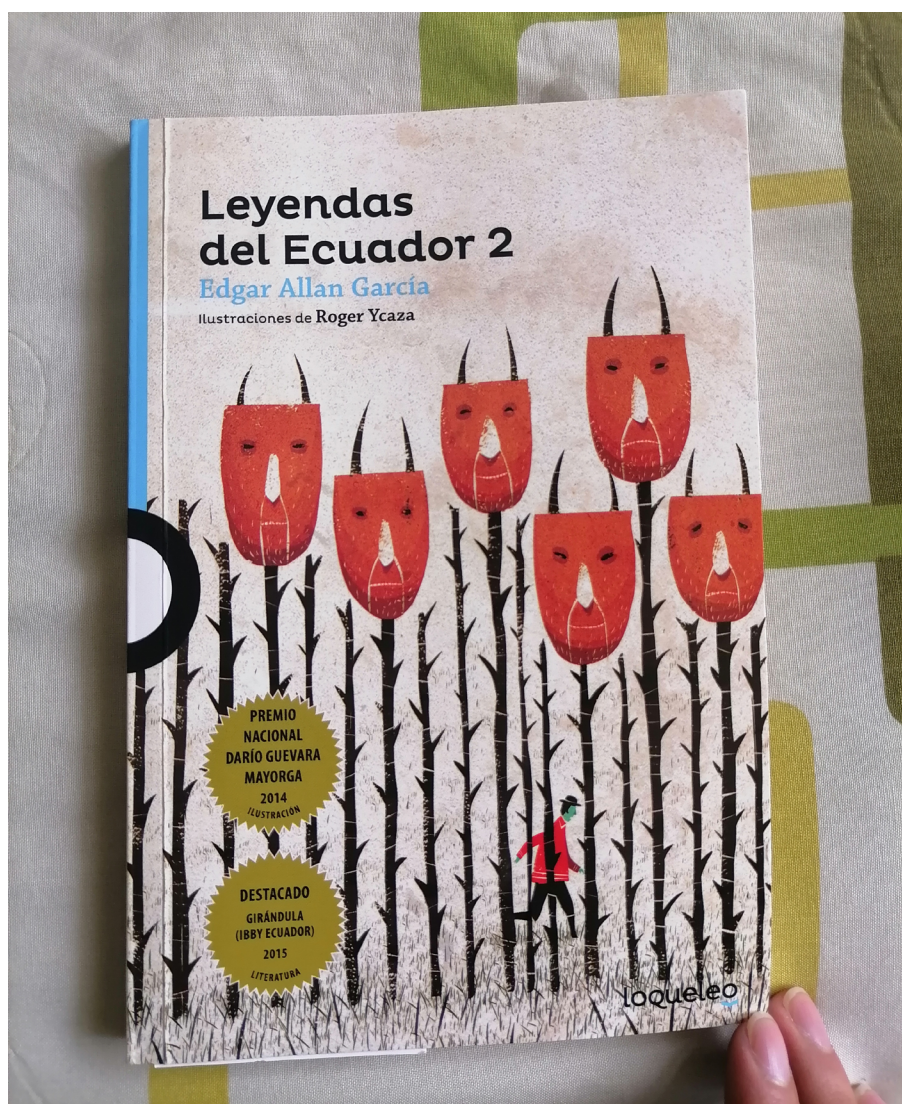
[noticia/globalizacion-ha-puesto-los-escritores-en-la-disyuntiva-de-apegarse-al-mercado-o-seguir-su](https://www.udg.mx/es/noticia/globalizacion-ha-puesto-los-escritores-en-la-disyuntiva-de-apegarse-al-mercado-o-seguir-su)

Zeas, P. (30 de julio de 2024). Importancia y beneficios de la lectura. IPAC. <https://ipac.edu.ec/importancia-y-beneficios-de-la-lectura/>

ANEXOS

Carpeta de archivos: <https://drive.google.com/drive/folders/1q1ds2nXZZUmd4k-ZpZI-WMCshjP7hQdqW?usp=sharing>

Anexo 1. Leyendas del Ecuador 2 - Loqueleo



Anexo 2. Cuentos, leyendas, mitos y casos del Ecuador - Colección Antares



Anexo 3. Distribución de los libros – Colección Antares



Anexo 4. Ficha de evaluación – Pablo Guzmán

| Tabla de evaluación del concepto y estilo gráfico para los conceptos y estilos gráficos propuestos | | | | |
|---|---------------------|-------------------------|---------------------|---|
| Título del trabajo: Diseño de portadas persuasivas para fomentar la adquisición de libros con temática de leyendas nacionales | | | | |
| Estudiante: Esteban Caiza | | | | |
| Evaluado por: Pablo Guzmán | | | | |
| Fecha: 24/10/2024 | | | | |
| Preguntas | Concepto y estilo 1 | Concepto y estilo 2 | Concepto y estilo 3 | Observaciones/sugerencias |
| 1) ¿El concepto responde al objetivo general del trabajo? | Si cumple | Si cumple | Si cumple | Sin mayores observaciones, todas manejan el objetivo de rescatar las figuras de leyendas. |
| 2) ¿El concepto responde a las expectativas de los usuarios a los que se dirige el trabajo? | Si cumple | Cumple, con observación | Presenta problemas | Concepto 1: El concepto invita a “abrir” la jaula, se juega con lo prohibido. Concepto 2: Se puede llegar a generar un poco más de “temor” al abrirlo. Tener cuidado de generar el efecto contrario. (no abrir el libro) Concepto 3: el concepto puede llegar a confundir al usuario, las máscaras son algo demasiado bien establecido y romper su lógica generara una brecha entre lo conocido por el usuario y el producto. |
| 3) ¿El concepto responde de forma novedosa al problema planteado? | Si cumple | Si cumple | Si cumple | Concepto 1: El concepto tiene una contradicción ¿cómo enjaulas la fantasía? Concepto 2: El concepto sale bastante de lo común, es algo muy metafórico Concepto 3: sin mayores observaciones |
| 4) ¿El concepto propone una experiencia de uso adecuada? | Si cumple | Si cumple | Presenta problemas | Concepto 1: La lógica de “romper” la jaula es una motivación interesante. Concepto 2: Ayudas (como usuario) a la criatura, la interacción es más palpable. Concepto 3: Es la opción menos novedosa. |
| 5) ¿El estilo gráfico es adecuado para el/los | Si cumple (Diseño) | Si cumple (Diseño) | Si cumple (Diseño) | Todos los conceptos: Son líneas gráficas que salen de lo visto en los productos actuales, funcionan a nivel de diseño, pero se |

| | | | | |
|--|-----------|-----------|--------------------|--|
| usuarios a los que se dirige el trabajo? | | | | recomienda buscar la opinión de un posible usuario. |
| 6) ¿El estilo gráfico propone una experiencia visual atractiva? | Si cumple | Si cumple | Si cumple | Concepto 1: Sin mayores observaciones Concepto 2: El estilo usado para los “muros de piedra” es favorable para la sensación de peso. Concepto 3: Sin mayores observaciones |
| 7) ¿El concepto y estilo proponen un grado de innovación o novedad con relación a las soluciones existentes? | Si cumple | Si cumple | Presenta problemas | Concepto 1: Sin mayores observaciones Concepto 2: El concepto y el estilo pueden recordar levemente a la dinámica usada en algunas portadas de “IT”, completamente alejados de las propuestas existentes sobre leyendas. Concepto 3: El estilo gráfico presenta problemas al relacionarlo con máscaras que ya tiene una identidad establecida, intentar romper estas lógicas generan un problema con las percepciones del usuario. |

Anexo 5. Ficha de evaluación – Gabriel Chancay

| Tabla de evaluación del concepto y estilo gráfico para los conceptos y estilos gráficos propuestos | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--|
| Título del trabajo: Diseño de portadas persuasivas para fomentar la adquisición de libros con temática de leyendas nacionales | | | | |
| Estudiante: Esteban Caiza | | | | |
| Evaluado por: Gabriel Chancay | | | | |
| Fecha: 28/10/2024 | | | | |
| Preguntas | Concepto y estilo 1 | Concepto y estilo 2 | Concepto y estilo 3 | Observaciones/sugerencias |
| 1) ¿El concepto responde al objetivo general del trabajo? | Si cumple | Si cumple | Si cumple | Sin mayores observaciones, todas manejan el objetivo de rescatar las figuras de leyendas y resaltar el libro. |
| 2) ¿El concepto responde a las expectativas de los usuarios a los que se dirige el trabajo? | Si cumple | Si cumple | Si cumple | Sin mayores observaciones, el concepto juega bastante con lo oculto, siendo un vehículo muy poderoso para llamar al usuario, alejadas de las expresiones más caricaturescas que tiene actualmente. |
| 3) ¿El concepto responde de forma novedosa al problema planteado? | Cumple, con observación | Cumple, con observación | Cumple, con observación | Concepto 1: El gancho emocional que generan las portadas es adecuado y llamativo al usuario. Concepto 2: La forma y el concepto invita más a la interacción. Concepto 3: Sin mayores observaciones Observación general: todos estos conceptos usan la lógica de "ocultar algo" de formas diferentes, en sí, todas parecen más variantes de una sola idea que ideas separadas. |
| 4) ¿El concepto propone una experiencia de uso adecuada? | Cumple con observaciones | Cumple con observaciones | Cumple con observaciones | Concepto 1: Es una experiencia simple de entender y se ajusta bien al libro, pero se limita mucho a sólo la sobrecubierta, hace falta aplicar más interacción con el objeto u otro elemento que sea un diferenciador en comparación con otros libros Concepto 2: La idea de jugar con las cubiertas es atractiva y le da mayor fuerza, pero se debe pensar en el tipo de uso que el usuario le dará |

| | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|
| | | | | a las sobrecubiertas o estuches ¿los cuidarán? ¿los mantendrán junto al libro o se perderán?, se debe pensar, desde diseño, una forma de hacer que este elemento sea difícil de perderse o ignorarse una vez tienes el libro. Concepto 3: Es una idea muy similar al primer concepto en cuanto a forma. |
| 5) ¿El estilo gráfico es adecuado para él/los usuarios a los que se dirige el trabajo? | Si cumple | Si cumple | Si cumple | Sin mayores observaciones, los estilos gráficos juegan de forma atractiva entre ellos, la ilustración fantástica se establece como el medio más adecuado para este proyecto. |
| 6) ¿El estilo gráfico propone una experiencia visual atractiva? | Si cumple | Si cumple | Si cumple | Sin mayores observaciones, los estilos gráficos aportan de forma interesante a la experiencia tanto visual como narrativa de los conceptos. |
| 7) ¿El concepto y estilo proponen un grado de innovación o novedad con relación a las soluciones existentes? | Cumple con observaciones | Cumple con observaciones | Cumple con observaciones | Observación general: La idea es buena, sin embargo, se siente muy débil aún, si bien la portada es importante, se necesita agregar más cosas para construir un sistema más robusto con las 3 opciones. Se debe pensar también en que encontrarán dentro y en la contraportada, estos espacios amplían la capacidad del libro de enganchar a la gente, a nivel herramental hace falta reforzar la idea de "oculto" que poseen los 3 conceptos, tal vez implementar cosas relacionadas a lo tecnológico, como escanear algo o aplicar la realidad aumentada. |

Anexo 6. Ficha de evaluación – Esteban Jara

| Tabla de evaluación del concepto y estilo gráfico para los conceptos y estilos gráficos propuestos | | | | |
|---|----------------------------|--------------------------|---------------------|--|
| Título del trabajo: Diseño de portadas persuasivas para fomentar la adquisición de libros con temática de leyendas nacionales | | | | |
| Estudiante: Esteban Caiza | | | | |
| Evaluado por: Esteban Jara | | | | |
| Fecha: 26/10/2024 | | | | |
| Preguntas | Concepto y estilo 1 | Concepto y estilo 2 | Concepto y estilo 3 | Observaciones/sugerencias |
| 1) ¿Se entiende la importancia de las leyendas como eje central? | Cumple, con observación. | Cumple, con observación. | Si cumple | Concepto 1: Se entiende la idea de leyendas, pero se deberían ver muchas más criaturas para entender que el libro habla de muchas leyendas. Concepto 2: Se entiende la idea de leyendas, pero se deberían ver muchas más criaturas para entender que el libro habla de muchas leyendas. Concepto 3: Sin mayores observaciones. |
| 2) ¿El concepto y sus elementos gráficos son comprensibles? | Si cumple | Si cumple | Si cumple | Concepto 1: La idea de la jaula es muy llamativa, se entiende la idea de encerrar algo. Concepto 2: La criatura o criaturas saliendo de libro transmiten bien el mensaje de "invasión". Concepto 3: Sin mayores observaciones |
| 3) ¿Es algo llamativo en una estantería? | Si cumple, con observación | Si cumple | No cumple | Concepto 1: Es llamativo, pero no notas lo que es a primera vista. (no sabes que es una sobrecubierta) Concepto 2: Con solo verlo, la lógica de la portada y sobrecubierta queda clara y se vuelve más llamativo, apela mucho a la imaginación del usuario. Concepto 3: Es la menos interesante, a diferencia de los otros conceptos, su forma es la más común al igual que sus elementos. |
| 4) ¿La propuesta crea una experiencia de uso adecuada? | Si cumple | Si cumple | Apenas cumple | Concepto 1: Sin mayores observaciones |
| | | | | Concepto 2: La forma y funcionamiento anima mucho más a la gente a interactuar con el libro. Concepto 3: Es la propuesta menos interesante en cuanto a uso. |
| 5) ¿El estilo gráfico es adecuado para él/los usuarios a los que se dirige el trabajo? | Si cumple | Si cumple | Si cumple | Concepto 1: El estilo mucho más "realista", ayuda a dirigirse más a un público más adulto. Concepto 2: Es atractivo y curioso, los estilos opuestos atraen a la gente. Concepto 3: Si mayores observaciones |
| 6) ¿Las propuestas se diferencian en comparación a lo visto actualmente en el mercado? | Si cumple | Si cumple | Si cumple | Todos los conceptos se alejan bastante de las presentaciones actuales en el mercado, usando una lógica alejada de "dibujos animados" que se usa en productos infantiles y con más trabajo a nivel gráfico que otras colecciones. |
| | | | | |

