



MEMORIA

TRABAJO DE FIN DE GRADO
Alina Mariño Fernández
Tutorizado por Javier Cabrera Correa
Grado en Diseño 2017 - 2021, Universidad de La Laguna



Maxia editorial, y la magia de ilustrar cuentos juveniles.

Alina Mariño Fernández

Tutor Javier Cabrera Correa
Grado en Diseño
Curso 2020 / 2021
Facultad de Bellas Artes
Universidad de La Laguna

Agradecimientos

Me gustaría dedicar este espacio a todas aquellas personas que me han aportado tantísimo en este año, y me han ayudado diariamente para que este proyecto llegase a su fin. Entre ellos quiero destacar a mis amigos, mi pareja, mi familia, y por supuesto, mi tutor, Javier Cabrera.

Resumen

Este proyecto muestra el nacimiento de una editorial desde el principio. En él se explora el funcionamiento de las editoriales españolas y el lugar que va a ocupar nuestra editorial dentro de este panorama, con la finalidad de encontrar un nicho de mercado de cara al futuro y consolidar unas bases sólidas para que la editorial pueda funcionar.

Maxia Editorial se centra en un público juvenil, y se establece como una editorial temática, trabajando con libros de fantasía, y especializándose en la realización de libros ilustrados, creando con ellos una imagen cohesiva dentro de nuestra editorial.

En estas páginas se recoge el desarrollo de una identidad, del diseño editorial de los libros, las ilustraciones, una página web, papelería comercial, 'merchandising' y aplicaciones corporativas.

Palabras Clave

Diseño editorial, ilustración, maquetación, diseño gráfico, identidad corporativa.

Abstract

This project shows the birth of a publishing house. It explores how these work in Spain, and the place that our publishing house will occupy within this panorama. The purpose is to find the right place in the market, and consolidate a solid foundation for the publishing house to operate.

Maxia Editorial focuses on a young audience, and establishes itself as a thematic publishing house, focusing in the fantasy genre. Furthermore, it specialises in illustrated books, creating with them a cohesive image with our publishing house.

In these pages you will find the development of a brand, editorial design, illustration, a web site, corporation application and merchandising.

Keyword

Diseño editorial, ilustración, maquetación, diseño gráfico, identidad corporativa.

Índice

1. Resumen / Abstract.....	4
2. Pequeña introducción al proyecto	7
3. Objetivos generales y específicos	8
4. Metodología	9
5. Cronograma	10
6. Investigación primaria.....	12
6.1. La editorial	
– ¿Qué es una editorial?	
– Origen y desarrollo	
– Tipos de editorial	
– La editorial actual	
– Canales de distribución	
– Industria del libro en España	
– Tipos de publicidad	
6.2. El libro	
– Sus formatos.	
• El libro impreso.	
• Audiolibro.	
• Electrónico (ebook).	
• Publicación digital. Distintas herramientas	

- Sus clasificaciones. Novela, cuento, estudio, etc.
- Estudio de la maquetación de diferentes libros.
- Estudio de la composición de portadas.
- Booktrailer.

6.3. Conclusión investigación primaria

7. Investigación específica 55

7.1. La ilustración

- Por qué se ilustran los libros?
- Tipos de ilustración
- Cómo transmitir mediante la ilustración

7.2. Estudio de otras editoriales

- Editoriales similares en España.
- Logo, naming
- Qué hacen, cómo publican.
- Los temas, el público, la publicidad.
- Cómo se mueven en RRSS.

7.3. Estudio y referentes

- Estudio de maquetación
- Estudio de portadas
- Estudio de booktrailers
- Referentes ilustración.

7.4. Conclusión investigación específica

10. Proyecto.....107

10.1. Naming y desarrollo de la identidad

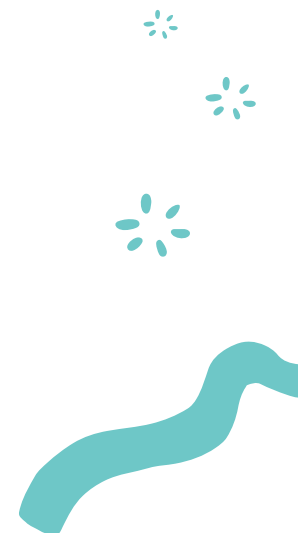
10.2. Libro ilustrado.

10.3. Página web.

10.4. Papelería corporativa y merchandising

16. Conclusión143

17. Bibliografía y webgrafía145



Introducción

Esta memoria recopila el proceso realizado para el Trabajo de Fin de Grado en Diseño, en La Universidad de La Laguna, en el curso 2020/2021. En este se recoge la investigación realizada, y la formalización del proyecto.

El trabajo se basa en la creación de una editorial desde cero, y explica en base a qué se tomaron todas las decisiones pertinentes, para posteriormente elaborar una parte gráfica tocando la identidad, el diseño editorial, y la ilustración. En las siguientes páginas se recoge el trabajo elaborado, desde los bocetos, hasta el producto final.

Maxia Editorial trabaja para un público juvenil, y la temática en la que se establece es la fantasía. Su toque personal es la ilustración, busca de esta forma distinguirse del resto de editoriales, y crear un nicho propio dentro del mercado.

Objetivos del proyecto

Objetivos generales

—El objetivo de este proyecto consiste en la creación de una editorial temática, enfocada al público juvenil, que cuente historias fantásticas, y que de valor sus trabajos mediante la creación de ilustraciones que acompañen las páginas de los libros. De esta forma, la editorial consigue crear una cohesión entre todas sus publicaciones, pues aunque los libros sean distintos, todos tienen en común el tratamiento con ilustraciones.

Objetivos específicos

— El fin de este Trabajo de fin de Grado es expresar todos los conocimientos adquiridos durante la carrera, mediante el desarrollo de un proyecto que toque varios ámbitos vistos durante la carrera, como el diseño editorial, el diseño corporativo, el diseño web y la ilustración.

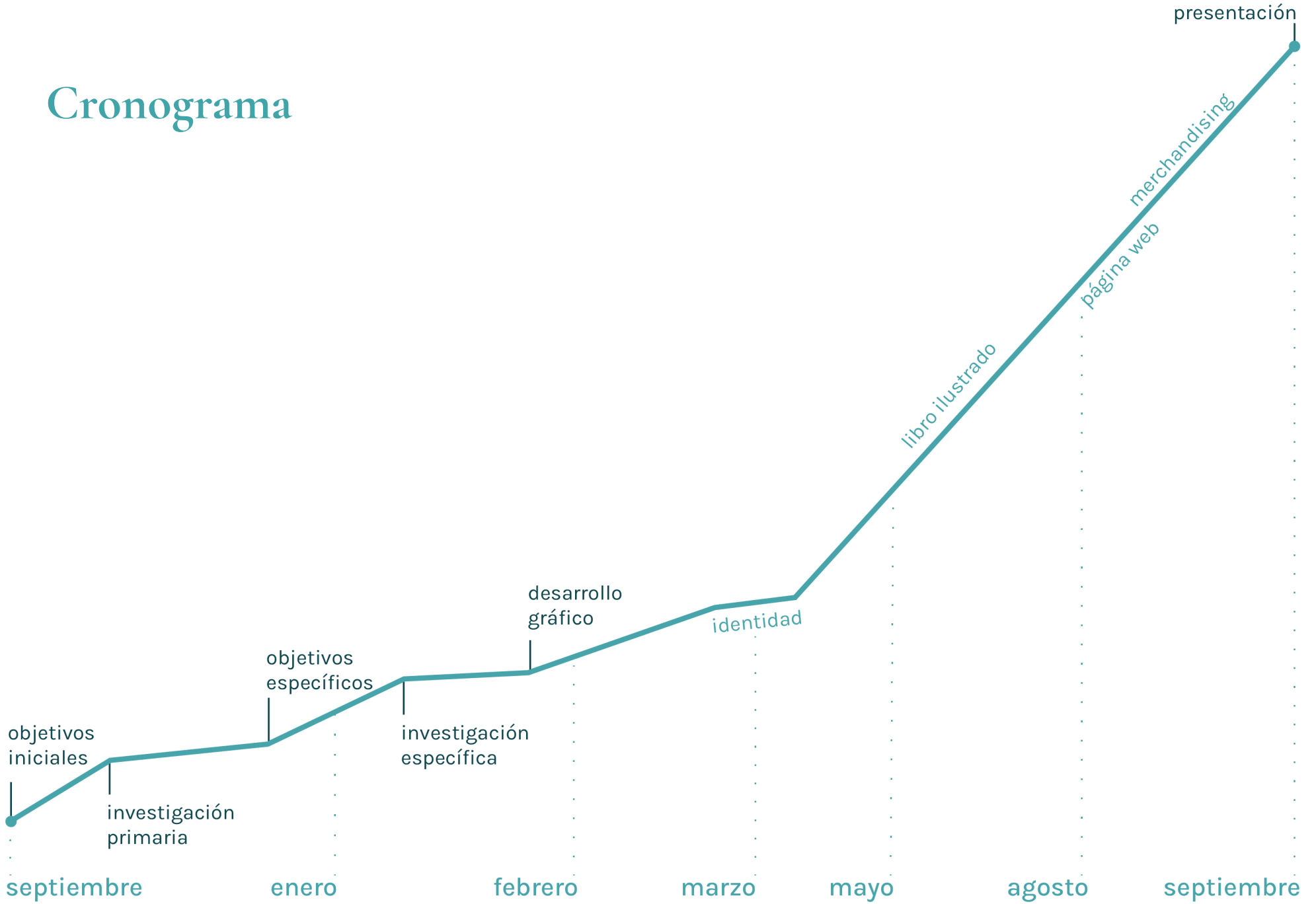
Metodología

Este proyecto nace de una inquietud personal por explorar el ámbito editorial. Para suplir esto, se desarrolla una metodología de trabajo que nos proporcione un ritmo de investigación, con la finalidad de acabar con un buen resultado.

Primero, se marcan unos objetivos iniciales para el proyecto, y a raíz de esto, se hace una guía de estudio con una investigación primaria, donde se estudie qué es una editorial, de dónde surge, y cómo funciona, para posteriormente, marcar unos objetivos específicos, que se corresponden con crear un libro ilustrado, enfocado a un público juvenil, y con una temática mágica. Esto nos permite enfocar nuestra investigación específica hacia preguntas acerca de cómo se hacen los libros ilustrados, buscar referentes, y analizar editoriales que hagan trabajos similares a nuestra editorial.

Tras concluir la investigación, se inicia el proceso de creación gráfica, donde se establece el naming, la identidad, y se ilustra el cuento. Finalmente, se realiza la página web, la papelería corporativa, y el merchandising de la editorial. Finalmente, el último paso de este proyecto, se corresponde con la presentación.

Cronograma



Investigación primaria



La Editorial

¿Qué es una editorial?

El trabajo de las editoriales consiste en transformar el manuscrito de un escritor, en un libro final, que se distribuya en las librerías y llegue hasta los lectores, es decir, es el punto de unión entre el escritor y la librería

En una editorial el diseño tiene un campo amplio, se encarga de libros, guías, manuales, catálogos, revistas, periódicos, boletines, y folletos, entre otros, tanto de forma digital como impresa. Se encargan de la parte visual, la maquetación, tanto interior como exterior, y viven en una constante interacción entre la estética y la comunicación, buscando siempre el punto medio, para obtener un buen resultado. Para conseguir un resultado satisfactorio es necesario un conocimiento cultural y técnico que les permita investigar e innovar, es un ámbito cambiante en el que hay que estar siempre siguiendo las novedades para que agrade y despierte interés en el lector. La sociedad cambia con fluidez, y esto supone un reto para todo aquel que quiera seguir los gustos cambiantes de la sociedad.

“Los tiempos mutan, pero la emoción humana ante la belleza, los sentimientos o el conocimiento permanecen, y somos los editores y los escritores los llamados a alimentarla y satisfacerla. La edición no ha muerto.” (Manuel Pimentel, 2012, p.11).

Por otra parte debemos discernir, “editor” tiene dos acepciones, la primera es la de la actividad profesional, éste es el que se encarga de realizar el trabajo, el diseño, y la segunda es la de la actividad empresarial, éste es el que arriesga su capital. Por lo tanto cuando hablamos de una editorial nos referimos a la segunda acepción.

Como podemos ver, su labor es diversa, el editor debe coordinar todas las tareas que precisa un libro para que éste pueda llegar al mercado. Su trabajo no consiste en escribir (aunque sí puede ayudar al autor en algunos casos), ni tampoco se dedica a la impresión, pese a que tenga grandes conocimientos de ésta, sino que su trabajo se podría dividir, según cómo piensa Rafael Calleja, el creador de Editorial Calleja, en cuatro dimensiones, y éstas son:

1. Gusto por el libro
2. Dimensión económica
3. Dimensión artística
4. Dimensión social

En la primera dimensión, como explica Manuel Pimentel (2012) en su libro Manual del editor, es fundamental, pues es la que diferencia a un editor de un empresario. De hecho los conocimientos empresariales apenas tienen importancia en el manejo de una editorial, pues las cosas no suelen salir como uno se espera, un ejemplo de esto es cuando un editor pone mucho empeño y confianza en un libro que en el mercado pasa desapercibido, o todo lo contrario, algún libro en el que se tuviera poca confianza, y que acaban siendo éxitos de venta.

Como dice Pimentel (2012), “Una editorial no es una empresa normal, es algo mucho más complejo, que aún el proyecto cultural y la búsqueda de belleza y coherencia, con los requerimientos propios de cualquier empresa” (p. 9). Por lo tanto, para poder hacer un buen trabajo en una editorial, hay que tener un **gusto por los libros, comprender al lector**, intuir lo que **demandan**, cuales son sus **gustos** y qué es lo que **necesitan**.

Una editorial se define por los libros que lleva a cabo, es decir, el valor de una editorial está en los libros que tiene en su catálogo. Esto implica que si una editorial dedica tiempo a crear unos libros de alta calidad, obtendrá a cambio una reputación, que crecerá con el tiempo. Si cuidas el catálogo el público es consciente, por lo tanto cuando publiques un nuevo libro lo pondrá en valor, y lo considerará como una futura compra. De esta forma se consiguen que los clientes sean, de alguna forma, “fieles” a la editorial.

El catálogo es vital para mostrar el estilo, las preferencias, la estética a seguir, la exigencia que se pone en un trabajo y los distintos proyectos de la editorial. Es una muestra, una referencia, del trabajo que quiere desarrollar la editorial, un muestrario del fruto, y lo más importante, sirve para imaginar lo que está por venir en un futuro.

Pero, ¿cómo se consigue un buen catálogo?. Este se crea mediante una selección de autores y libros con criterio. Existen los estudios de mercado, sin embargo estos a veces fallan, por lo que un buen editor debe tener una “intuición editora”, que le permita discernir entre una obra que puede interesar al público de tu editorial y otra que no tenga potencial. Hay que intentar

encontrar a los mejores autores, que confíen en tu trabajo como editor, y con esto conseguir que el público crea que estos nuevos libros son necesarios.

A la hora de elegir un libro hay que tener en cuenta, que aunque uno sea muy culto y elija lo que considere de calidad, no todos los lectores tienen por qué verlo de la misma manera. El mercado está fragmentado, existen gran cantidad de temas y todos tienen público (de ahí su existencia). Un editor debe considerar qué temas quiere seguir y que no puede acertar siempre con lo que elija. Esto influye directamente en las editoriales, existen distintos tipos divididas según temas, algo que contemplaremos más adelante.

Por lo tanto, como podemos ver, la tarea primordial de un editor radica en seleccionar autores y temas para darle forma y carisma a la propia editorial, y para ello es de vital importancia obtener los derechos de cesión de los manuscritos. Estos derechos tienen un tiempo máximo, 15 años, lo que significa que con los autores con los que trabajas ni son permanentes, ni eternos, y tal vez cuando estén en la cumbre de su trabajo decidan cambiar a otra editorial, por lo que buscar autores debe ser una tarea constante, para no quedarse estancados, y no perder nunca la ilusión de seguir moviéndose y encontrando nuevas promesas.

Tras obtener los derechos del manuscrito, se costea la producción de los libros, corriendo un riesgo económico. Se cubre la producción de inicio a fin, la distribución y la publicidad (haciendo firmas, merchandising, etc). Para una editorial es importante, además de llevar los libros al lector, dar a conocerlos, utilizando las redes de comunicación para ello, y de esta forma dar valor tanto

al autor como a la obra. Como veremos más adelante, existen diferentes tipos de editoriales que cubren más o menos pasos.

En libro de Manual de un editor, Pimental deja muy claro las funciones a desarrollar del editor: “La tarea de la empresa editorial contempla necesariamente un criterio editorial a la hora de seleccionar obras y autores, una capacidad de contratación de sus derechos de explotación de su propiedad intelectual, una decisión de correr riesgo económico en la realización del libro y una capacidad profesional y artística para realizarlos, una red comercial para llevarlos hasta el posible lector o comprador, y un esfuerzo de comunicación de los libros editados” (Manuel Pimentel, 2012, p.18).

Los editores están en una posición en la que deben equilibrar el hecho de generar arte con generar dinero, pues en el momento que sobrepasan el presupuesto estimado, podrían acabar en números rojos. Sin embargo, la prioridad de una editorial, como dice Pimentel, no debe ser ganar dinero, sino generar buenos libros, es decir que debe haber una ambición mayor hacia la cultura, la estética o lo intelectual, que una ambición económica.

Por lo tanto, la labor de un editor es compleja, tienen que llevar a cabo dar vida a un libro, a veces desde mucho antes de su existencia hasta el final de la producción editorial, y su posterior distribución, con su debida publicidad. Cada libro tiene que estar creado con un mimo especial, pues a la hora de leer un libro, no solo disfrutamos su contenido (que también), sino la portada, el uso del papel, la correcta maquetación que

provoca de una lectura sea cómoda, y todo esto en conjunto, es lo que hace que cada libro sea una experiencia única, y crear/buscar esas sensaciones es a lo que debe dedicarse un buen editor.

Origen y desarrollo

Las historias ya existían antes de los libros, éstas se transmitían de boca en boca, y entre generaciones, se deformaban y versionaban, aparecían otras nuevas, se aprendían de memoria, era una forma de entretenimiento muy común. Con el desarrollo del lenguaje escrito, se empezó a transcribir algunas de estas historias, para no tener que hacer uso exclusivo de la memoria, y que sirviera para dejar constancia.

Estas transcripciones cogidas a mano se transformaron, con el tiempo, en manuscritos. Estos se copiaban a mano con una caligrafía exquisita, y se les creaban ilustraciones y miniaturas en los bordes, para decorar los manuscritos. Esta tarea la llevaban a cabo los monjes, en esta época el 90% de la población era analfabeta, y además la creación de un libro era tan cara, y costosa que era casi imposible la democratización de éste. Por este motivo, la producción de códices estaba destinada a libros de carácter litúrgico y religioso, aunque también copiaban documentos administrativos, crónicas reales, cancioneros, obras literarias seculares



“Liber Commicus”, Tesoros Hispánicos de la Liturgia Medieval (catálogo de la exposición virtual), ed. Ángel Pazos-López (Universidad Complutense de Madrid, 2019), <<https://www.ucm.es/tesoros/liber-commicus>>.



Autorretrato de Jean Miélot, s. XV. Muestra su trabajo como escribano, mientras compila “Miracles de España”, donde aparece esta miniatura. Recuperado de https://issuu.com/manuefarias3030/docs/proyecto_final_-_materiales_y_t_cnicas_de_realizac/s/11511314

o textos clásicos. Hoy en día estos códices se exponen por su belleza.

Con la aparición de las universidades se consiguió que desapareciera el monopolio monástico de la producción de libros. Aparecieron los talleres de corte y urbano que se dedicaban a producir manuscritos. Ahora la monarquía, iglesia, banqueros y comerciantes eran tanto sus promotores como sus destinatarios, por este motivo los códices se convirtieron en un símbolo del poder y lujo, y éstos se harían según quien fuera el destinatario, adecuando la decoración en cada caso. Era frecuente el uso de los escudos heráldicos para así dejar constancia del poder adquisitivo del mismo.

Todo cambió cuando apareció, alrededor de 1436-50, la imprenta, de la mano de Gutenberg. Su proyecto consistía en una serie de tipos metálicos, que eran móviles, y se podían colocar en distinto orden para formar las frases de los libros, posteriormente estos se entintaban, y mediante la presión contra un papel se obtenía la impresión.

La imprenta de Gutenberg provocó una revolución cultural pues consiguió la democratización de los libros, lo que hizo que un mayor número de personas tuviera acceso al saber, dejando de ser, por lo tanto, un privilegio.

Con la evolución del libro, se pasa del latín a la lengua vulgar, aparecen los comerciantes de libros, y un lugar de encuentro, así aparecen las ferias del libro, como la de Frankfurt. Los libros se extendieron por toda Europa, gracias a la labor de los escritores, pensadores, impresores y mercaderes, consiguiendo así la extensión de

las ideas y el progreso de nuestra sociedad. Esta tecnología con el tiempo se fue desarrollando, hasta llegar a lo que tenemos hoy.

En España, en el siglo XIX se empiezan a formar las editoriales tal y como las conocemos hoy, nacen algunas de las más importantes de nuestro país. Los lugares donde tuvieron más auge fueron la capital, Madrid, y posteriormente le toma el relevo Barcelona, donde nacen algunas editoriales como Espasa Calpe, Salvat, Sopena o Montaner y Simón, estas fueron formuladas, no como un editor individual, sino para el mercado.

La editorial Espasa Calpe, que se fundó en 1829, supuso una catedral del conocimiento. Creó una colección Austral, es decir, los primeros libros de bolsillo, que fue muy popular y marcó una época entera. Esta con el tiempo se ha convertido en una herramienta insustituible, que promovió la lectura.

Debido al auge de la lectura, las editoriales y librerías, deciden formar en Barcelona, en el año 1900, un "Centro de la Propiedad Intelectual", y más tarde, en 1901, se inaugura la "Asociación de la Librería de España", en Madrid, que se bautizó en 1917 como "Federación Española de Productores, Comerciantes y Amigos del Libro", y de ésta acaban naciendo en 1922, las "Cámaras Oficiales del Libro de Madrid y Barcelona.

Éstas son entidades privadas y su intención es comercial, aunque también tienen implicaciones sociales y culturales. De estas cámaras oficiales surge la idea de hacer un "Día del Libro", y tras ser aprobado en el Comité Oficial del Libro, esta idea se plasma, en 1926 me-



Réplica de la prensa de Gutenberg y de los tipos móviles. Recuperado de <https://www.laimprentacg.com/quien-invento-la-imprenta/>

dian­te un real decreto, en el cual se explica que cada 7 de octubre, por ser el nacimiento de Cervantes, (aun­que hoy en día se celebra el 23 de abril por su muer­te), se dedicará un día celebra­do al libro español, en el que, entre otras cosas, se lle­varán a cabo ceremonias en academias, universidades y escuelas, y se incitará tanto a los libreros como los editores a realizar des­cuento en sus libros para así atraer al público en ese día especial.

En los años finales de la Dictadura de Primo de Rivera, aparece un periodo de expansión de la actividad editorial, pues el libro se convierte en un refugio para la libertad de expresión. A partir de 1920, cerca de el inicio de la II República, el libro crece para convertirse en patrimonio de la mayoría, y no sólo de una minoría, y esta onda se expande hasta 1931, donde empiezan a surgir colecciones con precios asequibles para todo el mundo, creando una literatura progresista. En 1933 se alcanza la cota máxima de publicación de libros, y con esto aparece la Feria del Libro como complemento al Día del Libro que se venía celebrando desde 1926.

La Feria se encarga de la promoción de los libros y la lectura, de la cual se hace cargo en primera instancia el gobierno republicano. Este evento no solo se limita a la exposición y venta de los libros sino que además se realizan una serie de actividades culturales, como charlas de escritores, teatro español, conciertos... etc. A partir del éxito de esta primera Feria, se crean otras en distintas regiones, e incluso se inician librerías ambulantes para llegar a los lugares más remotos del país.

En este momento tienen claro que la lectura no es un

lujo sino un derecho, y que para que haya justicia social el conocimiento debe de ser accesible para todo el mundo. De esta manera se consigue elevar el nivel moral y cívico de las masas, para conseguir un progreso social, y por lo tanto nacional.

Por otra parte se crearon Misiones Pedagógicas en 1931, que estaban orientadas a la educación de personas adultas, y fomentan ésta mediante la lectura. Posteriormente, aparecen las bibliotecas públicas, vinculadas con las escuelas, y más tarde se inician proyectos de bibliotecas municipales, hasta alcanzar alrededor de 5.000 bibliotecas en 1933.

Como podemos observar, la popularidad de los libros fue creciendo brevemente ya que las nuevas tecnologías abarataban el coste de estos, por otro lado junto con todas aquellas editoriales que fueron impulsadas por personas cultas y sensibles, que insertaron grandes ideas en la sociedad, se consiguió que más personas tuvieran acceso a la lectura y a la cultura. Este camino nos ha llevado a las formas editoriales que conocemos hoy, todavía influenciadas por las editoriales que se crearon en esos años, y hoy los libros que se producen pueden estar a disposición de todo el mundo, ya sea mediante compra-venta, o prestado en una biblioteca.



Primer día del libro, 23 de abril de 1926, Madrid. Recuperado: <https://www.laaventuradelahistoria.es/feria-del-libro-de-madrid-la-gran-feria-de-los-lectores>



El Día del libro, y fiesta de Sant Jordi en Las Ramblas, Barcelona, (Ahora, 1932). Recuperado: <https://blog.bne.es/blog/7-de-octubre-de-1926-primer-dia-del-libro/>

Tipos de editorial

Al principio, los editores de los libros eran los mismos editores, pero con el tiempo fueron independizando las distintas labores. Esto supuso un avance en el proceso de la creación de los libros, cada profesión se especializó en lo propio, y por lo tanto, eran expertos en su materia, lo que implicó unos resultados de gran calidad. Los editores acoplaron la función técnica y la intelectual para conseguir que un texto se convirtiera en un libro. En el s. XX se fija su función que en la cadena de montaje del libro se basa en aportar una labor intelectual, discernir qué textos son interesantes para llevarlos al público según la demanda y gustos de los lectores, por otra parte, programar la fabricación técnica de los libros, y crear una estrategia comercial con su debida distribución, también buscando vías de publicidad para sus escritores y sus libros. Esto creó la diferencia del editor entre el impresor y el librero.

No existe un solo tipo de editorial, pues desde el inicio de los tiempos, esta ha fluctuado. Cada editor decide qué temáticas producir sopesando el público al que va a dirigirlo, por este motivo, antes de crear una editorial es muy importante sopesar un plan. Antes de decidir un tema en el que te quieres centrar hay que estudiar un poco la situación actual.

Mires la época que mires, siempre vas a encontrar modas globales que van cambiando. Éstas siempre

coinciden en que son tópicos que se van repitiendo, pero pese a esto, se siguen vendiendo. La temática va variando según la época (a veces la tendencia son los libros de zombies, otros de amor, de vampiros, magia, etc), cuando uno de estos temas triunfan, salen una retahíla de libros similares, hasta que se pone de moda otro tema, y vuelve a empezar el ciclo. Estos ciclos pueden producirse por demandas espontáneas, o por cómo las grandes multinacionales influyen a los grandes grupos, pues muchas veces el marketing acaba cumpliendo su cometido.

Un editor con una empresa pequeña puede aprovechar esta situación para intentar adelantarse, ser más ágil mediante el uso del instinto editor para ver qué temas pueden ser interesantes en un futuro. Pero si esta vía no le convence, siempre puede encontrar su punto de venta en los nichos especializados.

Si analizamos el mercado y las ventas cada día hay nuevos ámbitos de interés para los lectores que se crean debido a la complejidad y especialización de la sociedad. Algunos de esos temas se centran en hobbies, en distintas profesiones, en las nuevas tecnologías, divagación, cultura, nuevos gustos que surjan, autoayuda, entre otros. Cuantos más temas hay, menos ventas hay de cada uno. Esto implica que grandes editoriales no se metan a cubrir estos campos porque al ser de tiradas cortas no les sale rentable, y esto implica que sea un ámbito viable para las editoriales pequeñas pues harán pequeñas tiradas, con un porcentaje alto de ventas.

Los lectores de temas específicos suelen ser fieles, y si les gusta el trabajo de la editorial y la temática, lo más probable es que te compren los siguientes libros, y que las cortas tiradas se vean recompensadas. Cuando un editor decide atender a un nicho que está desabastecido, éste debe constituir una colección específica, es decir, centrarse en ese tema por lo menos con la publicación de un libro al año sobre la materia, esto permitirá que se pueda indagar a otros títulos, con el tirón de la venta segura.

Por otra parte, la demanda de temáticas y autores globales, ha incrementado la demanda local que no está cubierta por las editoriales multinacionales, lo que crea una oportunidad de mercado a las pequeñas editoriales en la que apenas tendrán competencia.

Las editoriales, por lo general, se suelen dividir en.

- **Editoriales temáticas y especializadas.**
- **Editoriales generalistas.**

Una editorial temática es aquella que reserva una parte de su catálogo a un género en concreto, por el cual apuesta y sabe que va a salir recompensada. Esto significa que su catálogo se extiende, generalmente, hacia una misma dirección, y muestra una gran cantidad de títulos sobre un mismo género, y que son títulos difíciles de localizar en fondos de editoriales generalistas. Esto le permite tener un colchón para poder apostar por otros géneros, o escritores no conocidos que no saben si tendrán una buena salida o no sin quedar en bancarota. Algunas editoriales temáticas son:

- **Editorial Calleja.** Una de las primeras, publicaba libros infantiles.
- **Páginas de espuma.** Que se centra en el género del cuento.
- **Fundamentos.** Dedicada al teatro, la formación del actor, y estudios dramáticos.
- **Díaz de Santos.** Es una editorial técnica.
- **Chidori Books.** Trae la cultura japonesa a los lectores de lengua castellana.
- **Almadraba.** Literatura infantil y juvenil, con temáticas variadas.

La tendencia del público suele coincidir en el consumo de temas específicos. Aunque el éxito reside en, a parte de tener unos buenos manuscritos, hacer ediciones cuidadas, dedicándole una implicación personal a cada uno de ellas, desde su inicio hasta su final en el proceso editorial, y repetir esto con cada publicación, considerando cada una de ellas como si fuera una obra de alta calidad, para que se conviertan en obras especiales.

Las editoriales generalistas, por otra parte, se basan en no tener una línea específica, ni elegir una temática. Muchas de ellas son editoriales grandes, que no les preocupa en gran medida tener una venta mala, pues esto no les implica una gran pérdida que acaba en bancarota. Algunas de ellas, como Ediciones 62, definen que ser una edición generalista implica ser universal y moderna.

- **Penguin Random House**
- **Ediciones de la Torre**
- **Edicions 62**

Otra división en el mundo editorial se corresponde con la forma en la que trabajan. Hoy en día está estandarizado un modelo de trabajo editorial, sin embargo existen tres diferenciados que se pueden elegir a la hora de crear una editorial

Editoriales tradicionales

Esta es la opción más conocida. Tiene dos formas de elegir sus libros, primero indagando entre los nuevos autores para encontrar a nuevos talentos, o bien tienen un apartado donde el autor del manuscrito envía su texto y espera la respuesta de la editorial. Cuando el resultado es positivo, se ponen en contacto para realizar el proceso de contratación. En este tipo de editoriales, se hacen cargo de costear la edición y publicación del libro sin cobrarle al autor por el proceso. Algunas de estas editoriales son grandes grupos como Planeta o Penguin Random House, o independientes como Impedimenta o Anagrama.

Editoriales de coedición

Este tipo de editoriales es un punto intermedio entre las de tipo tradicional y las de autopublicación. El contacto se produce en ambas direcciones, tanto del autor con la editorial, como por parte de la editorial con nuevos escritores, con la intención de financiar juntos su proyecto. Su forma de funcionar se basa en que la editorial toma

la responsabilidad de sacar el libro adelante, a cambio de que el autor pague de forma compartida entre ambos las tasas del servicio, es decir los gastos de edición, publicación. Las distintas editoriales ofrecen servicios y precios diferentes, son realmente imprentas que ofrecen servicios editoriales, por lo que en algunos casos la parte de distribución de los libros no se ofrece, sino que todos los ejemplares resultantes son para el autor. Algunas de estas editoriales son Círculo Rojo o Tregolam.

En algunos casos, este tipo de editorial supone un problema, pues en algunos casos funcionan como una estafa, donde el autor paga la impresión del libro de una forma rápida, sin asegurar calidad, y las editoriales se quedan los beneficios del dinero puesto por el autor. Por lo que pocos autores se suelen fiar de este tipo de editoriales, lo que supone un problema para el resto de editoriales de coedición.

Editoriales de autopublicación

Estas editoriales son aquellas que ofrecen una plataforma para publicar los libros sin tener que pagar los servicios que ofrecen, es decir, puedes elegir quien te diseña el libro o al corrector, o incluso hacerlo de forma autónoma, o también puedes optar por los que ofrece la editorial. Por este motivo, este tipo de editorial permite un mayor manejo a la hora de tomar decisiones, y por ende, es la más económica, aunque por otro lado es la más costosa con respecto al esfuerzo. La editorial se encarga de tener tu libro disponible en la plataforma web, e imprimir éste bajo demanda, cada vez que se encargan la editorial las envía al cliente. Algunas de éstas son Amazon KDP, Bubok y Lulu.

Las editoriales tienen más clasificaciones internas, éstas se diferencian, por ejemplo, según su tamaño, los libros que editan al año, las ventas, su grado de dependencia a los grandes grupos (o total independencia) o por los canales de distribución que utiliza. Esto implica que no existan dos tipos de editoriales iguales.

En el caso de la editorial que quiero desarrollar, ésta se correspondería con una editorial tradicional, pues para crear libros de calidad creo que es necesario tener un control total sobre las decisiones (de catálogo, de diseño, de distribución, marketing, etc). Por otra parte, en el mercado actual, como se ha comentado anteriormente, existen temas que tienen un índice bajo de interés pero que es constante, por lo que una editorial que se está iniciando puede hacerse cargo de este nicho y hacer que las tiradas pequeñas salgan rentables, por este motivo, creo que mi editorial debe buscar su lugar en el grupo de las editoriales temáticas, más concretamente tratan el tema de la ilustración enfocada al público juvenil e infantil. Además, los temas que va a tratar mi editorial se van a centrar en los mundos fantásticos, y la magia, y lo que va a ser constante en todos los libros, es que tengan ilustraciones de calidad, para crear una coherencia en toda la editorial.

Las editoriales tienen más clasificaciones internas, éstas se diferencian, por ejemplo, según su tamaño, los libros que editan al año, las ventas, su grado de dependencia a los grandes grupos (o total independencia) o por los canales de distribución que utiliza. Esto implica que no existan dos tipos de editoriales iguales.

En el caso de la editorial que quiero desarrollar, ésta se correspondería con una **editorial tradicional**, pues para crear libros de calidad creo que es necesario tener un control total sobre las decisiones (de catálogo, de diseño, de distribución, marketing, etc). Por otra parte, en el mercado actual, como se ha comentado anteriormente, existen temas que tienen un índice bajo de interés pero que es constante, por lo que una editorial que se está iniciando puede hacerse cargo de este nicho y hacer que las tiradas pequeñas salgan rentables, por este motivo, creo que mi editorial debe buscar su lugar en el grupo de las **editoriales temáticas**, más concretamente tratan el tema de la ilustración enfocada al **público juvenil e infantil**. Además, los temas que va a tratar mi editorial se van a centrar en los mundos fantásticos, y la magia, y lo que va a ser constante en todos los libros, es que tengan ilustraciones de calidad, para crear una coherencia en toda la editorial.

La editorial actual

La actualidad en la que vivimos es una sociedad basada en el conocimiento. Todo el mundo coincide en que en nuestra vida debemos invertir en la formación, entrar al mercado de la competición para finalmente aportar grandes cosas a la sociedad. La cultura hoy en día está muy valorada, por este motivo se crea una gran interés a lo que Pimentel denomina como “la industria cultural”, es decir aquella que crea productos que proporcionan

cultura al consumidor. Entre estas industrias nos encontramos con discografías, editoriales, productoras, entre otras, y son completamente necesarias para distribuir la cultura entre las grandes masas.

Los grandes grupos editoriales son una constante en todos los países en las últimas décadas, y en nuestro país ocurre lo mismo. Su patrimonio aumenta poco a poco mediante la adquisición de pequeñas editoriales, y ganan grandes cantidades de dinero mediante la venta y compra de derechos de autor, con esto consiguen ahorrar los costes debido a los principios de economía de escala. Están formados de varias editoriales, con sus historias y sus fondos, todos los derechos de autor que ello conlleva, y aparte, cada vez se extienden más hacia el sector multimedia y medios de comunicación, como son la radio, la televisión, la prensa, el internet o el cine, y a parte poseen librerías. Gracias a esto consiguen tener una gran posibilidad de promoción de sus autores y sus libros además una gran cantidad de poder adquisitivo que les permite explorar nuevas vías. Esto es lo que se denomina como “gigantismo”. Esta es sin duda una ventaja competitiva, pues consiguen tener una dimensión internacional, y se puede llegar a pensar que como estas empresas ocupan gran parte del mundo editorial, las que son pequeñas o medianas no tienen cabida en este mundo, sin embargo una ventaja del gigantismo es que crea huecos, por ejemplo en aquellos libros que requieren pequeñas tiradas como los temáticos, y hay que encontrar estos y adaptarse a las nuevas posibilidades que este ofrece.

Hoy en día, las editoriales grandes trabajan en mayor parte comprando los derechos de autores extranjeros,

sobre todo anglosajones, y llenando las bibliotecas de estos títulos. Esto implica que no llegamos a explotar nuestra propia capacidad creativa, artística y cultural, y tampoco tenemos en cuenta todas las posibilidades, pues existe un amplio mercado en hispano américa, con los que compartimos, aparte del idioma, gustos similares. Donde se usa la misma lengua y se suelen leer los mismos autores.

A la hora de crear nuestro catálogo debemos tener en cuenta que el mundo en el que vivimos está en constante cambio, por lo que lo que ayer era un éxito hoy ya está enterrado por otra novedad, y este es un ciclo constante al que hay que adaptarse como creador. Cada época tiene sus propias características que la distinguen de las anteriores y hay que buscar las características de estas tendencias para entender el panorama editorial actual. Los grandes cambios también implican las rápidas devoluciones, éstas son aquellos libros que no se venden en las librerías y son devueltos a las fábricas, y con la gran cantidad de libros que se producen diariamente, estas devoluciones cada vez son mayores y más rápidas, por lo que hay que tener esto en cuenta a la hora de decidir el número de tiradas para que nos sean rentables.

Las devoluciones pueden ser en depósito, donde solo se realiza un albarán de entrega, o en firme, donde se factura y el librero lo paga en el plazo establecido. Según las ventas, el depósito se va liquidando, y en la misma medida se irá reponiendo con nuevos libros, sin embargo aquellos libros que no tengan suficiente salida serán devueltos. Los libros vendidos en firme también tienen derecho a la devolución, pese a que

estén facturados o cobrados. Esto es algo con lo que tiene que trabajar el editor, pues siempre se va a dar, y a la hora de realizar las tiradas debe tener en cuenta que un porcentaje de estos van a ser devueltos a los almacenes. Estos libros de los almacenes no tienen por qué morir ahí necesariamente, a veces en las librerías pueden volver a pedirlos.

Esta necesidad de cambiar los libros con tanta rapidez es la consecuencia del exceso de títulos que se crean cada año, y esto repercute directamente en estos tres ámbitos:

- **Los anticipos.** es el adelanto que cobrará el autor por las ventas de los libros. Al haber pocas ventas debido a la breve estancia de los libros en el mercado, esto significa que se llegan a precios que muchas veces no se llegan a amortizar.
- **Librerías.** Como hemos explicado, cuantos más libros hay, más devoluciones se crean, y por lo tanto se acorta el periodo de vida del libro.
- **Suplementos literarios.** Estas son las reseñas que se escriben sobre los libros, a veces en periódicos, aunque hoy en día los podemos encontrar en páginas online como “GoodReads”, y que han articulado la vida literaria y editorial desde hace tiempo, pues ayudan al lector a decidirse por un libro u otro. Hoy en día estos suplementos tardan tanto que a veces se reseña el libro cuando ya se ha retirado del mercado.

La culpa de la hiperproducción no podemos echarla a los gigantes del sector, de hecho las editoriales pe-

queñas e independientes también colaboran en este problema, y nos guste o no, es algo que de momento va a seguir existiendo, y al que nos vamos a tener que adaptar para sobrevivir en este sistema. En el mundo editorial cada año se producen más libros, mientras que la venta se mantiene en el mismo nivel. Esto produce lo que hemos visto anteriormente, la reducción de la vida útil de los libros.

Ante esta situación, la forma que han encontrado las editoriales en este panorama es realizar tiradas más cortas, y ser más restrictivos con los libros que se publican. Por otra parte, en las librerías lo que hacen es que, los “libros de fondo”, que son aquellos que se venden durante un largo periodo de tiempo pero en pequeñas cantidades, se les dedica menos espacio en las librerías. Pues esta tendencia provoca que la bibliodiversidad en las bibliotecas sea limitada, ya que los libros de calidad pierden rotación y quedan rápidamente descatalogados, tanto por parte de las editoriales como de las librerías, que necesitan estas rotaciones altas para obtener los beneficios necesarios para sobrevivir. Los distribuidores por su lado lo que han hecho es aumentar los requisitos de admisión de nuevas editoriales, sobre todo de las nuevas, pues en la mayoría de los casos, muchas de ellas acaban en bancarrota en un breve lapso de tiempo, lo que supone pérdidas para las distribuidoras, que tienen que cargar con sus devoluciones.

Por otra parte, las editoriales, sobre todo las que se consideran grandes, han generado una obsesión por encontrar un “best seller”, es decir, una obra literaria que sea un éxito en ventas, para de esta forma vencer la rapidez de las rotaciones y el estancamiento en los

almacenes, con estos libros pueden realizar tiradas grandes sin temor de que no se vendan, y les permite mantenerse a flote. El problema de estos best sellers, es que a los ojos de un profesional como debe de ser un editorial, son obras mediocres que captan fácilmente la atención de un amplio público, ya sea porque tiene unos temas llamativos, un vocabulario sencillo, o una sucesión de eventos fácil de seguir, que permite una lectura tranquila a aquellas personas que o bien son jóvenes, o su motivación es leer una novela sin mucha complicación, es ideal.

En esta intensa búsqueda por el siguiente best seller, se crean oportunidades que pueden cubrir las pequeñas editoriales, pues como hemos comentado, hay distintos gustos, y la mayoría no abogan por comprar best sellers. Hay muchos autores noveles con obras de calidad, poco conocidos, que aunque no escriban para un público tan grande son de ventas continuas en los pequeños nichos, y éstos son los que tienen que descubrir las pequeñas editoriales. Conseguir autores es difícil por su alto coste, por lo que tener un autor novel puede suponer un descubrimiento y que posteriormente cuando esté sacando las obras cumbre de su vida quiera seguir trabajando con la editorial que le ha ayudado.

En la actualidad, los libros que tienen muy buena salida son los de la edición de bolsillo, ya sea porque son más cómodos, o baratos, gran parte del público aboga por comprar estos, por lo que los editores y libreros han acabado poniendo mucho interés en ellos, dotándolos de su espacio autónomo en las librerías. Antes este modelo de libro sólo se editaba cuando se había

finalizado el ciclo de encuadernación en rústica o tapa dura, pero en la actualidad estos dos modelos se sacan a la vez, e incluso hay veces que solo se sacan en formato de bolsillo. Aparte, tienen la ventaja de que se pueden vender en un mercado alternativo de las librerías, como son las gasolineras o supermercados. Hay tres formas de acceder a este formato:

1. Los **grandes grupos** optan por crear sus **propios libros de bolsillo**, complementados con sus expositores dedicados para estos libros y despliegues marketing.
2. A través de **sellos editoriales** que **editan colecciones de bolsillos** y permiten la entrada de textos de terceros. Utilizando esta vía se corre el riesgo de que la editorial pueda mantener los derechos sobre el libro. Este sello de bolsillo actúa como un distribuidor especializado.
3. Finalmente, se pueden **vender los derechos** a una **tercera editorial**, en la cual todo su despliegue se dedique a la realización de libros de bolsillo (en la mayoría de casos). En este caso se obtendría derechos subsidiarios, es decir, un 6% de las ventas iría hacia la editorial, que tiene que compartir ganancias junto con el autor.

Canales de distribución

Una parte fundamental de la editorial es la distribución, y éste en España es el sector que menos se conoce y del que menos se habla. Pese a que las editoriales son completamente dependientes de las distribuidoras, existe un cierto manto de opacidad sobre la distribución de los libros lo que ha generado problemas entre distribuidores y editores.

Según la consultoría editorial de Mariana Eguaras, existen cuatro formas de distribución, cada una con sus pros y sus contras, que serán más acertadas dependiendo de las circunstancias del autor, del editor y de la librería.

La distribución mayorista de libros

Este es el tipo más usado por las editoriales, pues se corresponde con la tradicional. En este caso la distribuidora es el nexo entre la editorial y las librerías, y hace uso de sus almacenes para guardar los ejemplares que lleva y se devuelven de las librerías. La editorial entrega los ejemplares impresos a esta distribuidora y ésta los lleva a la mayor cantidad de puntos de venta posibles, incluso a veces hace uso de pequeñas distribuidoras a nivel regional o local para acceder a más lugares.

En este tipo, la cadena funcionaba de la siguiente manera: Desde el autor, luego pasa al editor, posteriormente se llevan a una distribuidora, que los reparte en las librerías, para que finalmente llegue a las manos del lector.

La distribuidora se queda entre el 50-60% de las ganancias del libro. Por este motivo sólo las editoriales tradicionales acceden a este tipo de distribución. A un autor independiente, una editorial donde éste costee su libro, no le compensa arriesgar su capital en una de estas editoriales, pues funcionan trabajando con grandes tiradas, para poder conseguir compensación económica.



La distribución 1:1 o impresión bajo demanda

Estas distribuciones trabajan imprimiendo libros cuando estos tienen demanda, y no mediante tiradas previas. De este modo no se necesita un sitio de almacén (y por lo tanto se reduce su costo), y tampoco es un riesgo de inversión, ni para la editorial ni para los creadores. El libro se produce después que se ha comprado, por eso se denomina 1:1, porque las copias se producen a medida. Estas distribuidoras no trabajan con las librerías, sino que distribuyen una vez el libro se haya vendido. Las editoriales de autoedición son las que trabajan con este tipo de distribuidoras.

Por otra parte significa que el coste por ejemplar es mayor si se realizan pocas copias, pero a medida que se reproducen se reduce la inversión inicial y el coste es cada vez menor. Utilizan la impresión digital, y no la impresión offset, lo que facilita imprimir pocos ejemplares con bajo coste (en comparación con lo que ocurre con offset, que sólo sale rentable imprimir pocas tiradas). Actualmente la impresión ha avanzado, por lo que su calidad es bastante buena, y un buen rival para las impresiones tradicionales.

Un modelo similar es el que utiliza Amazon, pues facilita publicar libros de tapa blanda bajo demanda con un coste de producción bajo, y que se distribuye a medida que se compran. La diferencia es que la gente que consumen en Amazon tiene a disposición todos estos libros, mientras que las distribuidoras 1:1, al no tener su libros en las librerías sino en la lista online de éstas

suelen acabar en un limbo donde tienen poca visualización, y si no tienes promoción alguna, son completamente olvidados.

En este caso, la cadena cambia. Empieza en el autor, luego sigue la cadena con el editor, y también hace uso de las distribuidoras, sin embargo, no pasa por las librerías, sino que directamente va a los lectores. Incluso, muchas veces, el editor no es parte del proceso.



La distribución sin distribuidoras

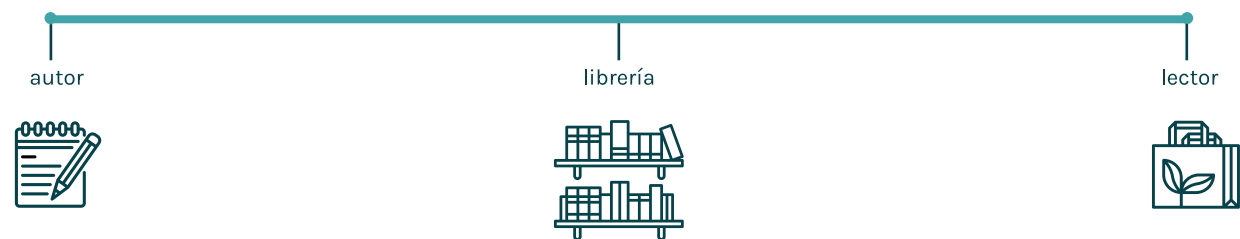
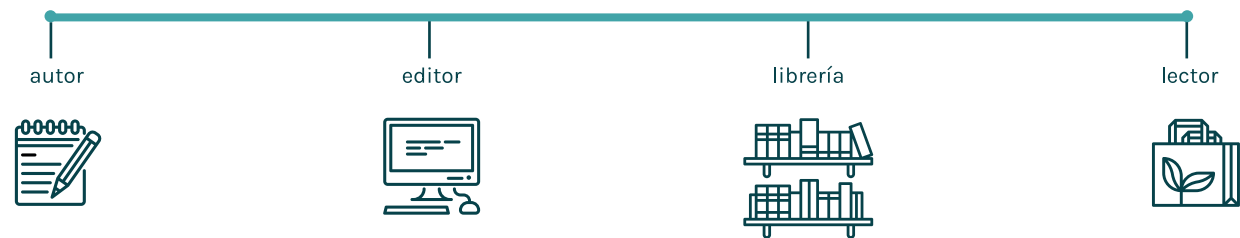
Algunas editoriales prefieren este canal alternativo donde crean una distribución selectiva. En éste, en vez de pretender que tu libro esté en el catálogo de muchas librerías, prefieren que esté concentrado en unos puntos de venta muy concretos. Esto puede deberse a que su catálogo sea muy particular o que su editorial no invierte en grandes tiradas.

Por este motivo se elimina el intermediario entre la editorial y las librerías, no existe una distribuidora, sino que directamente la editorial se pone en contacto con el librero, estableciendo una relación directa. Esto suele ser de interés para las librerías porque es una de las pocas que alberga este catálogo lo que supone un punto de venta exclusivo.

No solo las editoriales pueden hacer uso de este sistema, un autor que autopublica su libro, puede llegar al mismo acuerdo con las librerías. Este modelo supone que tanto la editorial, el libro y el autor, puedan ganar mayor porcentaje de las ventas de los libros.

Sin embargo, no muchas librerías quieren tratar con este tipo de relación directa, pues para ellos conlleva una mayor gestión, y además, que este tipo de libros necesitan dedicarles un mayor tiempo. Para una librería es más fácil gestionar varias distribuidoras, que varias pequeñas editoriales y autores, lo que convierte a este modelo en complicado por el gasto de tiempo que requiere buscar una librería que se interese.

La cadena, en este caso, estaría compuesta por, primero, el autor, posteriormente, pasa por un editor, y en este caso, se salta a las distribuidoras, y directamente va hacia las librerías para, finalmente, llegar a las manos del lector. A veces, también pueden saltarse el paso del editor, e ir directamente a las librerías.



La distribución sin distribuidoras

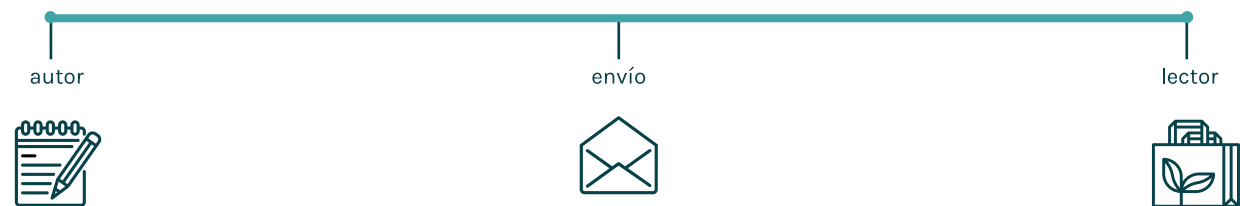
Esta se basa en la venta de libros a los lectores directamente por parte del editor o el autor. En este caso no hay intermediario sino venta y compra. Muchos de ellos se hacen, por ejemplo, en las presentaciones de los libros aunque también puede realizarse sin las presentaciones de por me dio.

Algo muy actual, son los crowdfunding o la preventa del libro, donde un autor explica el proyecto que quiere llevar a cabo, y una serie de personas lo financian, y con el tiempo acabarán con su propio ejemplar (y alguna otra cosa, pues los autores en estos casos suelen ser generosos y dar pequeños detalles, como pegatinas, o marcapáginas, etc). De estos crowdfunding a veces se pueden llevar algunos libros más a parte de los que ya están vendidos, que el autor puede poner a la venta. De este modo no se pierde dinero, pues todo lo que produces ya está pagado.

Existen páginas especializadas en crowdfunding de libros, como es "libros.com" (<https://libros.com/>), en donde se ponen diferentes precios con diferentes opciones (por ejemplo comprar el libro, o el libro físico con el ebook, o dos, etc), e incluso tienen opciones para aquellas librerías que quieran poner su libro en su negocio. Por otra parte, estos libros también se venden en su cafetería/librería en Madrid, llamada La Berlinesa.

Gracias a correos, estos ejemplares pueden enviarse sin ningún problema, aunque por el costo suele ser limitado a España. Correos ofrece una gran posibilidad de envío para aquellos que trabajen como autónomos, o incluso como empresa. Sin embargo, tam-

bién es posible una distribución internacional, si los compradores están dispuestos. Sin embargo, optar por no distribuir fuera no es una desventaja pues la distribución tradicional en la mayoría de los casos tampoco lo contempla.



Otra forma es la distribución mediante Amazon, concretamente “Amazon Service Europe”, el cual se encarga de la venta del libro y su distribución. Con cada venta, se avisa al autor, y este libro se envía al lector. Este sistema permite que las editoriales o los autores independientes, ganen más dinero, pues toda la ganancia de venta de los libros es para ellos, aunque hay que tener en cuenta que se deben asumir los costes de envío, ya sea mediante Amazon o Correos.

También existen otros puntos de venta, como “Todos tus libros” (<https://www.todostuslibros.com/>), que es un proyecto que trabaja con librerías de toda España. En su página web, al buscar un libro, te recomiendan la librería más cercana a tí donde lo vendan.

La cadena en este caso empieza por el autor, luego sigue con el editor, y finalmente se envía al lector. Aunque también puede ocurrir que el autor envíe directamente al lector.

El mercado

Por otra parte debemos tener otra cosa en cuenta, en el mundo hay 480 millones de hispanohablantes, y se estima que 9 millones de personas hablan español como segunda lengua. Aparte de España, existen 20 países hispanohablantes y otros donde se habla este idioma de manera común aunque no se considere la lengua principal, como ocurre por ejemplo en EEUU, Belice, Andorra o Gibraltar. Esto quiere decir que el mercado en el que nos centramos, el español, es solo una pequeña parte, y que podemos expandirnos mucho más allá, y que renunciar al mercado de la exportación implica li-

mitar de forma severa la posibilidad de expansión de cualquier editorial.

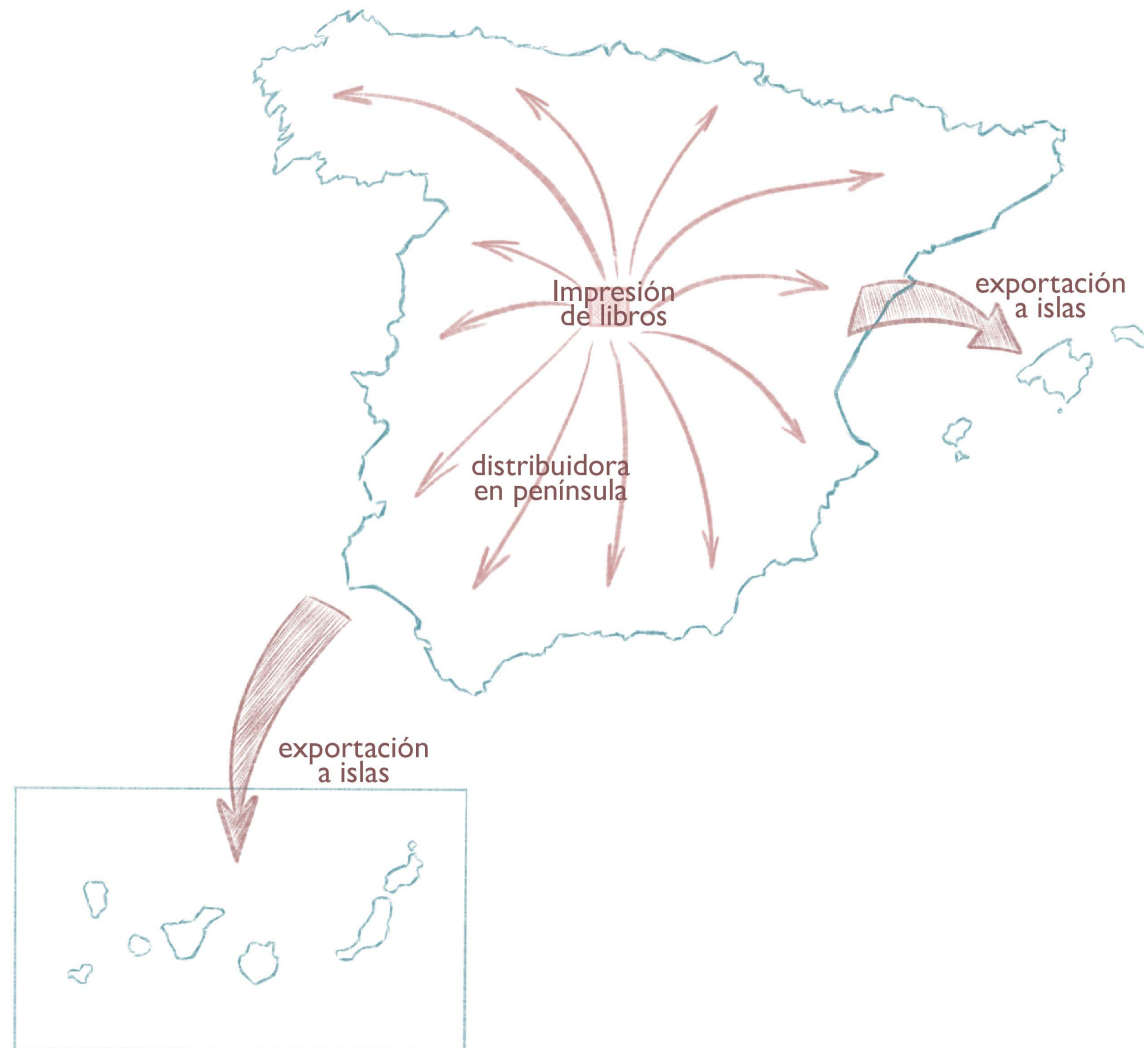
Por ejemplo, sólo en latino América, el 64% de la población es hispanohablante, esto en números se traduce a que de los 480 hispanohablantes que viven en el mundo, 400 millones son de procedencia latina. Existe una gran oportunidad de mercado pues los gustos de lectura son similares a los que tenemos en España, pero también con grandes costos, por ejemplo, la importación y exportación, la inestabilidad económica, jurídica y política de algunos de sus países, el ecosistema del libro y la lectura, donde según las distintas regiones tienen participación de venta de derechos, un índice bajo de lectura, etc.

Ante esta situación hay que tener en cuenta que los gastos de envío, y aduanas, son altos. Para que exportar se convierta en un mercado rentable es necesario crear una estructura de exportación permanente. Esto supone un alto costo, por lo que los únicos que tendrán un acceso viable a este mercado son aquellas editoriales constantes que tengan un catálogo amplio y unas publicaciones que tengan ventas en el mercado internacional.

Otro modo de acceder a este mercado es directamente imprimiendo allí. Por ejemplo, con las impresoras digitales ahora se pueden realizar tiradas más pequeñas y más baratas, y la posibilidad que ofrece es que una vez el libro esté digitalizado se puede imprimir en cualquier lugar del mundo, aunque solo sea un ejemplar. De esta forma editoriales más pequeñas o con un menor catálogo podrían abrir un hueco en estos países.

Con respecto a la editorial que quiero desarrollar, pretendo centrar mis publicaciones primero en un mercado nacional, sobre todo en la península ibérica, debido a que el mayor número de libros van a distribuirse por las distintas comunidades autónomas, pues es donde considero que van a tener más público, por lo tanto, los libros han de ser **impresos directamente en la península ibérica** y contratar con una **distribuidora** para realizar el trabajo de **almacenaje y movilidad** de libros, y finalmente, **enviar un remanente a Canarias**. Esta decisión se toma porque Canarias es más pequeña, por lo que la gran mayoría de libros tendrían que exportarse a la península, lo que supondría incrementar el precio del libro. Para llevar esto a cabo, pienso que el tipo de distribución que necesito es la **distribución por mayorista**, es decir la **tradicional**, para poder llegar a más lugares.

Por otra parte, en mi editorial, el mercado de **exportación a latino américa**, sólo se tendrá en cuenta cuando un libro se convierta un **best seller**, pues al ser una editorial completamente nueva es mejor no arriesgar desde un principio sino ir aumentando poco a poco, y al tener un libro con buenas ventas puedes aceptar este riesgo ya tienes un colchón sobre el que trabajar.

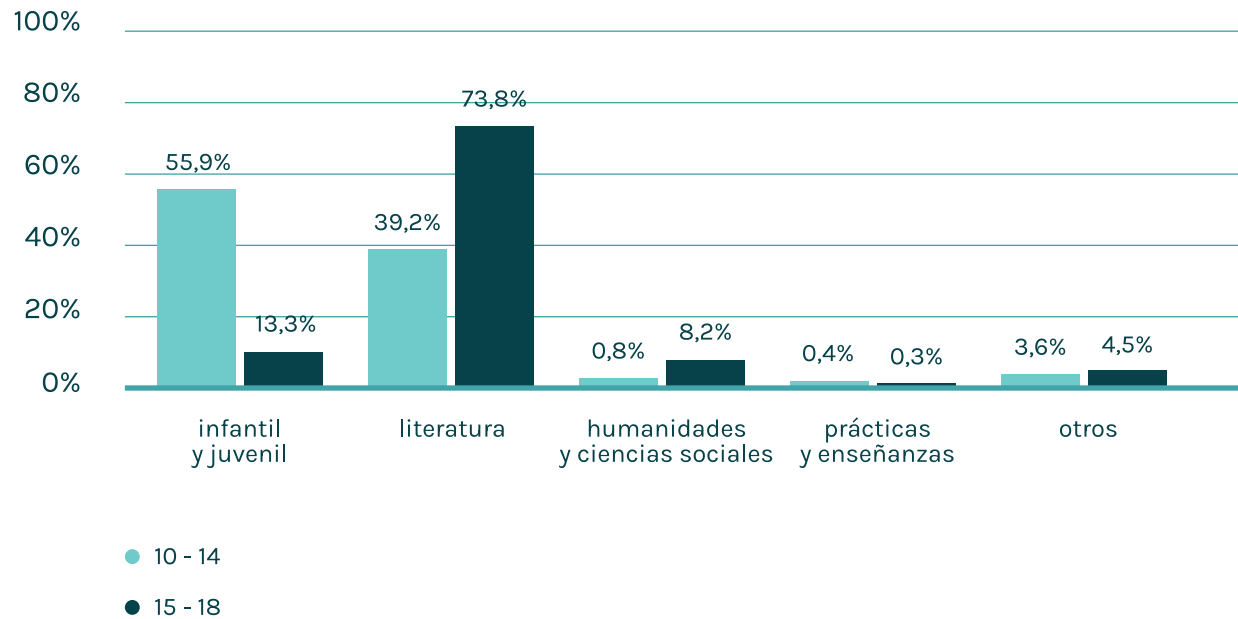


Industria del libro en España

Debido a que la editorial que voy a desarrollar va a ser de origen español, y su venta va a centrarse sobre todo en este territorio, es conveniente estudiar el mercado para saber a qué nos vamos a enfrentar, qué temáticas son las que más se venden, y qué directrices debemos tomar para que este proyecto funcione.

Este estudio se centra en el porcentaje de lectores en la población adolescente, en 2019, realizado por Statista. En los resultados se puede observar que entre los menores de edades comprendidas entre 10 y 14 años triunfa el género infantil y juvenil, pues un 60% optaron por éste. Por otra parte, los adolescentes, de entre 15 y 18, prefieren optar por libros de literatura, un 70% eligieron esta opción. Sin embargo, hay adolescentes que consumen literatura infantil, un 13%, y también jóvenes que optan por literatura, un 40%, por lo que no hay un género concreto para cada edad, sino que abarca un amplio espacio.

El porcentaje de lectores en la población adolescente en España, en 2019, realizado por Statista.



Cegal en 2018 realiza una encuesta sobre “Hábitos de Lectura y Compra de libros en España”. Estas entrevistas se realizaron a personas de todas las edades, a partir de los 10 años, y con representación de todas las regiones y tamaños de hábitat. En total se realizaron un total de 5.004 entrevistas, proporcionados por CCAA, por lo cual las Comunidades Autónomas más pequeñas se les asignó un número de encuestas superior al que les correspondería por su número de población. De esta manera se consigue que cada CCAA tenga al menos 190 encuestas, lo que permite tener un 95,5% de nivel de confianza.

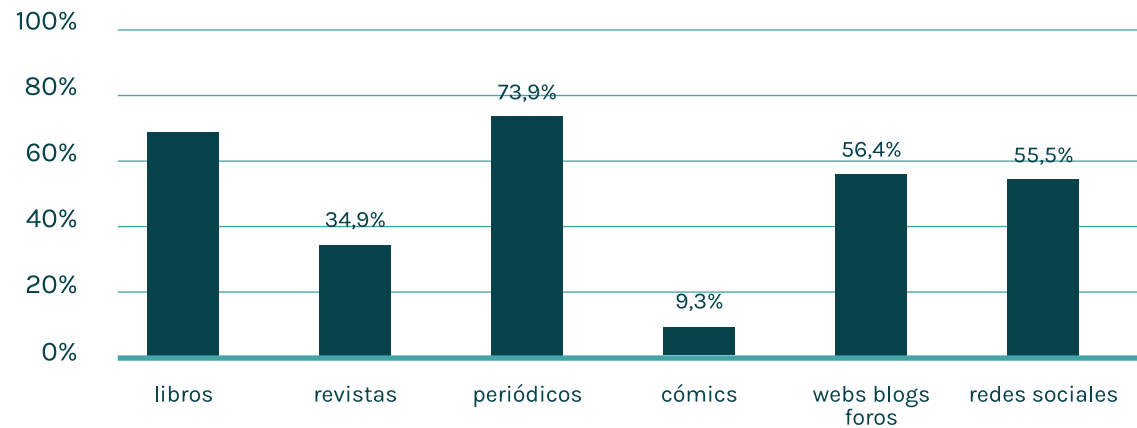
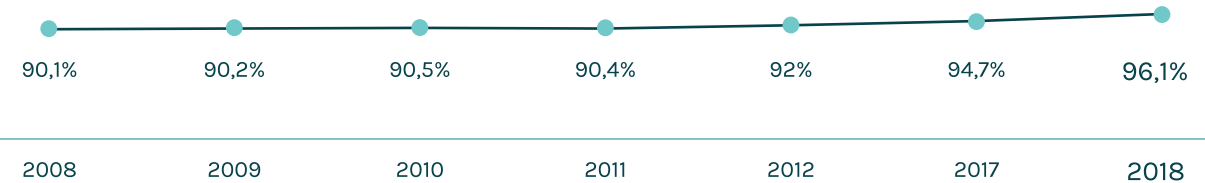
En los resultados de la población de 14 o más años, podemos observar que un 96,1% de la población lee, al menos una vez al trimestre, y el 67,2% son libros.

Hábitos de Lectura y Compra de libros en España en la población de 14 años. Estudio por Cegal.



EVOLUCIÓN

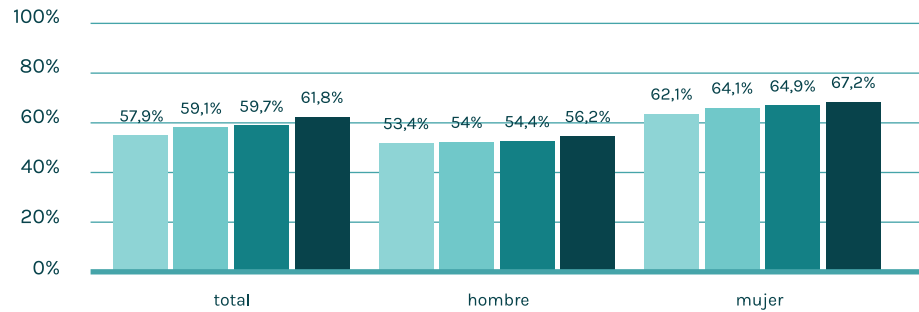
%Total de lectores en cualquier medio



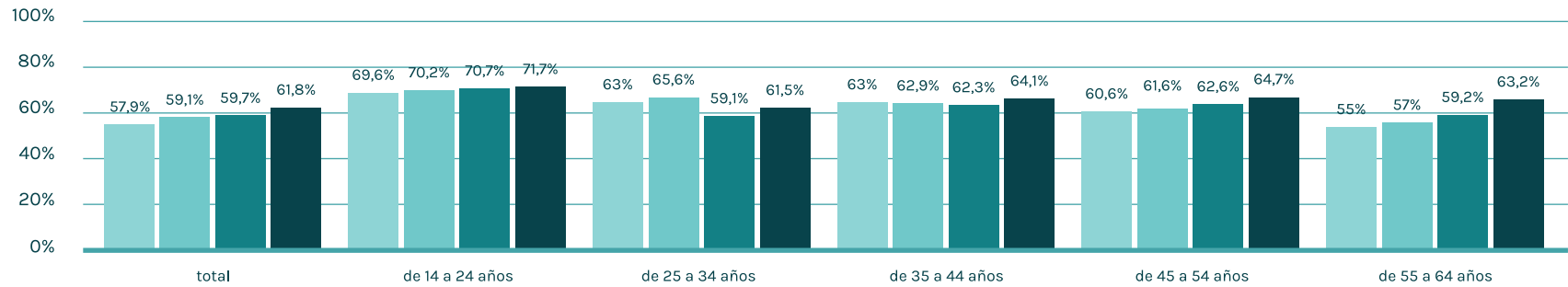
En otra encuesta podemos observar la lectura en tiempo libre en las personas de 14 a 24 años, desde 2011 a 2018. En ésta podemos ver como crece apenas un 2%, pero con un nivel muy alto, 71,7%, comparado con el de los adultos, que ronda desde el 60 al 65%.

**Lectura en tiempo libre en la población.
Estudio por Cegal.**

Lectores de libros en tiempo libre según sexo



Lectores de libros en tiempo libre según edad

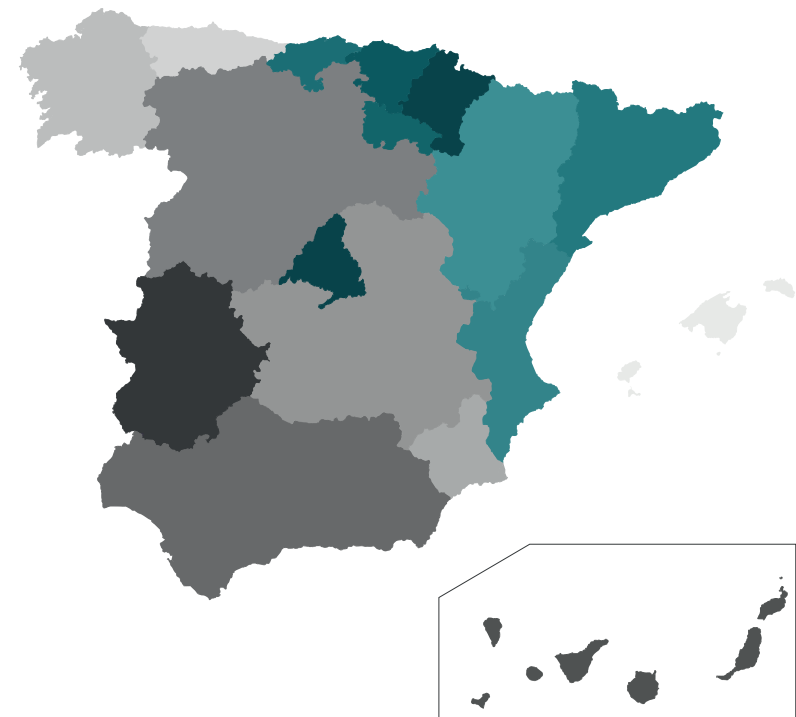
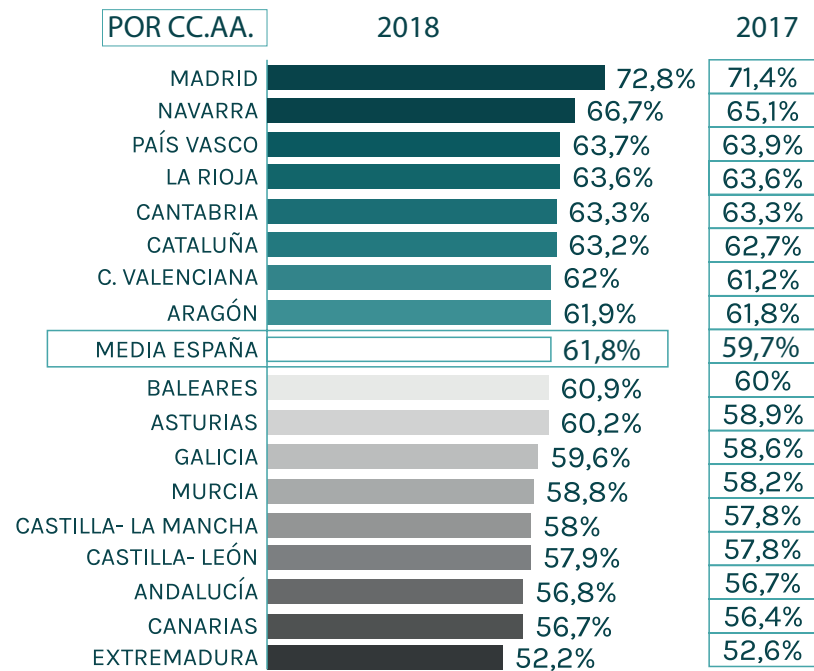


● 2011 ● 2017
● 2012 ● 2018

Como podemos observar en la siguiente gráfica, las medias más altas de lectura se encuentran en la península, esto sustenta nuestra decisión de priorizar nuestra distribución por ella, antes que en Canarias, que se encuentra en el penúltimo puesto.

Estudio de media de lectura por comunidades en España, en la población de 14 años. Estudio por Cegal.

LECTURA DE LIBROS
LECTORES DE LIBROS EN TIEMPO LIBRE



En la actualidad, los audiolibros no son los formatos más utilizados según el estudio, pues solo un 2,5% de la población de 14 o más años escucha audiolibros, y solamente 1,1% lo hacen de forma semanal.

Estudio de frecuencia de uso de audiolibros en España, en la población de 14 años. Estudio por Cegal.

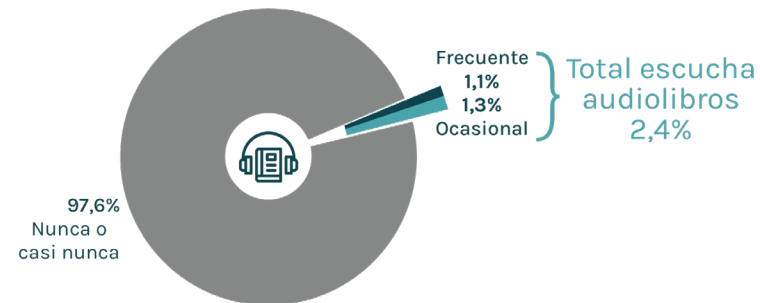
Actualmente, tan solo el **2,5% de la población de 14 o más años escucha audiolibros** con frecuencia al menos trimestral. Un **1,1% lo hacen frecuentemente**, al menos a la semana.

Base: Población de 14 o más años (4.800)

AUDIOLIBROS

¿Suele escuchar audiolibros?*

¿Con qué frecuencia?



*Nueva pregunta incluida en 2018

% Horizontales	Escucha audiolibros
TOTAL (4.800)	2,4
SEXO	
Hombre (2.399)	3,2
Mujer (2.401)	1,5
EDAD	
De 14 a 22 años (673)	2,9
De 25 a 34 años (900)	2,4
De 35 a 44 años (933)	3,1
De 45 a 54 años (802)	2,9
De 55 a 64 años (659)	1,7
De 65 años y más (833)	1,1
ESTUDIOS	
Hasta primarios (1.024)	1,2
Secundarios (1.852)	2,2
Universitarios (1.924)	3,5

Como muestra el estudio, el 28,7% de la población, en 2018, lee en soporte digital, al meos una vez al trimestre. Entre los formatos más populares nos encontramos con el "E-Reader", y el ordenador, con un 12% y un 11%, seguidos de las tablets, con un 7,7%, y finalmente, el móvil con un 6,7%.

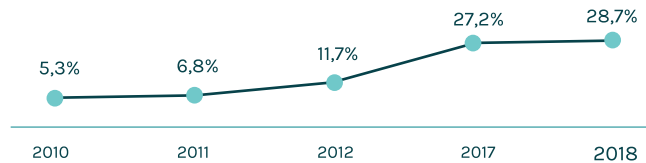
Por otra parte, según el estudio realizado por Cegal, la descarga gratuita sigue siendo el método más habitual para la obtención de los libros por medio digital, y solo un 34,8% de los entrevistados los obtiene pagando por ellos.

Estudio de formatos de lectura digitales en España, en la población de 14 años o más. Estudio por Cegal.

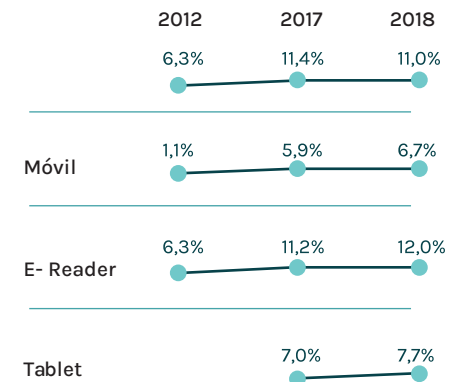


EVOLUCIÓN

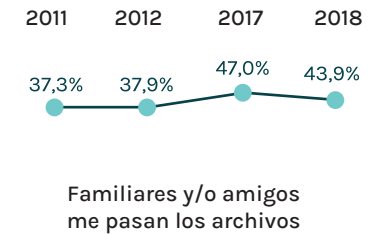
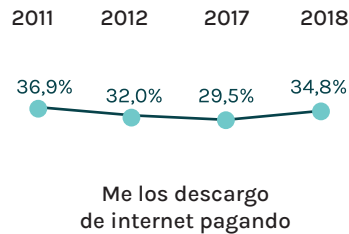
Frecuencia de lectura en soporte digital según los años



En qué dispositivos se leen los libros digitales



Estudio de la obtención de libros digitales en la población de 14 años o más. Estudio por Cegal.



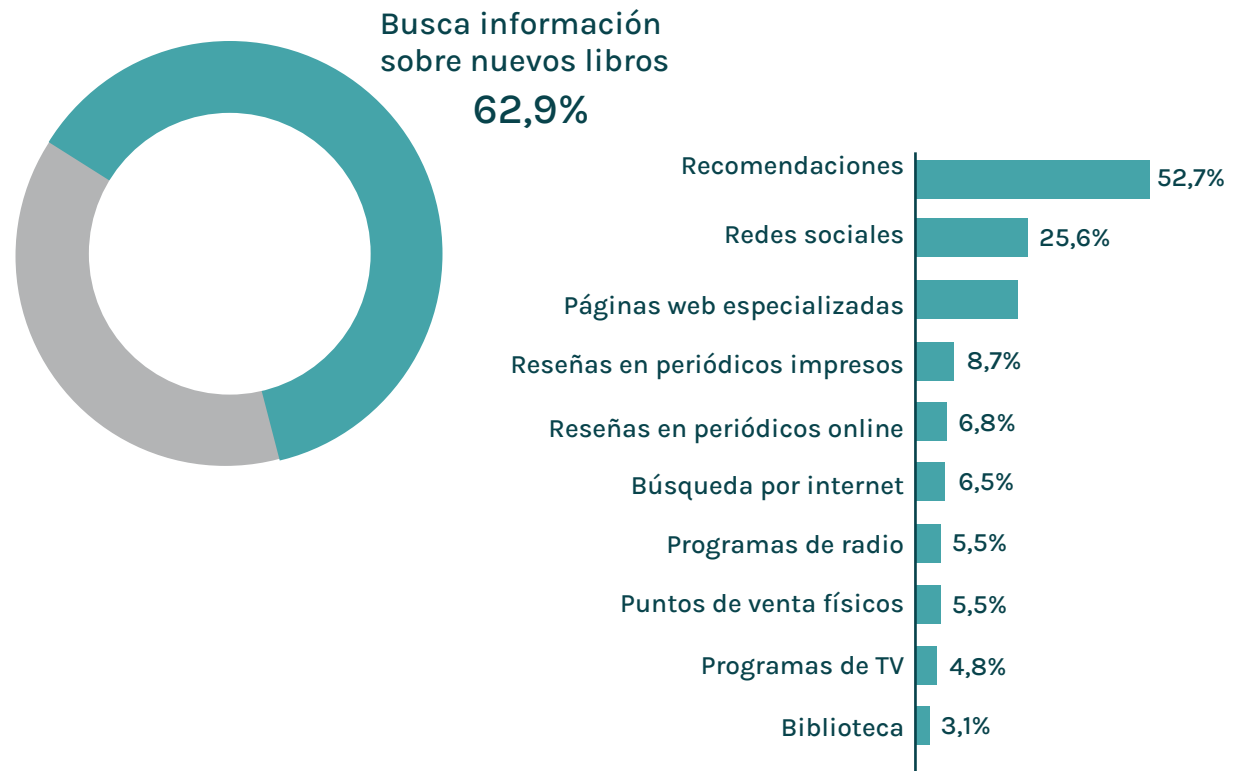
Tipos de publicidad

La forma en que las personas adquieren los libros es una parte importante del proceso de venta que requiere su propio estudio. Una editorial no sólo tiene que tener en su mano la creación del producto hasta su disposición en las estanterías, sino que si quiere mantenerse a flote, debe de buscar la manera de que la gente quiera comprar este libro y aquí es donde entra en juego la publicidad.

Muchas veces se cree que los libros tras llegar a la librería no tienen mucho más juego, que simplemente van a llamar la atención, o no, mediante una lotería. Sin embargo esto no siempre es así, de hecho, entre los lectores de libros, un 62,9% buscan información o recomendaciones sobre libros de forma previa a comprarlos. Este gran porcentaje abre una posibilidad a las editoriales para poder publicitar sus libros.

Dentro de este porcentaje de búsquedas, vemos que lo encabeza, con un 52,7%, las recomendaciones, ya sean de amigos, familiares, etc. Por lo tanto, esto nos refuerza la idea de la necesidad de un buen libro, con una buena presentación y contenido que deje a las personas con un buen recuerdo y quieran posteriormente dedicar su tiempo a comentar su lectura. No podemos realmente manipular a una persona para que hable de nuestro libro, pero si le dedicamos tiempo a crearlo con cuidado tenemos más posibilidades de que este hecho se produzca.

Estudio sobre la búsqueda de información sobre libros. Estudio por Cegal.



Por otra parte, en 25,6%, nos encontramos con las Redes Sociales, foros, blogs, etc. Está en conocimiento de todos como estas plataformas son una forma de dar voz a los proyectos (aunque no siempre el resultado es fructífero, pues existe una gran cantidad de publicaciones por minuto en redes, y un buen trabajo puede quedar enterrado sobre una pila de información). Por este motivo existen páginas web especializadas, que en el estudio se encuentran justo debajo de las redes sociales, con un 23,9%, como por ejemplo Goodreads (<https://www.goodreads.com/>).

GoodReads es una página web en la que los lectores pueden encontrar información sobre los libros, reseñas de otros lectores, libros recomendados por el público general, o libros importantes sobre temas específicos (como ficción, romance, fantasía, joven-adulto, etc), e incluso buscar un libro que has disfrutado y ver qué han disfrutado otras personas en el mismo estilo. Es una herramienta muy útil para aquel lector que no quiere perder el dinero, e ir a tiro fijo en una librería. Goodreads tiene una parte muy buena que es poder leer muchas reseñas sobre un mismo libro, según los distintos tipos de gustos habrá mejor o menor puntuación, pero debería existir una media constante, sin embargo esta es un arma de doble filo, pues una persona que no ha quedado satisfecha con el libro puede pesar más que cinco personas con buenas palabras.

Tal vez por este motivo, donde muchas veces la gente que reseña lo hace sin pensar en la repercusión que puede llegar a tener, más personas, como podemos ver en el estudio de realizado por Cegal, prefieren optar por los blogs especializados de reseñas, donde una mis-

ma persona va comentando lo que lee, y sus opiniones. Este tipo de reseñas pueden ser más “fiabiles”, no porque sean más profesionales, sino porque tienen una continuidad, y si coincides en gusto, seguramente los siguientes libros que haya disfrutado también serán una buena lectura. De esta forma se crea un vínculo fiable con una sola persona.

Siguiendo esta línea, existen un tipo de “youtubers”, denominados “booktubers”, que se dedican hacer reseñas de libros pero en vídeos, además de otro tipo de contenido, como “tags”, donde siguen una serie de preguntas como, “cuál es tu libro favorito”, “qué libro crees que es poco conocido y debería tener más público”, entre otras preguntas, algunas más creativas, como por ejemplo “libro con portada amarilla que te haya gustado”, etc. Con este tipo de tags, pueden llegar a hablar de aproximadamente siete libros, en un vídeo de, usualmente, quince minutos. Que un booktuber nombre tu libro puede suponer un pico muy positivo en tus lecturas, por este motivo muchas editoriales están interesadas en enviarles libros de forma gratuita para que los lean y hagan una reseña. Ésta, actualmente, es una forma óptima para publicitar libros, pues si tienes la suerte de que un “booktuber” conocido hable de tu libro, puedes llegar a una media de 300.000 mil personas. Por ejemplo, El Coleccionista de Mundos, alberga 260.000 suscriptores; Clau Read Books tiene 548.000; Javier Ruescas 304.000; PolandBananasBooks con 410.000; Laspalabrasdefa con 343.000; entre otros.

Otro lugar donde se puede obtener información sobre los libros, son en las reseñas de los periódicos impresos, esta obtiene un 8,7%; mientras que en los periódicos

cos online el porcentaje es menor, 6,8%; los programas de radio, albergan un 5,5%; este mismo porcentaje es el que obtienen las librerías o puntos de venta físicos; el siguiente, con un 4,8%, es la difusión por programas de televisión, y finalmente, un 3,1% en las bibliotecas.. Pese a que estos últimos tienen un porcentaje menor, en comparación con las categorías anteriormente nombradas, debemos tener en cuenta que sigue siendo un medio de difusión con el que se puede contar para llamar la atención de los lectores.

En la editorial que voy a desarrollar, quiero poner énfasis en la publicidad, pues como hemos visto, el 62,9% de las personas busca información previamente a la compra, y de esta forma puedes lograr llamar la atención de más personas. Para ello, mi editorial debe tener redes sociales activas, tanto en twitter e instagram, donde se hagan publicaciones acerca de los libros, o hilos en twitter sobre una introducción a los distintos libros. Muchas editoriales utilizan las rrs para llamar la atención del público joven, creando hilos donde desvelan poco a poco un libro, ya sea poniendo una ilustración de cada personaje al día, o describiendo la historia.

Un ejemplo de esto es lo que hizo la autora Marta Álvarez con su libro "Mystical". Cada miércoles hasta el día de publicación del libro fue sacando algo sobre los personajes, como por ejemplo el moodboard que inspiraba el diseño, o partes de su conjunto antes de revelarlos enteros hasta que finalmente publicó la portada. La cosa no quedó ahí, sino que posteriormente publicó un test de buzzfeed para saber a qué personaje de la novela te pareces, algo muy acertado pues es una ten-



Tuits e imagenes recuperados de: <https://twitter.com/Martitara/status/877564423342235648?s=20>

dencia entre los jóvenes, y además, un concurso de “fanarts” con cinco ganadores. El hilo de esta autora se ha convertido en un tipo de publicidad que ahora mismo llevan a cabo otras editoriales, siguiendo estructuras muy parecidas, para intentar viralizarse entre el público joven de twitter.

Por otra parte, considero que en el mundo en el que vivimos actualmente, la información que nos es más fácil digerir se corresponde con la audiovisual, por lo que en la editorial que voy a desarrollar apuesto por crear un canal de youtube con contenido entretenido para el público en relación con la editorial y sus libros, en el que se puedan subir por ejemplo “preview” de los libros, cómo se ven por dentro las ilustraciones, o booktrailers, con una pequeña animación para inducir al espectador a la historia. Estos vídeos no tienen que permanecer solo en youtube, ya que su propósito es ser cortos y atraer al público, por lo que también se pueden divulgar en otras plataformas como twitter e instagram. Por otra parte, hoy en día tik tok es otra herramienta muy útil para darse a conocer y ya existe una comunidad de gente que habla de libros, como por ejemplo, es el caso de @almendrada.books, con 220.000 seguidores. Sin embargo, otras editoriales todavía no lo han utilizado como canal de información, por lo que abrirse paso en tik tok podría significar una innovación dentro del mundo editorial.



Tuits e imagenes recuperados de: <https://twitter.com/Martitara/status/877564423342235648?s=20>

El Libro

Sus formatos

El libro impreso.

Los libros son una parte fundamental de las editoriales, pues éstas funcionan mediante la creación y venta de estos mismos, por lo tanto para entenderlas completamente hay que hacer un estudio sobre qué es un libro, y sus distintas formas de expresión.

Un libro es una obra compuesta por un conjunto de hojas de papel (u otro material), usualmente impreso, que tiene como mínimo 49 páginas colocadas en el orden de lectura, y unidas mediante la encuadernación a una tapa o cubierta. El libro está compuesto por la sobrecubierta, que sirve de envoltorio; la cubierta, que constituye el aspecto que alberga el libro en el exterior; el lomo, cubre el ancho del libro, y tiene los datos; el interior, que se divide en el cuerpo de la obra, la portadilla, las guardas, las páginas de cortesía...; y finalmente la contraportada. Cada parte que compone el libro es importante, una sin la otra no funciona y todas deben ser cuidadas para que el resultado del libro sea óptimo.

En un libro físico hay que elegir varias opciones importantes para que el libro no solo sea correcto, sino que además tenga un buen resultado. El primero es el formato, éste se elige según el tipo de libro que se vaya a desarrollar, pues por ejemplo si es una novela, hay una serie de formatos estándar que pueden servir, o si es un álbum ilustrado se suele preferir unos formatos

más cuadrados o rectangulares pero con la base más ancha. No existen formatos obligatorios (salvo excepciones en imprenta, como ocurre con Amazon, que da opciones limitadas), pero es importante elegir el adecuado para el resultado, y el presupuesto.

Lo siguiente es elegir el tipo de papel a utilizar, esto condiciona la lectura, por ejemplo hacer una novela sin imágenes con un papel brillante, a lo mejor no es lo más recomendable. No existen reglas que pautan qué papel utilizar, pero sí una experiencia técnica. Por otra parte hay que tener en cuenta que no todas las imprentas ofrecen todos los tipos de papeles porque no les sale rentable, y que si se pide el papel, aumenta el costo de producción. Hay distintos tipos de papel, entre ellos nos encontramos:

- **Papel Offset.** Este tipo es el que se usa de forma común, sobre todo en los libros de lectura seguida. Es un papel sin revestir, con bastante poro, sin reflejos, y que tiene la capacidad de absorber mucha tinta. Su grosor oscila entre los 80 y los 240 gramos.
- **Papel Ahuesado.** Este es un poco más fino que el Offset, muestra un color más amarillo, con un aspecto rugoso y levemente más transparente. Éste se utiliza cuando se busca que la publicación sea más elegante, como una novela o libro de poesía.
- **Papel Estucado.** Este es un papel con menos poro y con un revestimiento brillante o mate. Es fino y suave al tacto. Como tiene una menor absorción de tinta con respecto al offset se consigue mejor detalle, por lo que es un tipo de papel que se utiliza para

aquellas impresiones que tienen imágenes de alta resolución. Su resolución oscila entre los 90 y los 350 gramos.

- **Papel Verjurado.** Éste es un papel de gran calidad, con gran resistencia, y con una textura muy notable pues tiene unos trazos transversales presentes en toda su superficie. Este papel se utiliza en libros de edición limitada o de índole artístico.

Para seleccionar el papel más adecuado a cada proyecto hay que tener en cuenta el tipo de libro, el público al que se dirige, la cantidad de páginas, la imprenta, el lugar donde se imprime, y el presupuesto que se utilice.

Lo siguiente a valorar son los tipos de encuadernación. Ésta es vital para el resultado estético del libro, según se elija una u otra puede cambiar drásticamente la calidad final del libro. Los distintos tipos de encuadernación son:

- **Encuadernación en rústica.** Ésta se conoce de forma popular como “tapa blanda”, pues la cobertura del libro se realiza con un papel de gran espesor, por lo que no es tan resistente como, por ejemplo, la encuadernación en cartón. Este tipo de encuadernación es económica y su uso es muy común en el mundo editorial.

- **Encuadernación en cartón.** También se conoce esta como encuadernación de “tapa dura”. Ésta es similar a la encuadernación en rústica, pero en vez de utilizar papel se utiliza cartón, con esto se consigue un acabado con mayor presencia, resistencia

y una duración mayor. Su coste es superior por eso se utiliza para libros donde se busca un acabado de alta calidad.

- **Encuadernación en tela.** Estos libros primero tienen que estar encuadernados en tapa dura y posteriormente se encola la tela y se pega a la tapa, que debe de ser rígida y tener el aguante suficiente para que quede bien fijada. Posteriormente se cubren los interiores de la portada y contraportada con el uso de las guardas para conseguir un resultado óptimo y que la tela del interior quede mejor sujeta, sin opción a despegarse por el roce.

- **Encuadernación Holandesa.** Esta se caracteriza porque utiliza distintos materiales en sus tapas. Una parte del libro, en este caso el lomo, se forra con piel, y el resto de la tapa se utiliza papel o tela. Dentro de este tipo, nos encontramos la “Holandesa con puntas”, ésta se da cuando los ángulos del libro van forrados con la misma tela que el lomo; y con la “Media holandesa”, cuando la piel solo cubre la mitad del plano y el lomo. Este tipo de encuadernación es la más cara.

- **Encuadernación en piel o pasta.** En ésta las tapas y el lomo están forradas íntegramente por piel trabajada (generalmente de becerro, aunque también hay algunas de otros animales). Las cubiertas presentan una superficie suave y lisa, sin rugosidades. Si cumple con los requisitos de la holandesa, se le puede denominar, media piel. Dentro de este tipo nos encontramos con algunos productos peculiares por su belleza, o rareza. Entre ellas destacan: belleza, o rareza. Entre ellas destacan:

—**Encuadernación en pergamino.** Con piel de carnero, cabra o asno. Es muy flexible si se hace uso solo del pergamino, aunque sí cubre un cartón u otra materia dura se le denomina “a la romana”.

Encuadernación marroquí. Utiliza en su gran mayoría piel de cabra, y es peculiar por los tintes que utiliza, pues son fuertes y oscuros. Están caracterizadas por su durabilidad.

—**Encuadernación de pasta española.** En esta se utiliza la piel de cordero o de oveja, con decoraciones esmaltadas que proporcionan un acabado moteado.

—**Encuadernación de pasta valenciana.** Ésta es semejante a la española, pero en este caso la piel se arruga antes de teñirla, lo que ofrece una textura más rica que da un recuerdo al mármol.

—**Encuadernación de piel con dorados.** Ésta se crea con piel diseñada con adornos dorados mediante el uso de planchas de hierros, con pan de oro o películas para fijar la decoración.

• **Otros tipos de encuadernación.** Estos son importantes por su aporte estético, ya que utilizan materiales distintos y exóticos, entre ellos se utiliza la seda, el metal, la madera, la piel del salmón, serpiente, esmaltado, terciopelo, etc.

Otra forma de clasificar los tipos de encuadernación, a parte de por sus materiales, es por la técnica empleada en el proceso. Entre ellos nos encontramos con:

• **Encuadernación con grapas.** Éste es un sistema económico y sencillo. Se utilizan dos tipos de grapas, las habituales y las omega, y éstas sobresalen por el lomo. Hay un número máximo de páginas en

las que son útiles, por ejemplo, este sistema no es óptimo para el encuadernado de un libro.

• **Encuadernación en espiral o canutillo.** Esta opción también es barata, y rápida. Se utiliza una espiral de alambre, que se desliza a través de las perforaciones que se realizan en un lateral de las páginas. Estas son muy útiles para las impresiones de gran número de páginas.

• **Encuadernación rústica fresada o encolada.** El sistema que se utiliza se basa en encolar el taco de hojas directamente al lomo. Este es un sistema de encuadernación barato, pero que a la larga puede acarrear problemas, pues con el tiempo la cola puede perder sus características y desprenderse.

• **Encuadernación cosida.** Este es un tipo de encuadernación más sólida que consiste en unificar las hojas mediante el uso de un cosido, que se realiza atravesando verticalmente el lomo. También se utiliza este sistema mediante la división por cuadernillos de esta forma puedes encuadernar una gran cantidad de páginas, con mucha resistencia, y sin perder flexibilidad. Este cosido no es visible, pues posteriormente queda oculto por el lomo y la cubierta, su uso es funcional. En comparación con la encuadernación encolada tiene una mayor resistencia, pues al estar cosido, con el tiempo las páginas se mantienen fijas, la parte negativa es que su proceso es más laborioso, y por lo tanto tiene un precio mayor. Por lo general este es el sistema que se elige para aquellos documentos en los que se busque una durabilidad a largo plazo o que requieran ser consultados con asiduidad, como por ejemplo en los libros.

Otra parte fundamental que marca el desarrollo de los libros físicos se corresponde con el tipo de impresión que se elige para producir el libro. Por una parte está la impresión digital, mediante la inyección de tinta, o láser. Este sistema es más barato pues no utiliza los tambores de papel de offset sino papel a medida, y tampoco hace uso de planchas, ni matrices. Este tipo es muy útil cuando existe un gran volumen de trabajo, pues no hay que esperar a que la tinta se seque; por otra parte está la impresión en offset, que es la que se elige cuando hay un gran número de ejemplares. Este tipo de impresión permite un mayor detalle y una gran calidad, y aunque al principio es caro, con cada libro se amortiza su coste.

Existen otras premisas técnicas, como las tintas, los plastificados de la portada, o los barnices, pero estos se deciden después de diseñar y maquetar tanto el libro como la cubierta. Elegirlos de antemano, a no ser que sea una obligación para el diseñador por presupuesto, sería una pérdida de tiempo pues muchas veces las ideas cambian durante el proceso, y lo que se tiene en mente, al materializarse visualmente no funciona y hay que realizar un cambio completo de diseño.

Como podemos observar, realizar un libro requiere una serie de conocimientos técnicos y una serie de decisiones que determinarán el resultado. En el caso de la editorial que quiero elaborar, creo que lo más adecuado sería optar por un **papel estucado**, pues al estar dedicado a la ilustración, necesito que las imágenes estén impresas con una calidad excepcional y este tipo de papel es el que me permite adquirirlas. Sin embargo, como es una novela con ilustraciones, para que la vista no se canse optaré por un **estucado mate**. Con respecto a la encu-

adernación, creo que la más apropiada en este caso es la encuadernación cosida en cartóné o tapa dura, para que los libros tengan una gran calidad y resistencia.

El audiolibro

Este término se comenzó a utilizar hace 70 años, y hace referencia a aquellas grabaciones de libros leídos en voz alta, por una sola persona generalmente y que son dramatizados, entonando varias voces, y a veces con el uso de música de fondo y efectos sonoros. Éstos son distintos a los audio textos proporcionados por el software TTS, o "Text-to-speech", que lee en voz alta un texto digital que se le aporta, y que está diseñado, generalmente, para personas con dificultades lectoras.

La historia de los audiolibros no es actual, pues con las primeras grabaciones de los fonógrafos, en 1877, ya nos encontramos con algunas grabaciones de historias, que se siguieron desarrollando con la llegada del gramófono en 1887, que permitía hacer grabaciones de mayor duración. Se cree que el origen de esto fue para trasladar los libros a las personas con discapacidad, aunque como bien sabemos, escuchar historias es una forma de entretenimiento que nos ha gustado desde siempre, como ocurría con los juglares, y hoy sigue ocurriendo con, por ejemplo, los podcasts. La parte positiva de los audiolibros, y un motivo por el que seguramente estén triunfando, es que te permiten rea-

lizar multitareas, y en el mundo digitalizado, la gente, sobre todo joven, ha crecido haciendo lo comúnmente llamado “multitasking”, que implica que no puedes realizar una sola tarea porque tu cerebro necesita sobre-estimularse, por eso muchas veces la gente pinta y ve vídeos de youtube, o hace trabajos de clase con música, o juega con podcast puestos. Escuchar un audiolibro te permite realizar otras tareas, como cocinar o conducir, algo que no se puede hacer con un libro físico, por este motivo existen personas que prefieren utilizar este sistema.

Otro motivo es la rapidez para consumir las historias, pues el ritmo de lectura no se puede comparar con el ritmo en el que la gente habla, por lo general. Incluso muchas veces esta velocidad puede aumentarse para satisfacer las necesidades del consumidor. También puede ser una herramienta de desconexión, mientras estás tumbado o en la ducha, pues es una forma de entretenimiento que no requiere uso de todos los sentidos. Es importante nombrar, que para las personas con distintas capacidades, como una persona invidente o incluso con dislexia, este tipo de libros es una herramienta excelente ya que le permite llegar al mismo contenido que el resto de personas con otras capacidades.

Sin embargo este tipo de libros todavía no son tan populares, como pudimos ver en los estudios realizados en 2018 de hábitos de lectura y compra de libros, solo un 2,4% de la población española escucha audiolibros, por lo tanto, tener una parte de la editorial dedicada a esto no compensa tanto, sino trabajar junto con empresas que se dediquen a este mundo, como por ejemplo Audioteka, o Audible, una plataforma de Amazon

que se dedica a los audiolibros, y donde el público se encuentra una gran y variada biblioteca. Por otro lado, pese a que en España el audiolibro no sea tan aceptado, es cierto que en Norteamérica sí tiene un gran uso, e incluso pagan a youtubers para hacer publicidad de sus páginas o aplicaciones de audiolibros, y así llamar la atención de más personas.

Libro electrónico (ebook)

Un eBook, o libro electrónico, es un libro con un formato digital o electrónico. Este tipo de publicaciones se basa en la lectura de libros mediante un intermediario tecnológico, es decir, se suprime el papel y se cambia por una pantalla. Las publicaciones de libros, en este caso, se especializan para este medio digital, el conjunto de texto que compone el libro ahora se adapta al tamaño del dispositivo adquirido, y aparecen o desaparecen de la pantalla según lo indique el lector.

Los libros electrónicos funcionan mediante una pantalla sin luz, que cubre toda su superficie, una memoria que permite almacenar una gran cantidad de libros. Estos libros utilizan la tecnología de tinta electrónica que permite visualizar los caracteres con calidad en una pantalla que no necesita luz interna, que no parpadea, ni muestra reflejos, y lo más importante, que no cansa la vista, y que se puede leer tanto a la luz del sol, como con la luz de un flexo. El tamaño de estos dispositivos es como el de los libros, incluso menor, y son

audible 

Plataforma creada por Amazon, para escuchar audiolibros a cambio de una cuota mensual. Recuperado de: <https://www.amazon.com/>

audioteka 

Plataforma para comprar audio libros. Recuperado de: <https://audioteka.com/es/>

muy finas, lo que permite transportarlas y utilizarlas de una manera cómoda.

Además del libro electrónico, también se puede hacer lectura mediante tablets, o incluso en el móvil. Existen aplicaciones, como “Aldiko”, que son gratuitas y te permite leer, además de epub, archivos “PDF”, con el mismo sistema que en un libro electrónico. También da algunas posibilidades con las que jugar, como pasar las páginas de arriba abajo, o de un lado a otro, y de ponerlo en negativo.

Uno de los inconvenientes del libro electrónico, es que no permite la creación de un vínculo afectivo entre el lector y el libro, pues se pierde el sentido del tacto, el olor del papel, el hecho de pasar las páginas, etc. Otro problema, es que los libros electrónicos tienen una pantalla, generalmente de menor calidad que un libro impreso. Por otra parte, mientras que un libro, desde que lo compras es tuyo, el libro electrónico puede quedar obsoleto. Tal vez, estos motivos influyen en que, en España, solo el 28,7% de la población utilice los ebooks, y de este porcentaje, solo un 34,8% paga por ellos.

En mi editorial, se plantea que los libros si llegan a ser conocidos y venderse bien, es decir, llegar a ser best-sellers, entonces podrían ser ampliados a otros formatos, y en este caso, trasladarlos al formato para libros electrónicos. Sin embargo, existe un problema, pues no todos los libros electrónicos no permiten imágenes, y menos a color, y en mi editorial al estar dedicada a la ilustración este no sería un formato óptimo para reproducir nuestros libros, por lo tanto, solo se pasarían a formato electrónico aquellas historias que sean origi-

nales y tengan algo que aportar, y no se trabajarían en ese formato, por ejemplo, los clásicos ilustrados.

Publicación digital

Aparte de los libros electrónicos, existen otro tipo de publicaciones digitales, que permiten leer mediante smartphones, eReaders, o tablets. Estas permiten interactuar con el trabajo, dan una gran navegabilidad, y permiten el uso de imágenes a todo color. Para conseguir este tipo de publicaciones tenemos varias formas de llevarlo a cabo.

La primera de ellas es un PDF interactivo, éste se puede hacer desde el programa indesign, y puedes añadir botones con distintas funciones, como link, audio, formularios... etc, además puedes añadir imágenes y vídeos, y que estos reaccionen ante el paso del cursor y el clic sobre ellos. El problema es que para su lectura se necesita el acrobat reader, pues no tiene gran compatibilidad con todos los lectores PDF.

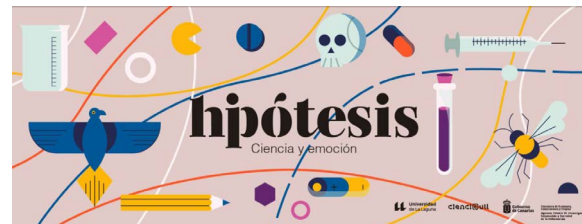
Por otra parte está el ePub 3.0 que es una evolución del formato tradicional, que permite añadir vídeos, sonidos y animaciones, por lo tanto es ideal para libros infantiles o con ilustraciones. El problema es que no todos admiten este tipo de archivos, y en los eReaders que utilicen tinta electrónica sigue siendo en blanco y negro, por lo que tampoco es una salida rentable.

Finalmente, hay un tipo de publicaciones digitales que trabajan mediante la creación de apps, éstas se suben a plataformas como, por ejemplo, google play, o app store, donde las personas interesadas pueden descargarlas. Este es un tipo de proyecto que utilizan las revistas, sobre todo, como “Hipótesis”, la revista científica de la ULL.

Otro ejemplo es la portada en movimiento de la revista Digiturk Magazine, donde el movimiento de la cámara va desde detrás del astronauta, luego girando y acercándose, hasta acabar en el primer plano del astronauta, con el título de la revista.

Para realizar este tipo de publicaciones digitales existen diferentes herramientas, algunas funcionan como plugin de InDesign, o CSM, que son gestores que operan bajo parámetros similares a plataformas como, por ejemplo, wordpress. Entre ellos nos encontramos Bütton Publish, 480 Interactive, Pugnig, Aquafadas, Mag+, etc.

Este tipo de publicación digital, es la más rentable teniendo en cuenta la orientación de mi editorial, sin embargo, debido a que llevar a cabo estas publicaciones requiere un gran presupuesto, y que tal vez no se ve compensado, pues bajar una aplicación implica tener espacio de sobra en el móvil, y además hay que pagar una suscripción, y por muy innovador que sea, hay mucha gente que tal vez no se lo puede permitir, por lo que esta opción podría llevarse a cabo cuando un libro se convierta en best seller, y que la ganancia esté asegurada.



Hipótesis, una publicación digital de la ULL, sobre ciencia y emoción. Recuperado de: <https://www.ull.es/portal/ciencia-ull/revistahipotesis/>



Publicación digital de la revista Digiturk Magazine. Recuperado de: <https://vimeo.com/150994804>

Sus clasificaciones temáticas

Para la clasificación de los libros se sigue el sistema de “Clasificación Decimal Universal”, también conocido como CDU. Este apareció en 1904, creado por Paul Otlet y Henri La Fontaine, que adaptaron el anterior sistema utilizado, “Sistema Dewey de Clasificación” (CDD), creado en 1876 por Melvil Dewey. Estos fueron desarrollados para crear un orden universal en las bibliotecas, y de esta forma poder gestionar los distintos temas de conocimiento por categorías. Las siguientes clasificaciones son:

- Generalidades. Ciencia y conocimiento. Organización Informática. Información.
- Filosofía y psicología.
- Religión y teología.
- Ciencias sociales.
- Educación.
- Matemáticas y ciencias puras.
- Ciencias aplicadas, medicina y tecnología.
- Bellas artes, juegos, espectáculos y deportes.
- Lengua y literatura.
- Geografía, biografías e historia.

La editorial que voy a desarrollar, va a editar libros que se encuentran en la clasificación de “Lengua y literatura”, y se corresponderá con la novela y cuentos, tanto para el público infantil, como juvenil.

Por otra parte, está la división de los géneros literarios, que son los que dividen las obras según su contenido y estructura. Estos géneros son útiles para hacer un esquema previo de la elaboración de la obra. Existen tres grupos importantes.

- Épico o narrativo.**
- Lírico.**
- Dramático.**

Dentro de estas clasificaciones, existen otros géneros y subgéneros, que se dividen con respecto a criterios semánticos, sintácticos, fonológicos, discursivos, formales, contextuales, situacionales y afines. Durante la historia estos géneros han variado, igual que la forma de clasificarlos, por lo que las categorizaciones de las obras no siguen un criterio común. También, las obras pese a que se adscriben a un género no siempre siguen las mismas directrices, y pueden acercarse más, o alejarse del género, incluso a veces, estos pueden compartir categorías, pues no son categorías estancas. Entre la categoría de literatura infantil, los géneros que más destacan son:

Novela de Aventuras.

Se busca entretener al público, mediante el contraste con la vida rutinaria que vivimos día a día. En este tipo de libros, nos encontramos con unos personajes protagonistas que buscan vivir aventuras continuamente, enfrentándose a riesgos, misterios, e incluso a peligros. Este tipo de novelas suele acabar con un final feliz, donde el protagonista consigue lograr sus propósitos.

Los límites de esta categoría son ambiguos, pues como se comentó anteriormente, pueden albergar en él otros subgéneros como, por ejemplo, romántico o policíaco. Pero, por lo general, las historias se centran en el viaje y crecimiento personal del protagonista, hasta convertirse en un héroe en sí mismo, mientras que vive grandes aventuras llenas de acción, en lugares exóticos.

A este género se adscriben obras tan conocidas como “La Ilíada”, de Homero; “Los tres mosqueteros”, de Alejandro Dumas; “Las aventuras de Huckleberry Finn”, de Mark Twain; o “Peter Pan”, de James Matthew Barry.

Novela de Ciencia Ficción.

No existe una sola definición de ciencia ficción, pues cada autor ha aportado su punto de vista, y moldeado el género a su gusto. Este género se divide en dos tendencias, la primera es la ciencia ficción “soft”, o blanda; y la segunda es la ciencia ficción “hard”, o dura. En la primera, el rigor científico no es importante, sino que se le da prioridad a la fantasía, y se centra sobre todo en las consecuencias sociales por el auge de la tecnología, mientras que en la segunda, los elementos técnicos se tratan con un alto rigor, y la historia gira en torno a estos elementos. Por lo tanto en la ciencia ficción lo que nos encontramos son viajes extraordinarios a unos mundos que se podrían concebir en algunos casos.

Dentro de este género, cada novela trata temas distintos que podríamos dividir en estos subgéneros: Diacronías, donde se habla de futuros o alternativas en el tiempo; utopías y distopías, que gira entorno a la sociedad futura, con rasgos de filosofía y político, y

con la ayuda de los avances tecnológicos y científicos; contacto con extraterrestres, y la consecuencia de ello; policíaco; robots y andróides; ópera espacial, donde se narran viajes espaciales; cyberpunk, que mezcla la ciencia y tecnología avanzada, con un cambio en el orden social; y ucronía, donde se especulan mundos alternativos, donde los hechos que se conocen, se desarrollan de forma distinta.

También existen unos temas que se repiten mucho en este género, como la mutación genética, y clonación; los extraterrestres y la colonización espacial; robots que generan inteligencia propia; viajes en el tiempo, y líneas temporales que se entremezclan y coexisten; futuros apocalípticos, etc.

Entre algunas de las obras de este género nos encontramos con: “Fahrenheit 451” de Ray Bradbury; “El juego de Ender”, de Orson Scott Card; y “¿Sueñan los andróides con ovejas eléctricas?”, de Philip K. Dick.

Los cuentos de Hadas.

Este género se desenvuelve alrededor de las criaturas mágicas denominadas “hadas” que interactúan en el mundo de los humanos, ya sea de forma positiva o negativa. Estas criaturas vienen del imaginario popular y no se conoce realmente su origen, pues aparecen tanto en la mitología griega como ninfas, en la nórdica, o incluso en la arábiga, entre otras.

Por lo general éstas tienen un aspecto humano con diferentes tamaños (grandes o pequeñas), y con alas o sin ellas, pero manteniendo siempre los poderes sobrenaturales. Las hadas pueden hacer el bien, o el mal, e inclu-

so existen tipos, como hada del aire, de la tierra o el fuego, cada una con sus propias características. También hay otras hadas memorables como la “Hada Madrina”, que ayuda a los héroes de la historia; o la “Hada de los Dientes” como variante de “El Ratoncito Pérez”.

Este tipo de cuentos es un subgénero de la literatura infantil, por lo que la mayoría de libros están impregnados de valores pedagógicos, donde, mediante el uso de metáforas y analogías, ayudan al público infantil a identificar el bien y diferenciarlo del mal, para poder tomar buenas decisiones y tener un comportamiento adecuado en ellas. También les ayuda a desarrollar la creatividad y la fantasía, a soñar y a buscar la felicidad. A parte de las hadas, nos podemos encontrar con otros tipos de personajes, como reyes, princesas, brujas, magos, animales fantásticos, o criaturas extrañas, todo desarrollado en un mundo irreal, donde se cuenta una historia de un protagonista contra un antagonista y sus aventuras que, por lo general, tiene un final feliz.

Algunos de los libros más conocidos, “Fábulas de Esopo” y “Los cuentos de Canterbury”, de Geoffrey Chaucer; “El sueño de una noche de verano”, de William Shakespeare; o autores que han dominado el género, como los Hermanos Grimm, Hans Christian Andersen, y George McDonald.

Novela Gótica.

Esta corriente surge en el último tercio del siglo XVIII, en Inglaterra, donde trataban historias que incluían elementos mágicos, fantasmales y de terror, creando dudas de los límites de la realidad en la que existimos. Por lo general, las obras se enmarcan en la época me-

dieval, con acciones dentro de mansiones, o castillos, donde se hablaba de pasadizos secretos, cambiantes, habitaciones cerradas, o que desaparecen y que generan en el lector un sentimiento de inquietud. También se habla de bosques tenebrosos, calles oscuras, cuevas, edificios destruidos, u otra atmósfera oscura que pueda asustar al lector, y crear suspense.

Otros de los temas que se tratan son los viajes en el tiempo a épocas pasadas o inexistentes, o la aparición de gente muerta, de fantasmas, o muertos vivientes. Se trata de buscar un mundo de pesadilla. También tienen unos protagonistas comunes, pues suelen ser enigmáticos e inteligentes para poder afrontar las distintas situaciones. En estas historias también hay seres malvados, contra los que tiene que luchar el protagonista, y a veces incluso alguien que está preso por el antagonista y necesita ayuda del “héroe”.

Alguna de las obras de este género es “Frankenstein”, de Mary Shelley; “La abadía de Northanger”, de Jane Austen; “La caída de la Casa Usher”, de Edgar Allan Poe; “El Monte de las Ánimas”, de Gustavo Adolfo Bécquer; “Drácula”, de Bram Stoker; y “La sombra” de Benito Pérez Galdós.

Novela Policíaca.

En este tipo de novela nos encontramos con una serie de enigmas, e interrogantes, que el protagonista, normalmente un investigador, trata de resolver. Algunos de los temas más comunes son asesinatos, secuestros, o robos y suelen ser crímenes imperfectos con un final cerrado.

Este tipo de novelas han pasado por distintas épocas, en su comienzo, se le daba una gran importancia al argumento de la trama y su correspondiente investigación; más tarde se optó por la explicación psicológica que se le daban tras el comportamiento de los criminales; y finalmente, se buscó recrear un estilo más realista e incluso violento, creando una trama que presentan grandes intrigas, y violencia junto con las innovaciones tecnológicas que ayudan a solventar los crímenes.

La mayoría de estas novelas siguen un esquema común, por ejemplo, primero se plantea el caso, al principio indescifrable; el detective que trata el caso es muy inteligente y busca siempre la vuelta de la situación para entender y desentrañar los hechos; la investigación sigue un método científico, y mediante él encuentran pruebas irrefutables de quién es el criminal, y cuáles fueron sus motivos para hacerlo; entre la acción de la historia también nos encontramos con violencia; y el final del relato coincide con las últimas páginas del libro.

Algunos de los libros más conocidos se corresponden con "Los crímenes de la calle Morgue", de Edgar Allan Poe; aunque también hay autores muy prolíficos en este tema, como por ejemplo Arthur Conan Doyle; Agatha Christie; y Raymond Chandler.

Romance Paranormal

Este género deriva de la novela gótica, y es una alternativa al romance histórico o realista, y en los últimos años es un de los estilos con más demanda entre el público juvenil, como por ejemplo ocurre con "Temblor", de Maggie Stiefvater; o "Crepúsculo", de Stephenie Meyer, o "Memorias de Idhun", de Laura Gallego.

En este tipo de novelas nos encontramos con un amor, muchas veces prohibido entre un ser humano y una criatura sobrenatural, ya puede ser un hombre lobo, o un vampiro, un cambiaformas, una bruja, un ángel o demonio, etc. Aparte, existen poderes psíquicos en este mundo, se da la telepatía, la clarividencia, o telequinesis, entre otros. En el marco de la novela nos encontramos con realidades paralelas, o viajes espaciales, o futuristas, estas historias pueden estar ambientadas tanto en el pasado, como en el futuro. Este género no es estanco, sino que además se puede mezclar con otros, tales como el terror, la fantasía, la ciencia-ficción, etc. Algunos de los títulos de este género son "La muerte enamorada", de Théophile Gautier; "Ligeia", de Allan Poe; "Drácula", de Bram Stoker; "El fantasma de la ópera", de Gaston Leroux, entre otros.

Novela distópica.

En este tipo de novelas, nos encontramos con el desarrollo de una sociedad futura hipotética, generalmente que se torna una pesadilla, ya sea porque el gobierno tiene el control totalitario, porque existe una gran deshumanización, etc. Muchas veces pueden verse como una propuesta a ciertos sistemas de gobierno por lo que incluso pueden tener un valor didáctico para el público.

En estas narraciones destacan el miedo a la coacción, y las ansias de libertad, por este motivo el protagonista se dedica a luchar por liberarse. También nos encontramos con situaciones dolorosas, donde puede apreciarse la presión psicológica que sufren los protagonistas en las distintas escenas muchas veces rodeados de pesimismo y la presencia de un antagonista contra el que no tienen oportunidad. Las historias suelen buscar

rebelarse y finalizar con su destino, y no siempre tienen un final feliz, sino amargo.

Actualmente, este género es muy apreciado, y alguno de los libros pertenecientes a este género son: “Delirium”, de Lauren Oliver; “Los juegos del hambre”, de Suzanne Collins; “Divergente”, de Verónica Roth; y “El corredor del laberinto”, de James Dashner.

Novela fantástica.

Este género es el más abierto de entre los nombrados anteriormente. Entre esta nos encontramos dos subgéneros principales. El primero es el de la alta fantasía, o fantasía épica, y el segundo es el de baja fantasía.

En la fantasía épica, nos encontramos con un mundo ficticio, completamente alejado de la realidad que nos rodea y sus normas. El mundo en el que se basa la trama es de gran valor por eso suele incluirse un mapa con las localizaciones donde se dan los hechos de la historia. Generalmente trata sobre una amenaza sobre los habitantes de este mundo donde viven gran cantidad de criaturas mágicas, como orcos, elfos, enanos, gigantes, magos, unicornios, e incluso a veces se ven envueltos los dioses. Ante esto, un héroe se embarca en una aventura para acabar con el anti-héroe. Una variante es que se den cazadores de criaturas mágicas, como dragones, o que se embarquen en una aventura para conocerse a sí mismo. En este tipo de fantasía nos encontramos libros como “Donde los árboles cantan”, y “Memorias de Idhun”, o “Crónicas de la Torre”, de Laura Gallego;

En la fantasía baja, la situamos en un mundo real, o similar a este, pero con magia y distintas criaturas fantásticas. Este se desarrolla en un mundo fantástico, con una aventura, pero la raza predominante es la humana. En este subgénero, tenemos libros como “Harry Potter”, de J. K. Rowling; o “El castillo ambulante”, de Diana Wynne Jones.

También hay otros subgéneros, como la fantasía oscura, donde las criaturas que habitan en éste tienen propósitos malignos, o se dedican a la magia negra; la fantasía histórica, donde juntas momentos históricos reales, con magia, viajes en el tiempo, o tecnología del futuro; la fantasía científica, donde se crea un género mixto con la ciencia-ficción, hablando de tecnología y ciencia, junto con rasgos fantásticos, y brujería; y la fantasía urbana, ambientados en el mundo conocido u otro mundo alternativo, donde se cruzan seres humanos con otras criaturas, como demonios, vampiros, o hechiceros.

Por lo general, todos los subgéneros fantásticos siguen un esquema similar. Nos encontramos con un conflicto entre el bien y el mal donde se habla de las implicaciones morales y éticas de las partes enfrentadas; muchas de ellas ambientan la novela en el medievalismo (para sus ropas, estilo de vida, etc); el uso de la magia y criaturas sobrenaturales como algo habitual; que no sea un único libro, sino una serie o saga, con evoluciones del mundo y los protagonistas; una gran aventura presentada por un individuo, o un grupo, donde se enfrentan generalmente a fuerzas malignas; muchas veces se presenta al protagonista como una persona mediocre, con origen desconocido, aunque con el desarrollo de la historia, se descubre que es realmente

el elegido de los dioses para vivir dicha aventura; también se da a menudo la figura de un mentor, aunque puede ser un amigo o compañero en su viaje; el final suele ser la lucha contra el mal, y descubrir la realidad que atañe a su pasado.

Existen algunos autores que han indagado mucho en este género, como Edgar Allan Poe, Arthur Machen, Sheridan Le Fany, H. P. Lovecraft, Clark Ashton Smith, J. R. R. Tolkien,. También hay otros autores más actuales, como Diana Wynne Jones, una prolífica escritora sobre el género de fantasía, para el público juvenil, e infantil, y en España, Laura Gallego, con una gran cantidad de novelas basadas en distintos mundos mágicos, como “Donde los árboles cantan”, “Todas las hadas del reino”, o “Alas de fuego”; o dos co-escriptoras jóvenes, como son Selene M. Pascual e Iria G. Parente.

Finalmente, con respecto a la editorial que voy a desarrollar, cualquiera de estos géneros serían válidos, siempre que cumplan con el público adecuado (juvenil, e infantil), y además tengan un gran peso dedicado a la ilustración. Sin embargo, el peso de la editorial se centrará en las historias fantásticas en su gran mayoría.

Conclusión investigación primaria

Una vez estudiado el funcionamiento de las editoriales, puedo llegar a una idea de cómo desarrollar una editorial propia, y qué decisiones son importantes tomar para que ésta sea coherente y funcione de cara al futuro.

Como se ha explicado anteriormente, la editorial a desarrollar se corresponde con una editorial tradicional, pues para tener unos libros de alta calidad editorial es importante tener un control total sobre las decisiones de la edición que afectan a ámbitos como el catálogo, diseño, distribución o marketing. Por otra parte, con respecto al tipo, se corresponderá con las editoriales temáticas, pues de esta forma se puede crear un nicho con clientes habituales, y conseguir que incluso tiradas pequeñas salgan rentables. En el caso de la temática de mi editorial se va a basar en la ilustración, enfocada a un público juvenil e infantil y dando voz a temas de fantasía, relacionados con el mundo de la magia.

El mercado de esta editorial se basará en el territorio nacional, y por lo tanto, los libros serán impresos en la península ibérica, creando contratos con las propias distribuidoras de allí. Con respecto a las islas, se enviarán remanentes de los libros, pues el grueso de la venta se hará en la península. El tipo de distribución elegida para este trabajo se corresponde con la mayorista, es decir, la que se utiliza tradicionalmente.

Con respecto a la exportación a latinoamérica, esta sólo se planteará cuando un libro tenga éxito, primero, en la venta en territorio nacional, y se convierta en un "best seller". Hay que tener en cuenta que esta editorial es completamente nueva y optar por unos gastos de exportación tan altos supone un riesgo sin tener un colchón de ventas.

Por otra parte, con respecto a la parte técnica de los libros, en esta editorial, lo ideal se corresponde con hacer uso de los papeles estucados, pues al tener las ilustraciones un

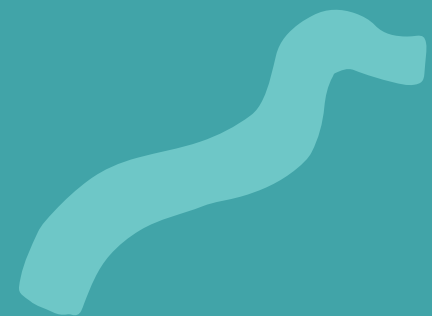
gran peso dentro del trabajo es importante que el acabado físico las muestre con una calidad excepcional y este tipo de papel es el que nos permite adquirirlo. Sin embargo, al ser cuentos junto con ilustraciones, sería ideal optar por un estucado mate para que el brillo no interfiera en la lectura y no provoque al lector cansancio visual.

Con respecto a la encuadernación, lo más apropiado sería una encuadernación cosida en cartóné o tapa dura, para conseguir que los libros tengan una alta calidad y resistencia. Sin embargo, hay que tener en cuenta lo cara de esta encuadernación por eso también se considerará otros métodos de encuadernación según los distintos casos para abaratar los costes de los libros.

Las publicaciones en digital pueden ser una ventaja, sin embargo con respecto al rumbo de mi editorial, estas requieren un gran presupuesto con el que no se va a contar desde un inicio. Ocurre lo mismo con los audiolibros, son formatos muy interesantes, pero que con una editorial recién estrenada es casi imposible sacarlos con gran calidad, por esto mismo, ambos formatos solo se realizarán cuando un libro de la editorial sea aclamado y se convierta en best seller, de esta forma nos aseguramos de tener un colchón y una serie de clientes que hagan rentables el formato.

Tras elegir el rumbo que va a tomar la editorial, se encamina la investigación específica, en este caso, es importante hacer un estudio del resto de editoriales que se desenvuelven en España y tienen unas características similares a la nuestra. Una parte fundamental de nuestro trabajo es observar el trabajo de otras personas, qué hacen y cómo, y si les funciona o no, y qué nuevos puntos podemos nosotros, como editorial, sumar a este gran campo.

Investigación específica



La Ilustración

¿Por qué se ilustran los libros?

La ilustración en los libros se hace con el fin de acompañar el texto y de esta forma favorecer su interpretación, proporcionar información extraordinaria, o complementar la lectura, de esta forma se consigue que el lector mantenga la atención y mejora su comprensión de ésta. Por lo tanto la esencia de la ilustración se puede resumir en:

1. La función que ejerce con respecto al texto al que acompaña.
2. El fin de la ilustración en el libro.
3. El objetivo es comunicar de forma visual.

Por otra parte, la ilustración enfocada al público infantil tiene una labor fundamental pues alimenta la imaginación de estos y provoca una pasión por la lectura, pues gracias a ella pueden forjar su imaginación y construir un mundo interior propio. Por este motivo, los libros que más triunfan entre el público infantil son los álbumes ilustrados donde las imágenes tienen el peso narrativo y se entremezclan con el texto.

Sin embargo, en la actualidad, la ilustración es importante para un amplio público, porque si das a elegir entre dos mismos libros, con y sin ilustraciones, la mayoría optará por el primero, pues sienten que “aportan más”, y que si además es un ilustrador que conoces o es famoso, es como comprar una obra de arte suyo,

incluso dotándolo de un valor de coleccionista. Por este motivo la ilustración ha evolucionado de ser solo un acompañante del texto a ser una forma de dotar de vida a las obras, de visualizar las escenas, y de dar contenido con peso visual.

Cuando se lee una novela es necesaria la imaginación para visualizar los personajes y las escenas, esta es una labor que realiza el lector cada vez que coge un libro, sin embargo, cuando tienen a su alcance una ilustración del personaje, del lugar, o de las escenas, se consigue que la imaginación de la narración sea más vívida, y que por lo tanto se pueda establecer un vínculo mayor con la historia y sus protagonistas.

Tipos de ilustración

Con el tiempo la forma de ilustrar ha ido cambiando y podemos encontrarnos con varias divisiones, ya sea por el estilo, los materiales, o distintos apartados técnicos. Entre esta primera división, nos encontramos con el grado de representación, los dos más importantes son:

—**Ilustraciones conceptuales.** En ella se representan los distintos objetos, ideas, escenas o teorías, mediante el uso de metáforas, no realistas. Éstas pueden contener elementos de realidad pero en conjunto tienen una forma o significado completamente distinto.

–**Ilustraciones literales.** En esta se representan de forma pictórica imágenes literales donde se describe de forma exacta la realidad, incluso cuando se trata de ficción o fantasía pues se busca que las distintas escenas sean creíbles.

Por otra parte nos encontramos con una división según en el formato y la herramienta que se utilice, por ejemplo, aquí nos encontramos con estos dos campos:

–**Ilustración tradicional.** Este es el tipo de ilustración “clásico”, pues es el que se desarrolló de forma principal. En éste se ilustra utilizando técnicas tradicionales, como acuarela, gouache, lápices de colores, carboncillo, etc.

–**Ilustración digital.** En este se utiliza como herramienta las nuevas tecnologías, ya sea en el ordenador, mediante programas como photoshop, illustrator o kryta, con la ayuda de tabletas gráficas; o en la tableta, como por ejemplo en el Ipad, con el programa procreate, o clip studio paint.

Finalmente nos encontramos con los campos de la ilustración, a parte de la editorial e infantil, que es la que vamos a tratar en este caso, nos encontramos con otros campos como: ilustración fantástica; para el cine; dedicada a videojuegos; cómic; humor gráfico; Concept Art; publicitaria, técnica, moda... entre otros.

Cómo transmitir mediante la ilustración

Conseguir que la ilustración sea adecuada y concuerde con el libro, su género y su tipo de narración, es complicado, pues la ilustración igual que la forma de escribir aporta una distinción a la obra. A la hora de ilustrar es importante investigar sobre el tema para poder hacer unas ilustraciones coherentes y cuadrar las imágenes con el contenido, según el género en el que se encuadre la obra.

Para realizar este trabajo, primero hay que saber qué escenas se van a ilustrar de todo el libro, pues si son un número específico lo normal es que se hagan de momentos importantes dentro de la historia. Según se elijan las escenas se pasa al diseño de personajes. En la ilustración es muy importante el uso de las referencias para que el resultado sea óptimo, por lo que lo mejor es empezar con un moodboard de los personajes, y con fotos de referencia de alguien con características similares, y de ahí, junto con la descripción del libro desarrollar un personaje completo, con rasgos, expresiones, y ropa única que le permita identificarse del resto, y que tenga algún rasgo identificador que destaque entre una multitud.

Una vez elegido el estilo del libro y aprobado, lo siguiente es plantear la composición de las distintas ilustraciones. Es vital para que la ilustración total funcione cuidar los aspectos fundamentales, como las formas,

el espacio, la composición, el encuadre, el punto de vista o la perspectiva. También es importante tener conocimientos sobre anatomía para poder poner unas proporciones correctas y saber crear caras que transmitan emociones para así lograr un buen trabajo.

Es importante, primero, haber estudiado la situación que se va a ilustrar, qué sentimiento tiene que transmitir, qué ocurre en ese momento, y porqué se da esa situación. Tras tener esto claro se puede plantear una escena que refleje bien lo que se busca en la narración, pues si una de las dos carece de fuerza, la otra será inútil. Las luces, la sombra, y los colores, son muy importantes para añadir y quitar dramatismo y para transmitir las sensaciones, por lo que hay que plantearlas antes de pasar a pensar en un arte final.

Una vez hecho los bocetos, con los lugares, los personajes y las luces y las sombras colocadas, es importante fijarse si todas las escenas albergan una continuidad unas con otras, pues esto es vital para que el libro funcione en su totalidad. Es importante antes de llegar a una escena final hacer prueba de colores, pues estos deben repetirse en toda la historia, por lo que hacer un dibujo final sin saber cómo será el resto atrasará todo el proceso de creación. Tras tener todas las ideas expuestas, y estar de acuerdo con la idea representada se realizará el arte final, que posteriormente será maquetado e impreso dentro del libro.

Estudio de otras editoriales similares

Apreciar el trabajo de otras personas es una forma útil para aprender y mejorar, por este motivo, una vez centrada el ámbito de mi editorial, es decir, una editorial temática centrada en la ilustración que tenga como objetivo libros para un público juvenil e infantil, empiezo con la búsqueda de referentes en otras editoriales, con temáticas similares, y que están funcionando, para saber qué puedo adoptar para mi editorial y qué puedo mejorar.

En el análisis que voy a realizar de cada editorial, voy a empezar primero por la parte visual, su logo, y el naming, para poder familiarizarme con el mundo que va a rodear mi editorial y poder visualizar un sitio en el que encajar; posteriormente estudiaré qué rama publican, el público objetivo y la publicidad, en este caso me voy a centrar en las editoriales infantiles/juveniles porque son las que tienen más relación con mi editorial; y finalmente, cómo se mueven por las redes sociales, de qué modo se dan a conocer, cómo es su página web, y si establecen contacto directo con el público o no.

La Galera Young

La Galera es un sello editorial que nació en 1963 y que amplió su temática en 2009 con una apuesta por la literatura juvenil. De esta forma dio paso a un abanico más amplio de autores, y por otra parte abrió sus

puertas para nuevos y prometedores autores noveles, y no solo en la escritura sino también en la ilustración, como fue el caso del libro “Somos Astronautas”, por Clara Cortés, que preguntó por twitter por ilustradores y alguien le recomendó a “Malorde” (@malorde en twitter), que hasta el momento no había ilustrado ningún otro libro.

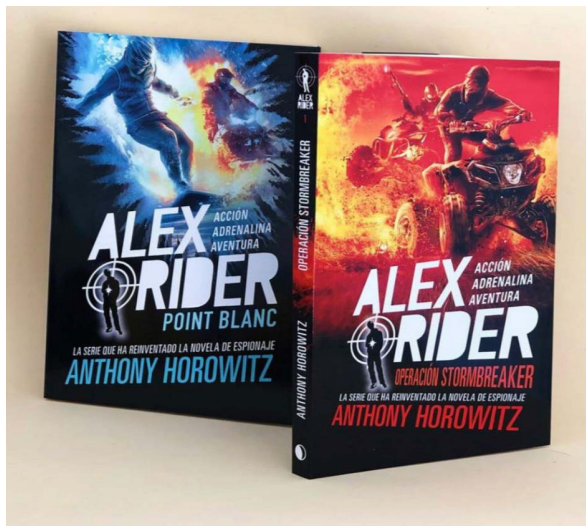
Con respecto al logo, La Galera Young utiliza el mismo logo que La Galera, solo que añadiendo “young” con una serifa en la parte inferior. Este logo es sencillo y lo más destacable son los rombos que tienen en la parte superior e inferior pues son dos motivos que utilizan para representar la editorial, y que repiten en sus banners, o composiciones con respecto al ámbito corporativo.

Este mismo logo es el que utilizan en el lomo de sus libros y también en la portada. Sin embargo, en otros libros, también publicados por ellos, no utilizan el logo, ni el motivo representado en él, sino una media luna.

La editorial La Galera tiene una página web que parece ser que está actualizada. En el inicio de la página nos encontramos con sus novedades. Primero un carrusel que va poniendo en grande los últimos libros, y posteriormente una serie de imágenes con enlace para ir a las colecciones, tal vez estos sean los más vendidos o conocidos. Luego tienen páginas dedicadas a la historia de la editorial; libros con una pestaña para fondos y otra para novedades y autores, aunque sólo escritores, y además la forma en la que están colocados es confusa, al principio, tienen cuatro imágenes en grande, seguramente los escritores más conocidos, y luego dieciséis imágenes en pequeño en la parte inferior que



Paleta de colores



Portadas recuperadas de <https://www.lagaleraeditorial.com/es/>

cambian cada vez que cargas la página y que si le das al buscador, aunque sea un autor que te ha salido en la anterior vez (por ejemplo, Javier Ruescas), te da como que no existe el resultado; la siguiente categoría es un plan lector, donde recomiendan libros según el curso, por ejemplo primaria, o bachiller; la siguiente categoría es foreign rights, que son aquellos libros de los que la editorial gestiona los derechos en el extranjero; y finalmente, catálogo, con un catálogo general, otro de foreign rights, y otro del plan lector, que renuevan todos los años.

Los libros que produce esta editorial son, en su gran mayoría impresos. Estos libros se pueden obtener tanto en librerías como vía online, por ejemplo en Amazon. Su distribución se concentra a nivel nacional, aunque también ha vendido best sellers de forma internacional, además, la venta vía Amazon le permite acceder a más lugares en el mundo. Por otra parte, tienen en total 6 ebooks, formato Kindle que se pueden obtener también vía Amazon. En su página web la única forma de encontrarlos es buscando desde fuera de ella. (<https://www.lagaleraeditorial.com/es/ebooks>)

La temática de sus libros es muy variada, cubren un amplio rango de edad, desde los 0 años, hasta +14; y también un catálogo muy variado con álbumes ilustrados; ficción; regalo; actividades; primeros conceptos; conocimientos; poesía; y teatro. Finalmente, en la página dan una opción de búsqueda por precios para facilitar la elección del cliente según su presupuesto. Explorando un poco esta sección, podemos ver cómo el género que más trabajan es el de "ficción", seguido por la categoría del álbum ilustrado. Por otra parte, la



CAT

ESP

CONTACTO

LA EDITORIAL

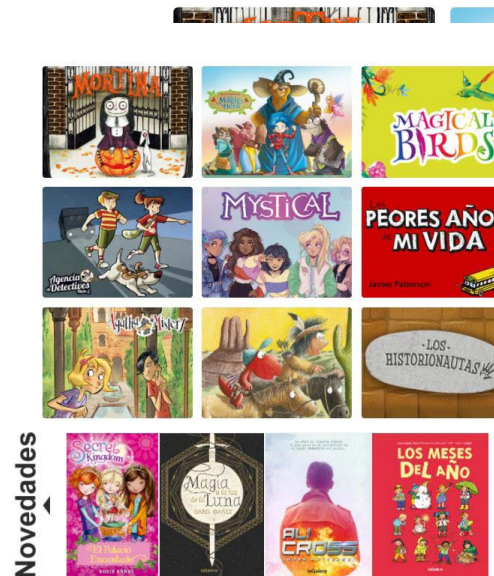
LIBROS

AUTORES

PLAN LECTOR

FOREIGN RIGHTS

CATÁLOGOS



CAT

ESP

CONTACTO

LA EDITORIAL

LIBROS

AUTORES

PLAN LECTOR

FOREIGN RIGHTS

CATÁLOGOS

Libros - Autores

Autores

Conoce a los autores que son, en definitiva, nuestra razón de ser. Un amplio abanico de escritores que a lo largo de los años han ido configurando nuestro catálogo. En muchos casos, la Galera ha sido su plataforma de entrada al mundo de las lecturas para jóvenes y niños.

Nombre autor

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



Pilarín Bayés



Jaume Copons



Capturas de la página web de la Galera Young. Recuperado de <https://www.lagaleraeditorial.com/es/>

mayoría de libros que ofrece La Galera Young tienen un buen trabajo de ilustración en la mayoría de las portadas, e incluso dentro, pese a ser una novela, como en el caso de “Somos Astronautas”, de Clara Cortés. Quiero destacar también el trabajo de ilustradora de Anna Gordillo, en “Refugiada”; y de Laia López, en la saga “Mystical”, más concretamente en “Mysticart”.

Con respecto a las redes sociales, La Galera Young tiene una presencia bastante notable, no solo hace anuncios sobre sus entregas, sino que a parte tiene contacto con los seguidores, les contesta, cita a los fanarts en su página, etc. Tanto en instagram como en twitter se llaman @LaGaleraYoung. Por otra parte, no tienen canal de youtube, ni he encontrado booktrailers suyos





Blackie Books

Blackie Books es una editorial independiente que empezó en Barcelona en 2009. Trabaja tanto público adulto como infantil, y lo denominan “Blackie Books Little”. He decidido analizar esta editorial porque a mi parecer realiza un trabajo excelente con respecto al diseño y presentación de sus libros, ya que todas sus entregas están cuidadas al milímetro, y pese a que todos los libros sean distintos, entre ellos puedes encontrar semejanzas que crean armonía en el sello editorial.

Con respecto a su nombre y logo, como explican en su página web, es un homenaje a Blackie, su perra, y que de esta forma buscan rememorar y crear la inmortalidad de Blackie, lo mismo es lo que buscan para sus libros. La historia de Blackie se cuenta en todas las guardas de sus libros. El logo es redondo y gira en torno al dibujo de Blackie. Por otra parte, el nombre de la editorial utiliza una tipografía que imita unas letras hechas a mano y que se acomodan alrededor de Blackie. Todo el logo tiene un aspecto de sello que lo hace interesante. En los libros el sello editorial queda visualmente bonito y además destaca mucho. Dependiendo de la publicación lo colocan en negro, o solamente a línea.

En su página web nos encontramos igual que la anterior editorial, que tienen al principio un carrusel con sus novedades y debajo un sumario de su colección editorial. La primera pestaña es la de libros, donde pue-

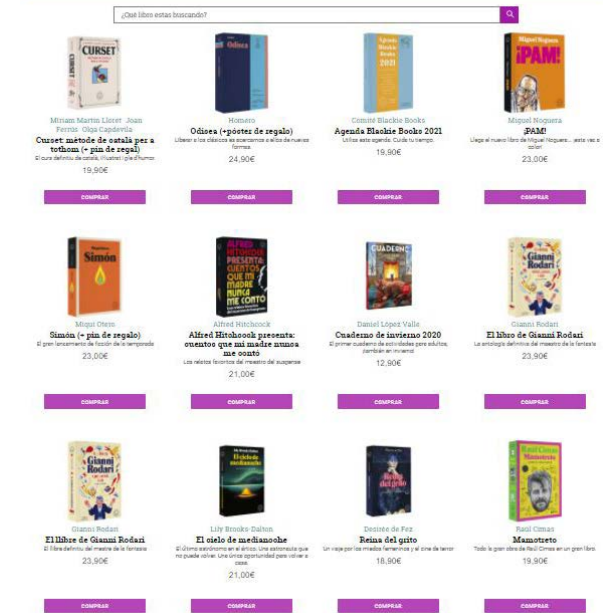
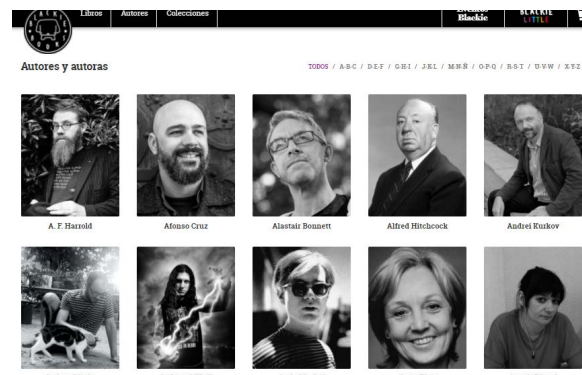


Portadas recuperadas de: <https://blackiebooks.org/>

des acceder a su catálogo; la siguiente, es la de autores, donde podemos encontrar los escritores con los que han trabajado e incluso algunos ilustradores, como Cristóbal Fortúnez; luego está la pestaña dedicada a las colecciones y en la misma página hay una opción de “cosas blackie”, donde venden merchandising en relación con sus libros. A la derecha nos encontramos con otras tres pestañas, una de eventos, donde hay un calendario con los próximos actos de Blackie Books; la siguiente es Blackie Little, dónde podemos encontrar los libros infantiles; y finalmente un carrito de la compra, pues la propia página web de Blackie Books, sirve como plataforma online de compra de sus libros.

La gran mayoría de los libros de Blackie Books son impresos y se pueden encontrar en las librerías. Por otra parte realizan venta online a través de su página web, y también hacen ventas a través de otras plataformas como Amazon, (aunque en menor medida). También tienen Ebooks, estos solo los hacen cuando un libro tiene buenas ventas según explican en su página web, y para encontrar los enlaces de compra tienes que entrar a “Ebook colecciones”, pues estos no los venden directamente en su página.

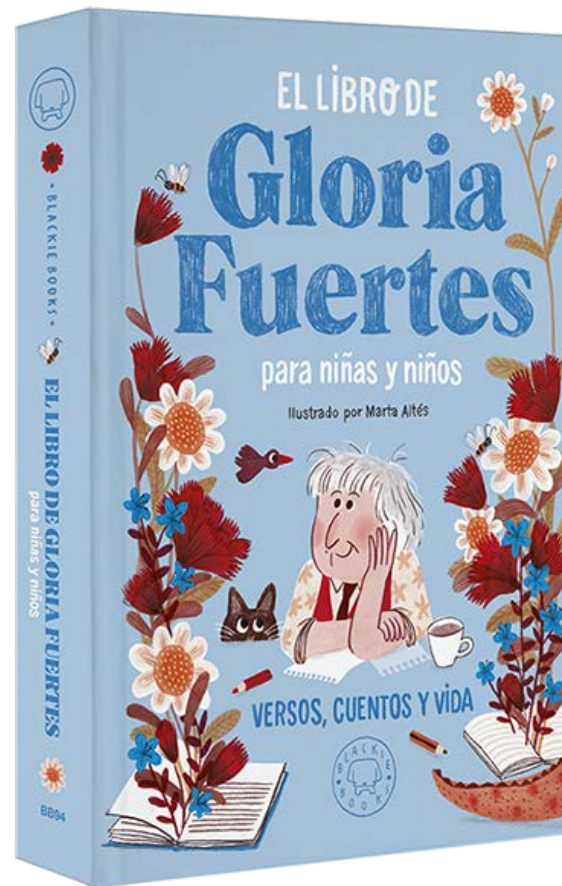
Con respecto a la temática de su catálogo, como ellos mismo explican, no siguen unos criterios establecidos sino que publican los libros que les satisfagan, por eso mismo encontramos novelas, cuentos infantiles, o libros de astronomía. Podríamos decir que lo que une a todos estos libros es el cariño y empeño que les dedican, tanto en el exterior como en su interior. Algunos de los libros que quiero destacar de esta editorial son: “El libro de Gloria Fuertes para niñas y niños”, ilustrado



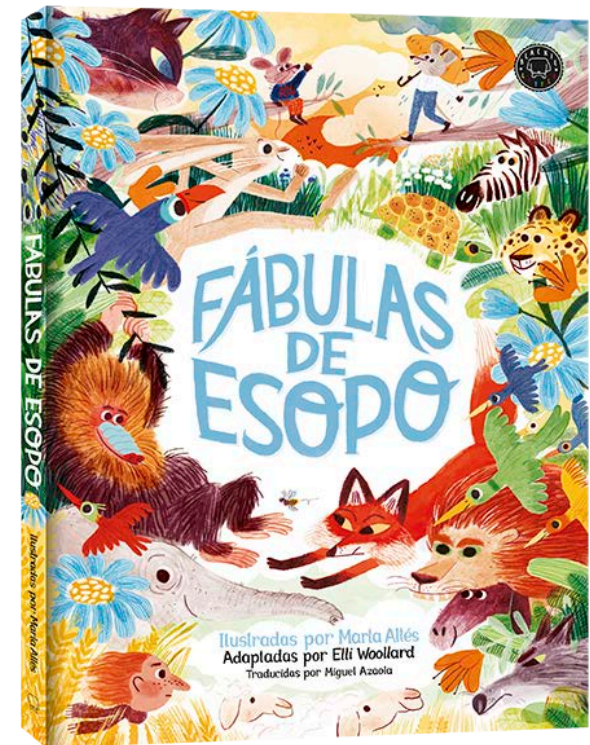
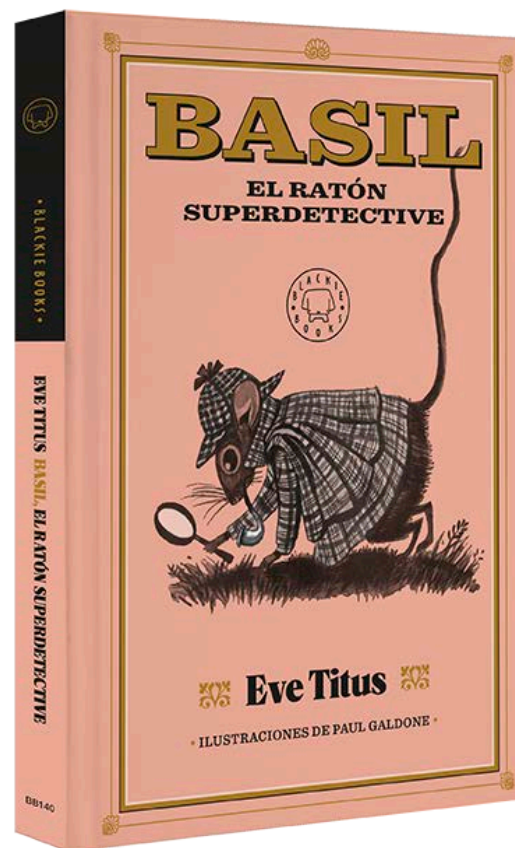
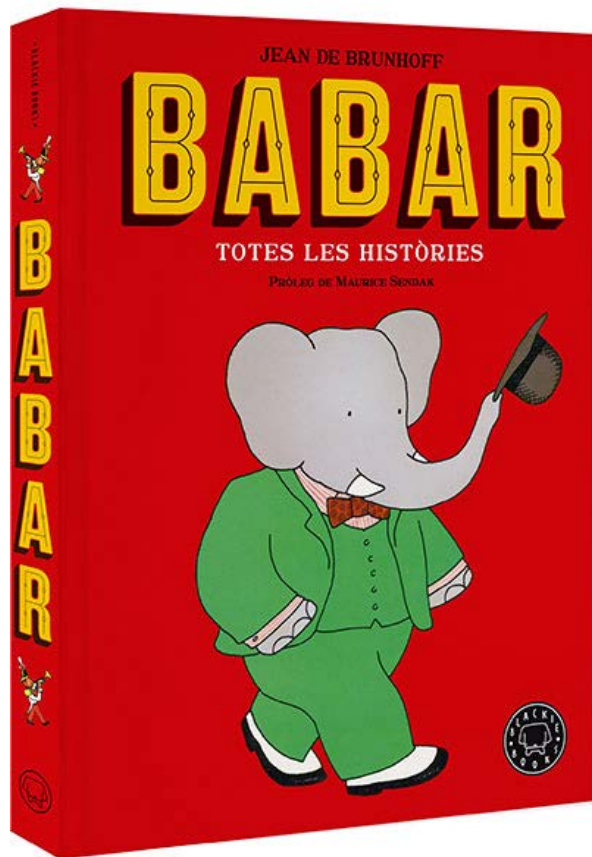
Capturas de la página web. Recuperadas de: <https://blackiebooks.org/>

por Marta Altés; “Fábulas de Esopo”, ilustrado por Marta Altés; el álbum ilustrado de Babar, por Jean Brunhoff; y “Basil, el ratón superdetective”, ilustrado por Paul Galdone.

Blackie Books está presente en redes sociales, tienen tanto twitter como instagram donde son bastante activos, ya no sólo hablando de los libros que publican, sino también de temas de actualidad e interactuando con los lectores. En instagram también tienen una cuenta especializada para blackie little. Tienen también un canal de youtube aunque está desactualizado, llevan 4 años sin publicar nada, pero en su momento hacían vídeos explicativos sobre sus libros (sobre cómo es su interior, su creación, etc); entrevistas; o incluso animaciones con respecto a sus libros, como por ejemplo el caso de Ana y Froga (<https://www.youtube.com/watch?v=Q2WafslYEZU>).



Recuperadas de: <https://blackiebooks.org/>



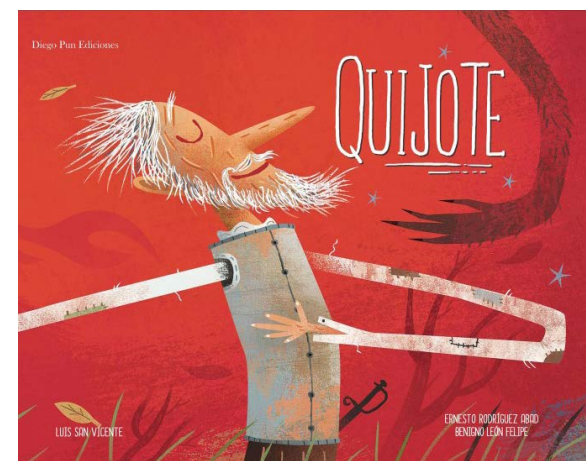
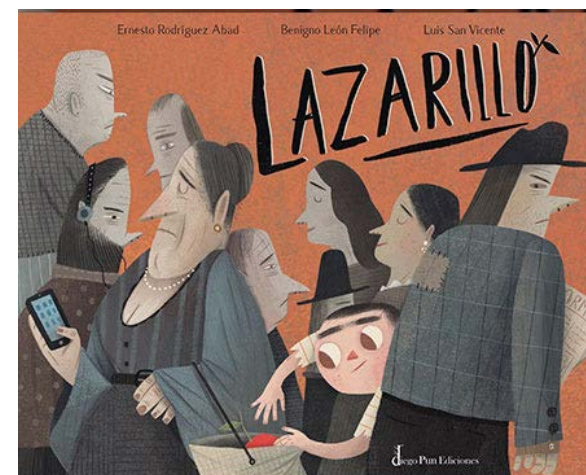
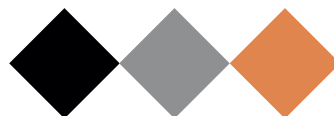
Recuperadas de: <https://blackiebooks.org/>

Diego Pun

Diego Pun es una editorial que trabaja en las Islas Canarias, su trabajo está centrado en explorar el “mundo mágico de los niños”, como se explica en su página web. Sus publicaciones están muy ligadas a la ilustración, tanto que en su página web, no solo tienen un espacio para los escritores, sino también para los ilustradores.

El nombre de Diego Pun viene de un juglar, que vivía en el bosque, y que contaba historias y cantaba romances. En el logo podemos observar este hecho, pues el asta de la “D” se convierte en un árbol del cual el juglar está descendiendo para contar las historias. Es un logo dinámico que además compensa la atención superior con “Pun”, y “ediciones” colocado más a la derecha, y con la “P” en un tono anaranjado. Este logo, en sus libros se puede colocar de dos formas o bien solamente con el uso de la tipografía, o con la el asta de la “D” como árbol, pero sin juglar.

En su página web podemos observar como, al principio, abren la página con un carrusel, donde están algunos de sus libros; debajo hay cuatro botones que llevan a la colección; formación de lectores; blog; y puntos de venta online; a continuación sus novedades; y finalmente sus publicaciones de redes sociales. Es bastante similar a las páginas webs anteriores, con la diferencia en los autores que se comentó anterior-



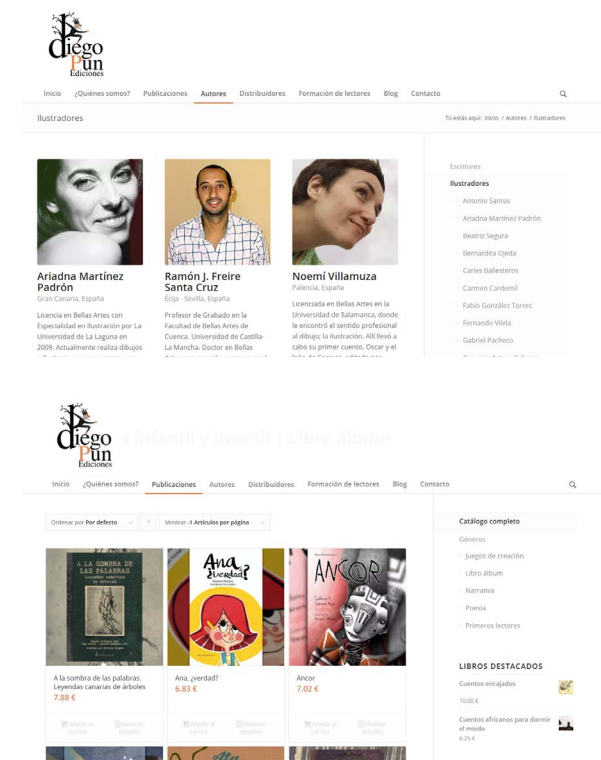
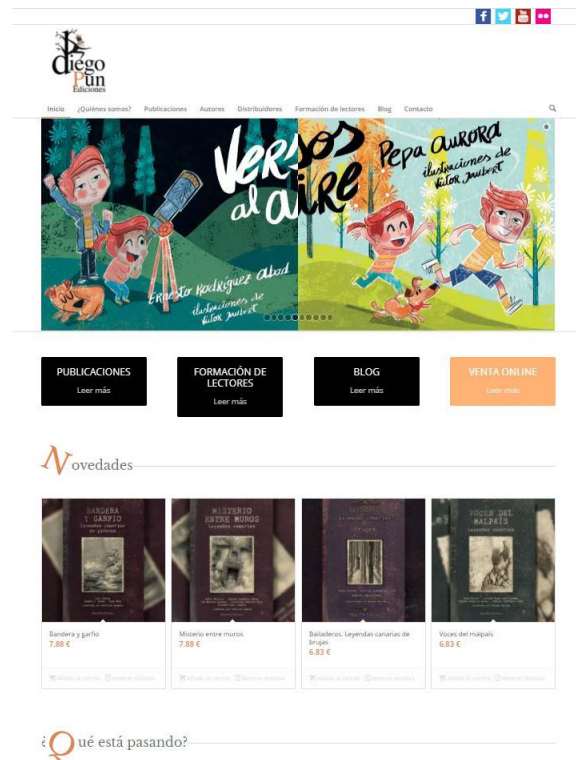
Portadas recuperadas de: <https://www.diegopunediciones.es/>

mente y que tienen un apartado donde hablan de sus distribuidoras; un blog; y un apartado de contacto. Además tienen puestas sus redes sociales (flickr, twitter, facebook y youtube) en la parte superior de la página web lo que permite un cómodo acceso al público.

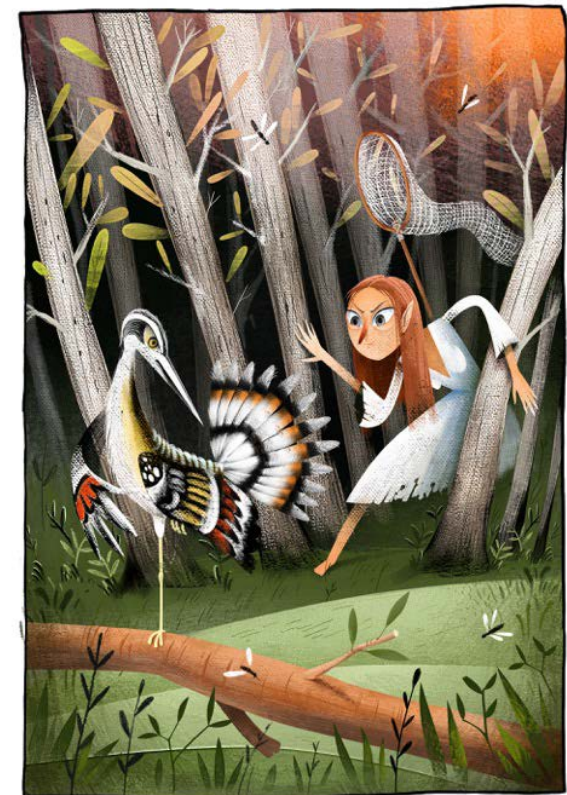
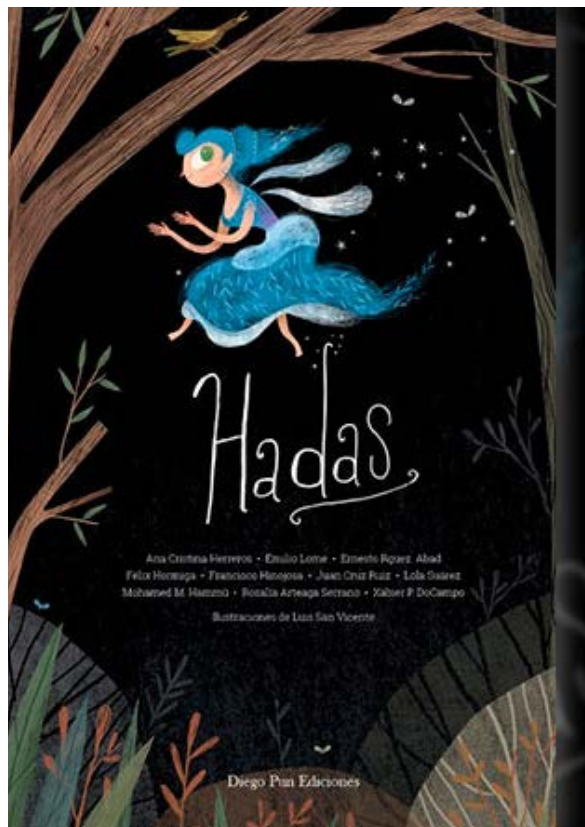
Diego Pun trabaja con libros impresos como podemos ver en su página web, tienen distribuidores tanto en canarias como en la península, baleares, Ceuta y Melilla. Estos libros también se pueden adquirir online igual que hace Blackie Books, la página de Diego Pun permite comprar directamente en ella los libros. A parte en Amazon tienen a la venta tanto libros en físico como en kindle.

La temática de Diego Pun son libros que pretenden desarrollar la sensibilidad personal y social de los niños, pero no se limitan solo a ellos, pues creen que sus libros también pueden ser consumidos por adolescentes y adultos. No tienen una temática concreta solo aportan textos que creen que pueden emocionar a su público y llegar a transmitir algo. En esta editorial quiero destacar: “Caperucita Roja”, ilustrado por Paloma Valdivia; “Versos al aire”, ilustrado por Victor Jaubert; y “Hadas”, ilustrado por Luis San Vicente.

La editorial es constante en las redes sociales que tienen adjuntas en su página web (facebook y twitter), y aunque no la tienen puesta, también tienen un instagram en el que suben su trabajo. Por otra parte no están activos en flickr aunque este sigue estando en su página. Finalmente, tienen un canal de youtube donde suben aproximadamente un vídeo al mes y donde los autores pueden hablar de su libro, mostrarlo, y hacer book trailers.



Capturas de la página web de Diego Pun, recuperadas de: <https://www.diegopunediciones.es/>



Barbara Fiore

Esta editorial nace en 2004 creada por Francisco y Bárbara desde su propio salón. Su ilusión es crear cosas bellas. Empezaron como una editorial completamente desconocida con autores en la misma situación pero que fueron ganando atención por su esmero a la hora de producir los libros. Su intención, desde un inicio, se corresponde con acercar a los autores a distintos ilustradores internacionales poco conocidos. Cada libro en esta editorial, lo enfocan como un “objeto de arte”, pues intentan que no existan dos libros iguales, buscan el papel adecuado; la encuadernación; cuidan las tipografías; las tintas que se utilizan; y el formato. De esta forma se consigue que cada libro sea un mundo propio.

Esta editorial está muy unida a la ilustración, tanto que incluso tienen “ilustradores de cabecera”, como son Shaun Tan; Jimmy Liao; Suzy Lee; Wolf Erlbruch; y Carll Cneut. Su catálogo es para todas las edades, y todos los libros comparten una sensibilidad especial, pues todos tienen una visión personal y no se centran en las tendencias. Sus libros se basan en una evolución constante en el mundo del libro ilustrado, pues cada autor aporta algo nuevo, ya sea maestría técnica, o delicadeza y sensibilidad, con las que son capaces de abordar temas difíciles, como la muerte, la depresión, la emigración, o el amor, y llevarlos hasta un público, que hasta ahora, se consideraba poco apto para afrontarlos, los niños.

BARBARA FIORE
BFE
EDITORA
DESDE 2004



El logo de su editorial se basa en una composición de tipografías, donde actúan una serifa, para el nombre de la editorial (BFE), y palo seco para lo restante, creando de esta forma un contraste, que además se acentúa, porque la “E”, que se corresponde con “Editora”, va acentuada. Cuando este se aplica al lomo de los libros, solo se hace uso de “BFE”, y monocromático, en positivo o negativo según el color del fondo utilizado.

Su página web, tiene una estructura similar a la que hemos visto en las anteriores editoriales, abre con lo que parece un carrusel, pero es una imagen fija, que al clicar en ella te lleva a una página enlazada donde hay un carrusel con ilustraciones que cuentan una mini-historia, que está enlazada al libro que publicita. De esta forma llaman la atención del espectador, que si le gusta lo que ve, y lo que transmiten las imágenes, valorará comprarse este libro. (<https://www.barbarafioreeditora.com/catalogo/libros/inesperadas>). Debajo de esto, nos encontramos con las novedades, y “lo más vendido”. Finalmente, hay un apartado con reseñas sobre sus libros.

En las diferentes pestañas nos podemos encontrar, primero, con el catálogo, donde al clicar sobre el libro te lleva a una página con el carrusel y las ilustraciones en grande, esto es importante porque al ser las ilustraciones el peso del libro, que se puedan ver en buena calidad le da valor; la siguiente pestaña es la de los distribuidores, esta está dividida en distribuidoras por toda España, librerías donde encontrar su libro en físico, y en ambas tienen un apartado internacional, que reparten a algunos países de latinoamérica y Portugal; la siguiente pestaña se corresponde con “editorial”, y en esta podemos encontrar un apartado de autores, ilustradores, y

BARBARA FIORE EDITORA Catálogo Distribución Editorial Prensa Blog Mi cuenta Registrarse

INESPERADAS
2019-03-01 18:00€

Para una mujer escribir poesía ha sido durante siglos una condena al silencio. Y, sin embargo, desde el siglo, las mujeres han sabido marcar la historia de la literatura.

En esta colección de poesía se recogen las voces de las grandes escritoras de la literatura hispanoamericana. Un viaje que nos abre la vía de grandes voces que respondieron a un momento preciso. Desde el siglo, y con los cambios de los siglos, nos por ser mujeres, sino por ser grandes poetas, sus inesperadas como imprescindibles.

Una antología de poesía que dialoga, diversidad de voces, estilos y sensibilidades, así como inspiración a la escritora Alejandra Alvarado para crear la poesía lírica que acompaña esta historia.

NOVEDADES

- ENTRE PALMAS Y APLAUSOS** 18:00€
Una deliciosa colección de poemas sobre destinos escritos por Soriano van de Venne, y acompañados por las ilustraciones de Yusef Erbach, que añaden humor y detalles a los versos.
- A PROPOSITO DE LA VIDA** 18:00€
A propósito de la vida es una celebración de la gran variedad de vida que nos rodea. Cada una pequeña historia que foto en el aire a una inmensa salina en el océano.
- DOSA EN EL OCEANO** 18:00€
Un impresionante cuadro de viaje dedicado al viajero Alexander Dosa. El primer destino en cruzar en solitario el océano Atlántico de un continente a otro.
- CHESSE** 18:00€
ZUZU ha encontrado una manera de hacer nuestros recuerdos más firmes a través de su propia historia. Al leer Chess nos sentimos que tenemos una obra maestra en nuestras manos.

BARBARA FIORE EDITORA Catálogo Distribución Editorial Prensa Blog Mi cuenta Registrarse

Catálogo

— Seleccionar año —

- ODIDIER** 18:00€
Una conmovedora historia sobre el amor y la soledad en el siglo XXI en el mundo rural. Un cómic romántico con una gran dosis de humor.
- EL AUTOBUS DE ROSA** 18:00€
La historia de Rosa Parilla, la mujer afroamericana que con su valentía cambió el transcurso de la historia de Estados Unidos.
- YE** 18:00€
Ye es una historia llena de aventuras y magia de un héroe poco común. Un niño mudo que emprende un largo viaje por mar y tierra buscando una respuesta que le ayude a encontrarse a sí mismo.
- MULISES** 24:00€
El mundo se hace a la mar. Y tu aventura va tan bien como la de muchos otros niños en su primera odisea.
- INESPERADAS** 18:00€
- ENTRE PALMAS Y APLAUSOS** 18:00€
- A PROPOSITO DE LA VIDA** 18:00€
- DOSA EN EL OCEANO** 18:00€

Ilustradores

- Ahn Zhe
- Albino Nishino
- Alejandra Acosta
- Alice Bjerries Lima de Faria
- André de Loba
- Alma Llanas
- Antoine Moreau-Dussault
- Axel Scheffer

EDITORIAL

- Autores
- Ilustradores
- Traductores
- Premios

Capturas de la página web de Bárbara Fiore Editora, recuperadas de: <https://www.barbarafioreeditora.com/>

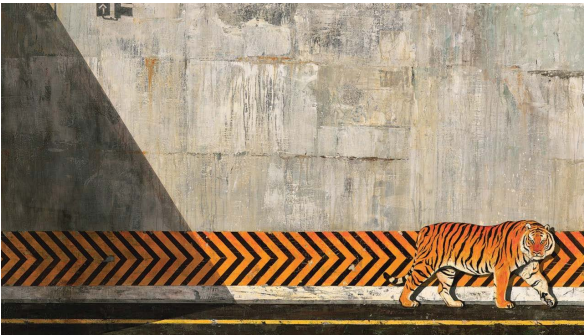
traductores, pues muchos de sus libros son internacionales, por lo que necesitan buenos traductores, y les dan valor a ellos mismos. Cada uno de los perfiles de estos trabajadores, tiene una foto, una descripción, y un perfil a su trabajo dónde encontrarlos, finalmente tienen otro apartado con los premios de la editorial; la siguiente pestaña se denomina prensa, y en ella están las reseñas que han salido en periódicos o revistas sobre sus libros; finalmente, nos encontramos con la pestaña que se denomina blog, en esta podemos ir a distintos apartados, como son el blog de la editorial, como el de alguno de sus ilustradores de cabecera; finalmente, esta página sirve como medio de compra, aunque sus libros también se pueden adquirir por amazon, pero por lo que he encontrado, solo de manera física, no producen ebooks.

Su temática es, por lo general, el público infantil, y pone todo su peso en la ilustración. Tiene una gran variedad de temáticas, muchos de ellos tratan guerras, emigración, fantasía, cómic, o temas más educativos, como con la serie de “El Profesor Astrocat” que trata de un gato que acerca a los niños a descubrir realidades que nos rodean, como el sistema solar, las estrellas, las profundidades del océano, el cuerpo humano, etc. Está escrito por Dominic Wallimann e ilustrado por Ben Newman. Muchos de sus libros también están escritos e ilustrados por el mismo autor, como por ejemplo “Hilda y el perro negro” de Luke Pearson; “Ojalá Pudiera Formular un Deseo” de Jimmy Liao; y “La Ciudad Latente” y “Las Reglas del Verano”, de Shaun Tan.

Respecto a sus redes sociales, tienen twitter, en el que son poco activos (en la actualidad llevan dos meses sin publicaciones), y un instagram, donde sí tienen más movimiento. No tienen canal en youtube tampoco por lo que no tocan el mundo audiovisual.



Imágenes recuperadas de: <https://www.barbarafioreeditora.com/>

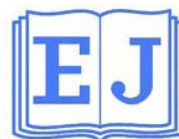


Imágenes recuperadas de: <https://www.barbarafioreeditora.com/>

Editorial Juventud

Esta editorial independiente lleva activa desde hace 95 años y ha pasado por la mano de cuatro generaciones de editores con más de diez mil libros publicados. Al principio intentaban hacer obras para todos los públicos, sin embargo cuando empezaron a editar grandes clásicos de la literatura infantil y juvenil universal decidieron seguir por este camino, especializándose en hacer llegar la mejor literatura infantil a su público. Algunos de los máximos referentes de su fondo editorial son Las Aventuras de Tintín y los libros de Enid Blyton. Esta editorial trabaja mucho con la ilustración algunas de sus obras más importantes son álbumes ilustrados, en su página web dan valor a los ilustradores con los que trabajan y por eso tienen un apartado para ellos solos. Esta editorial es una de las precursoras en España de álbumes ilustrados de conocimientos, este es un género con el que trabajan de forma habitual, y tienen en su catálogo un centenar de este tipo.

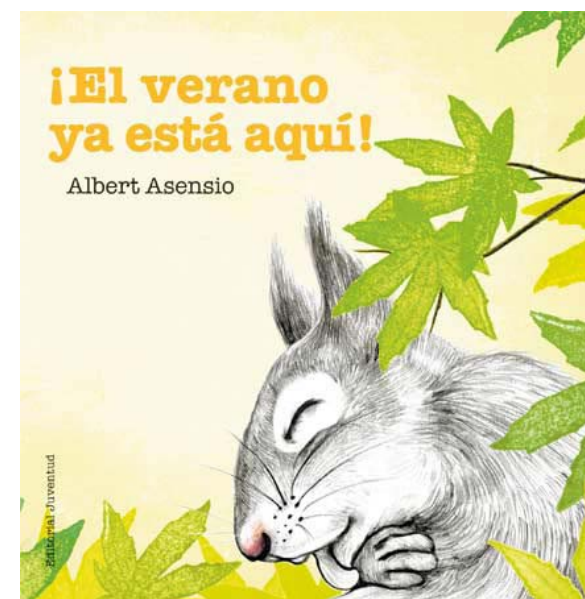
Con respecto al logo, ha sido recientemente cambiado por motivo del aniversario. El anterior logo se basaba en un libro abierto con una E y una J con tipografías serifa. En el nuevo logo no se ha mantenido nada del anterior ahora la tipografía es una palo seco, sigue utilizando el color azul, pero ahora es más apagado y con una mezcla más verde que hace contraste con el negro de "editorial". Finalmente, "Juventud" lleva una decoración al inicio, que recuerda un motivo juvenil.



editorial juventud



editorial
JUVENTUD

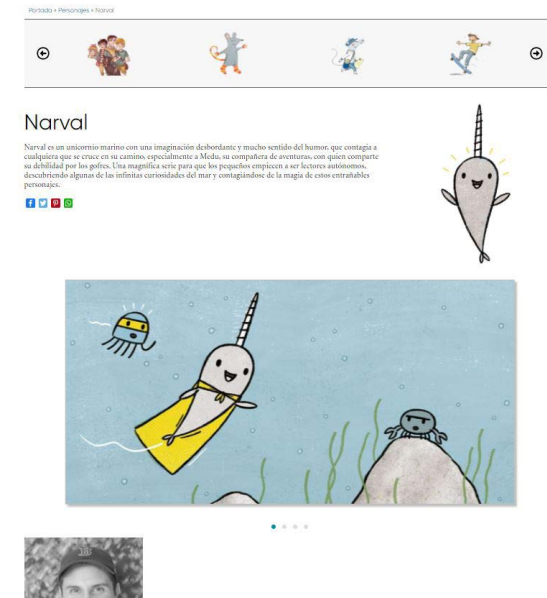


Portadas recuperadas de: <https://www.editorialjuventud.es/>

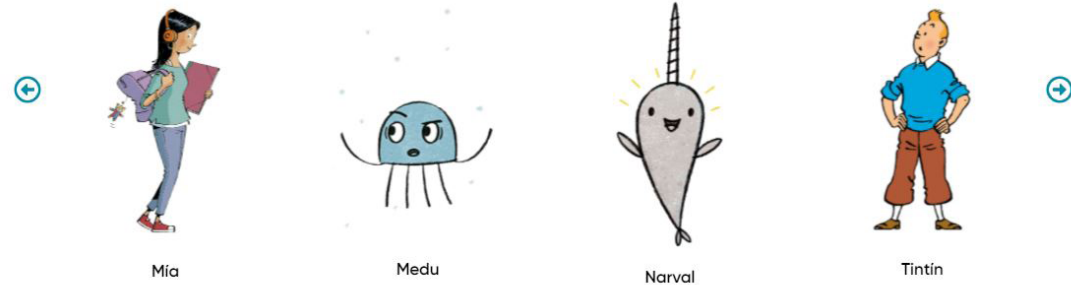
Con respecto a su página web, el inicio está compuesto igual que las anteriores por un carrusel de imágenes, debajo las novedades y libros reimpressos, luego están algunas de sus publicaciones del blog, y abajo del todo, tiene lo que considero más interesante y nuevo, que es un carrusel con fichas de personajes y al clicar sobre ellos te lleva a una página donde se habla de ellos, su autor, donde aparecen, etc.

En la página web tenemos dos barras, en la de arriba nos encontramos primero con títulos, donde podemos ver su catálogo entero y seleccionar éste por novedad, género, edad, presentación, y premios; la siguiente es la pestaña de colección; en la siguiente nos encontramos a los autores e ilustradores; y finalmente la pestaña dedicada a foreign rights. En la barra de debajo nos encontramos con una pestaña de "quién somos", donde hablan de su editorial; luego otra pestaña de profesionales con tres apartados, uno de escuelas, dedicado a la pedagogía, otro de librerías, y finalmente otro de distribuidores; luego nos encontramos con el blog; otra pestaña dedicada al contacto; y finalmente un listado de precios.

Esta editorial trabaja con libros físicos, tanto en librerías como a través de su página web, o algunos desde Amazon. Destacar que esta editorial no trabaja ebooks, en la búsqueda encontré solamente un kindle desde la página de Amazon que era gratuito, por lo que entiendo que no lo hacen de forma lucrativa, sino, tal vez, como medio de marketing para llamar la atención de sus libros, pues era el primero de una saga. Algunos de los libros que quiero destacar de la editorial son: "La Joven Maestra y la Gran Serpiente" de Irene Vasco y Juan Carlos Palomino; "Los libros de la Señora Jella" de Kathy Stinson;



Personajes

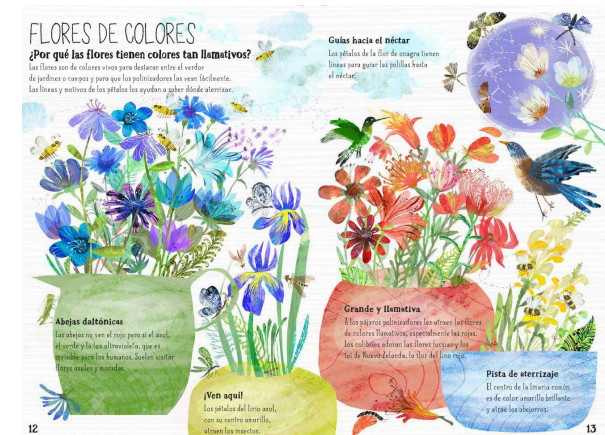


Capturas de la página web de Juventud Editorial, recuperadas de: <https://www.editorialjuventud.es/>

son e ilustrado por Marie Lafrance; “Petra” escrito e ilustrado por Marianna Coppo; “Cómo hacerse amigo de un fantasma” escrito e ilustrado por Rebecca Green; y “El gran libro de las Flores” de Yuval Zommer.

Como podemos ver en su página, sí tienen redes sociales, entre ellas facebook, twitter, e instagram, donde son muy activos (publican cada día). También tienen un canal de youtube, donde suben book trailers, vídeos mostrando el interior de sus libros, sobre los autores, etc.

*hacer conclusión de las editoriales, qué se puede mejorar, si la web permite entrar a gente discapacitada, etc. Qué funciona y que no, en general.



Imágenes recuperadas de: <https://www.editorialjuventud.es/>

Estudios de referentes

Estudio de maquetación

Tras haber decidido qué tipo de libros va a desarrollar la editorial, es necesario estudiar qué caminos han tomado otros diseñadores a la hora de maquetar libros y novelas infantiles o juveniles con ilustración, tanto en sus portadas como en su interior, y de esta forma extraer ideas para el desarrollo del catálogo.

Strawberry Moon, Laia López

El primer libro que quiero comentar se corresponde con "Strawberry Moon", de la ilustradora Laia López. Esta es una novela juvenil ilustrada, tanto con una imagen por cara, como en forma de cómic, a parte tiene muchas páginas de texto seguido. Su formato, aunque no se puede apreciar en las imágenes, es de gran tamaño en comparación con la media de los libros. Por otra parte, está impreso en un tipo de papel estucado, incluso la parte de los textos, para crear un conjunto en toda la obra.



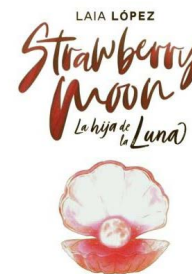
CAPÍTULO 1

Eiden estaba leyendo un libro de arquitectura sentado en la barra del café Ordina, su lugar favorito. Su hermana Liv trabajaba en el local, y él aprovechaba para pasarse por allí cuando no tenía clase. Siempre habían estado muy unidos y ahora ella ayudaba a Eiden a pagar la universidad con el sueldo de encargada del café. El chico se estaba tomando muy en serio su educación, y Liv no se arrepentía de destinar parte de sus ahorros a los estudios de su hermano.

En aquel momento, Eiden estaba subrayando con fluorescente amarillito prácticamente todo lo que leía.
«Creo que todavía hay un poco de blanco en tu libro —bromeó Liv—. Ahí, en el segundo párrafo de la página 57, ¿lo ves? Te has dejado una frase entera sin subrayar.»

A Liv le encantaba tomarle el pelo a su hermano pequeño.
«Es que todo esto es muy interesante —se excusó él—. Solaba con llegar a ser un importante arquitecto algún día, uno de los mejores del mundo, pero para eso necesitaba dedicarle muchas horas de estudio a su pasión. A Liv le preocupaba un poco que su hermano

8



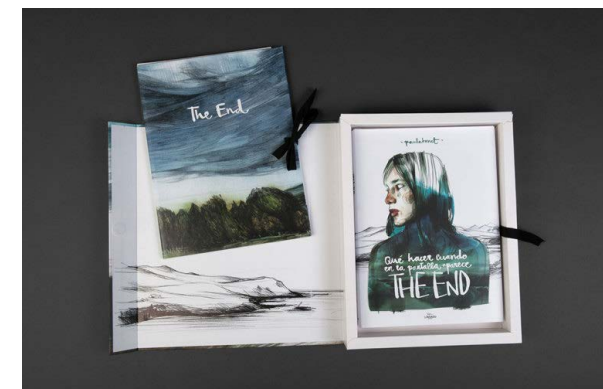
DESTINO



Imágenes recuperadas de <https://www.fnac.es/a6879325/Laia-Lopez-Strawberry-Moon-Moon-1>

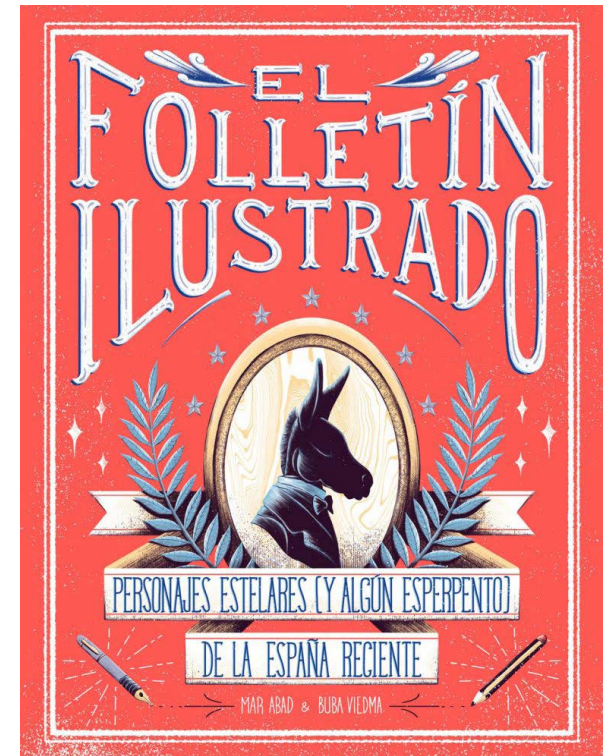
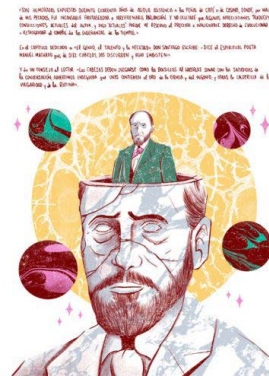
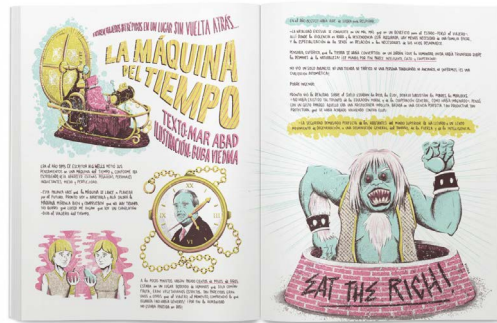
Qué hacer cuando en la pantalla aparece The end, Paula Bonet

Otro libro interesante a estudiar, con unas ilustraciones cuidadas y una maquetación que juega con las posiciones del texto y la imagen en toda la página es: "Qué hacer cuando en la pantalla aparece The End", de Paula Bonet. El papel que utiliza también aparenta ser estucado brillante. Por otra parte es interesante el packaging exterior, el póster, y el "fanzine", que van juntos.



Imágenes recuperadas de <https://www.paulabonet.com/portfolio/theend/>

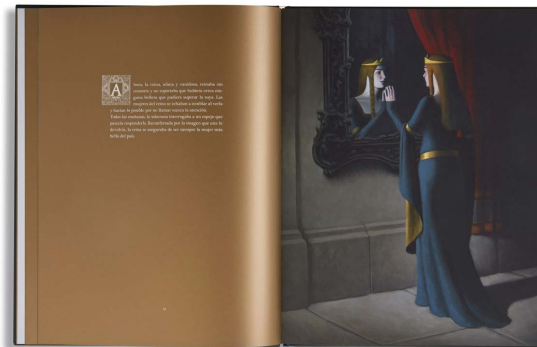
El Folletín Ilustrado, Mar Abad y Buba Viedma
 Otro libro interesante es: “El Folletín Ilustrado. Personajes estelares (y algún esperpento) de la España reciente”, escrito por Mar Abad, e ilustrado por Buba Viedma. Este libro es interesante por los colores que utiliza en su ilustración, y como el texto se entremezcla con ella sin seguir una constante. Su portada es también muy interesante, pues haciendo juego con “folletín”, que nos sumerge en un mundo antiguo, hace una composición imitando los libros antiguos, sin embargo, por los colores y elementos usados, podemos ver la inspiración de esos libros pero también como la transforma para que parezca actual.



Imágenes recuperadas de <https://www.yorokobu.es/el-folletin-ilustrado/>

Blancanieves, Charlitter Moundlic y François Roca

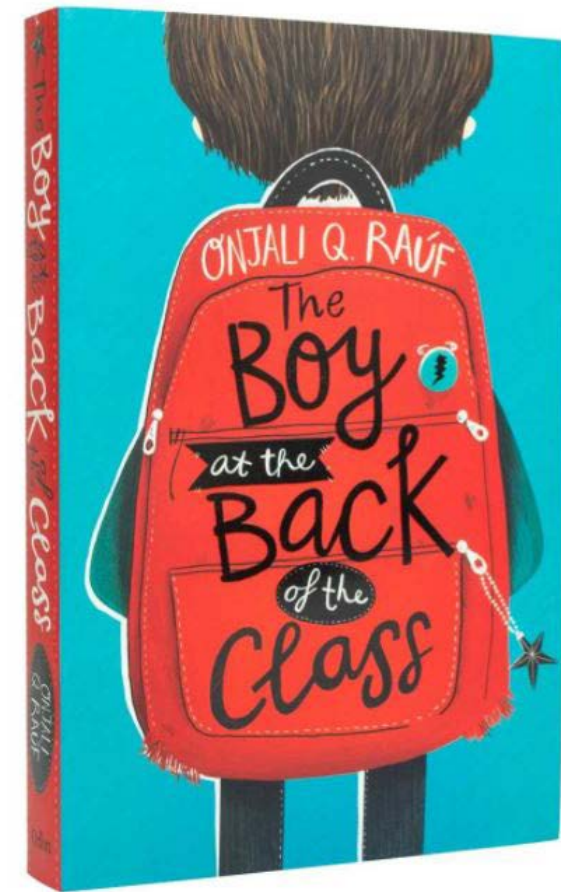
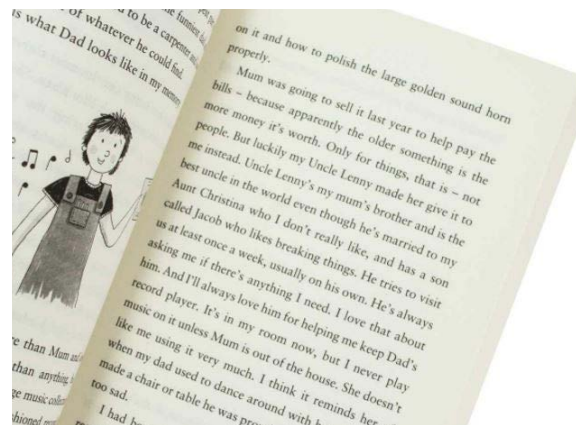
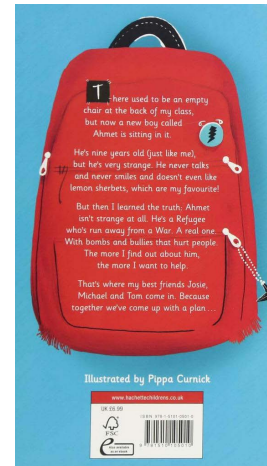
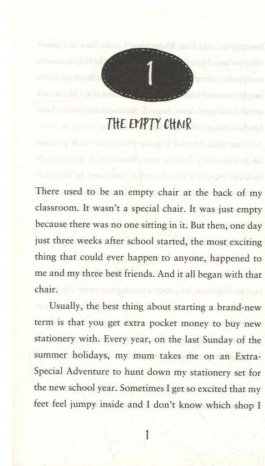
El siguiente libro es: "Blancanieves", escrito por Charlotte Moundlic e ilustrado por François Roca. Las ilustraciones son muy interesantes, tienen un estilo más cercano a la pintura dibujística, tienen un estilo más cercano a la pintura dibujística, pues muestra un interés en torno al volumen, a la saturación de los colores, y el trabajo tonal. A parte, su maquetación es curiosa, pues el texto está escrito en negativo, con las letras en blanco sobre un fondo de color cobre y con un papel estucado brillante. También es de interés, el uso de las capitulares en las distintas páginas, pues imitan a los libros escritos e ilustrados a mano.



Imágenes recuperadas de <https://www.edelvives.com/es/Catalogo/p/blancanieves--172239>

El Chico de la Última Fila, de Onjali Raúf y Pippa Curnick

Este libro se llama "El Chico de la Última Fila", de Onjali Q. Raúf, e ilustrado por Pippa Curnick. He elegido este libro porque, pese a tener ilustraciones, está impreso en papel offset, dándole prioridad a la lectura del libro en sí más que a la ilustración.



Imagenes recuperadas de <https://www.waterstones.com/book/the-boy-at-the-back-of-the-class/9781510105010>

This one summer, de Jillian Tamaki y Mariko Tamaki

Finalmente: "This one summer", de Jillian Tamaki y Mariko Tamaki. Este libro no se corresponde con un cuento ilustrado, sino con una novela gráfica. Todas sus páginas están compuestas con distintas ilustraciones, sin texto seguido. Elegí esta, sin embargo, porque utiliza una impresión a color, azul, sin embargo todas sus páginas son monocromáticas y con un solo color consiguen que todas las páginas estén repletas de vida, creando un hilo narrativo interesante, y emocionante.



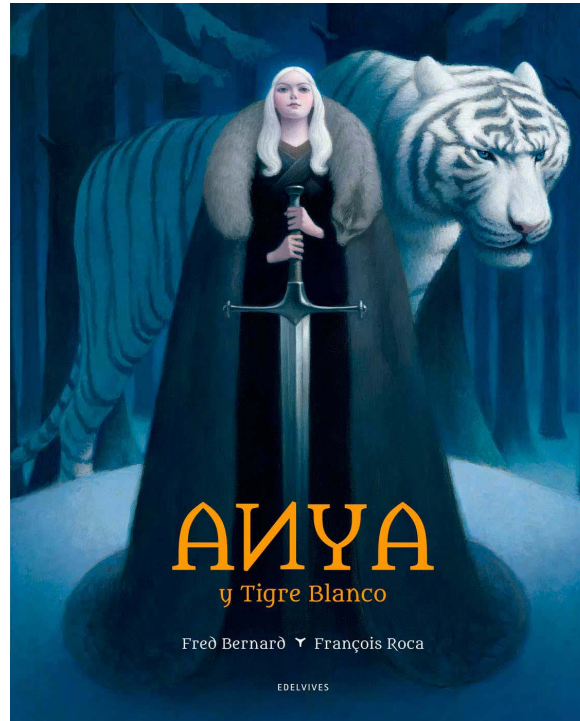
Imagenes recuperadas de <http://cblidf.org/2015/02/using-graphic-novels-in-education-this-one-summer/>

Estudio de portadas

Otra parte fundamental del libro se corresponde con la cubierta, pues ésta es la que antes llama la atención del público, y por lo tanto, se le debe dedicar un buen y concienzudo trabajo. Existen distintos tipos de composición para las portadas en los libros ilustrados, como veremos a continuación, entre ellas nos encontramos con algunas que le dan más peso a la tipografía, otras trabajan más la imágen, algunos otros priorizan la composición de los elementos decorativos, etc.

Anya, de Fred Bernard y François Roca

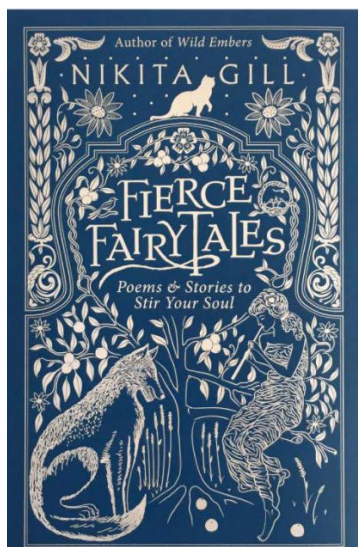
El primer libro a comentar es: "Anya", escrito por Fred Bernard, e ilustrado por François Roca. En esta portada podemos observar como el peso de la portada está resuelto mediante la ilustración donde la protagonista está en el centro con la luz directa, y el tigre blanco, también protagonista de la historia ocupa el ancho de la portada, también jugando con las luces para que se note que es parte de la historia y no simple decoración. Es importante resaltar que la ilustración de la cubierta va a juego con la ilustración del interior, lo que hace que el libro esté unificado. En la parte inferior nos encontramos con una composición tipográfica, en grande y con letras capitales, está escrito "ANYA", y con la misma tipografía y en minúsculas, "y tigre blanco", creando un gran contraste con los tamaños pese a que utilice la misma tipografía y color. Además, este texto destaca sobre la portada, porque hace uso de la técnica impresión Hot Stamping, y como está sobre un color oscuro y frío, queda una composición completa.



Imagenes recuperadas de <https://www.edelvives.com/es/Catalogo/p/anya-y-tigre-blanco>

Fierce fairytales. Poems & Stories to stir your soul, por Nikita Gill, y Trapeze

El siguiente libro es: "Fierce fairytales. Poems & Stories to stir your soul". Escrito por Nikita Gill, y con ilustraciones de ella misma, editado por Trapeze. Esta portada es interesante porque, al igual que la anterior, hace hot stamping sobre azul oscuro, pero en este caso utiliza plata, y toda la portada se basa en las siluetas con este tratamiento. Por otra parte, es interesante el tratamiento de la composición, pues hace uso de animales y naturaleza, haciendo honor a su temática, las fábulas.



Imagenes recuperadas de <https://www.curiosasociety.com/products/fiercefairytales>

Nieve y Rosa, Emily Winfield

Este libro es: "Nieve y Rosa", escrito por Emily Winfield Martin, editado por el grupo Errata Naturae. He elegido este por el uso de la composición en su ilustración pues pese a no ser completamente simétrica, transmite esa sensación y centra la atención en las dos niñas de la portada. Por otro lado, la tipografía con espinas es muy interesante, y añade valor a la composición.



Imagenes recuperadas de <https://www.fnac.es/a7051930/Emily-Winfield-Martin-Nieve-y-rosa>

Supergum, Laura Guglielmo y Susana Rumiz

La siguiente portada es: "Supergum", de Laura Guglielmo y Susana Rumiz. Elegí ésta porque utiliza un tipo de ilustración distinta a las anteriores, más plana y sintetizada. Además tiene una composición muy interesante, ya que en primer plano nos encontramos al niño con el chicle, y dentro de este chicle está escrito el título de la historia y los autores, detrás otro niño y un pueblo, y detrás de estos, en un tono verde oscuro, una tercera zona que parece representar a los antagonistas de la historia.



Imagenes recuperadas de <https://www.amazon.es/Supergum-Laura-Guglielmo-ebook/dp/B077SJBXLX>

The Selfish Giant, Oscar Wilde

Esta portada pertenece al libro "The Selfish Giant", una historia de Oscar Wilde publicada por la editorial de Vanya Liang. He elegido ésta por la composición que utiliza; vemos el contraste de tamaños entre el gigante y el niño, que para que no parezca que haya más peso en un lado que en el otro rodea al niño con las manos del gigante, pero dejando una parte de aire para jugar con los contrastes. En medio de esto está el título del libro, escrito con una tipografía muy fina.



Imagenes recuperadas de <https://vanyaliang.com/BOOK/The-Selfish-Giant>

A Spell of Winter, Helen Dunmore

Esta es la portada de "A Spell of Winter", de Helen Dunmore, y publicado por la editorial Penguin Random House. He elegido esta portada por el uso de la originalidad para su composición. En ella podemos observar una especie de zarzas que cruzan la portada en dos capas, la primera en azul oscuro con unas hojas naranjas creando un contraste entre los colores; en la segunda capa, son las mismas zarzas en otra dirección y en un color azul, para diferenciar que están detrás, finalmente, en el fondo, una noche estrellada. Entre las ramas de las zarzas nos encontramos con una especie de venda que está enredada y en ella está escrito el título y el nombre del autor.



Imagenes recuperadas de <https://www.amazon.es/Spell-Winter-Penguin-Essentials/dp/0241986524>

The Wild Air, Rebeca Mascull

El siguiente libro se corresponde con: "The Wild Air", de Rebeca Mascull, de la editorial Hodder & Stoughton. Elegí ésta porque juega con la ilustración encima de un fondo plano, de este modo consigue que destaque en gran medida. Además, le da una gran importancia a la tipografía, haciendo un contraste con un "The" muy pequeño y fino, y luego "Wild air", con una tipografía con gran peso y una decoración en las serfas que la hacen interesante pues hace juego con los motivos florales que la rodean.



Imagenes recuperadas de <https://www.amazon.es/Wild-Air-Rebeca-Mascull/dp/1473604435>

Evert Other Weekend, Abigail Johnson

Este libro es: "Every Other Weekend", de Abigail Johnson, publicado por la editorial Inkyard Press. En esta portada podemos ver el uso de la ilustración en toda la portada, es interesante porque, además de los personajes, utiliza una escena en la parte posterior que se abre a lo ancho de la portada sobre un cielo estrellado. En la parte superior, utiliza la tipografía alrededor de la luna llena haciendo el juego con la "o" de "other", y utiliza una tipografía script con un difuminado en los bordes, dando una sensación similar al halo luminoso que rodea la luna.



Imágenes recuperadas de <https://infoliteraria.com/2019/12/08/every-other-weekend-de-abigail-johnson-se-publica-en-espana-en-2020>

Counting Thyme, Melani Conklin

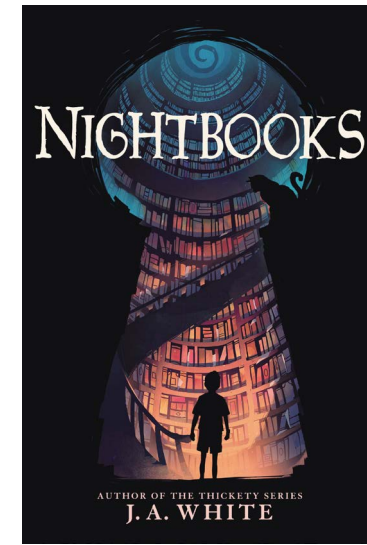
Esta portada pertenece al libro: "Counting Thyme", de Melani Conklin, de la editorial G.P. Putnam's Sons Books for Young Readers. Al igual que la anterior, elegí ésta por la escenografía, en este caso es un edificio que ocupa de forma vertical la portada, que crea un punto focal en la chica de la ventana gracias al contraste con su camiseta roja y a la luz interior que está detrás de ella. También es interesante el juego de la tipografía en el título, pues tiene ritmo, y va en una curva ascendente.



Imágenes recuperadas de <https://www.amazon.com/Counting-Thyme-Melanie-Conklin/dp/0399173307>

The Wild Air, Rebeca Mascull

La siguiente portada es del libro: "Nightbooks", escrito por J. A. White, y publicado por la editorial editorial Katherine Tegen Books. En este caso la escenografía es interior, podemos ver una biblioteca muy amplia, en el fondo hay una luz amarilla, y se puede ver el espacio de ésta por el contraste que hace en la cúpula superior que es un azul frío. Por otro lado, es de gran interés que esta escena está dentro de una forma de cerradura que sugiere que estamos espiando. Por otra parte, la elección tipográfica para el título, al no ser un trazo lineal, agrega un aspecto de tenebroso, que encaja con la ilustración y la sensación general a la perfección.



Imágenes recuperadas de <https://www.amazon.es/Nightbooks-J-White/dp/0062560085>

Invencible y Unforgivable, Amy Reed

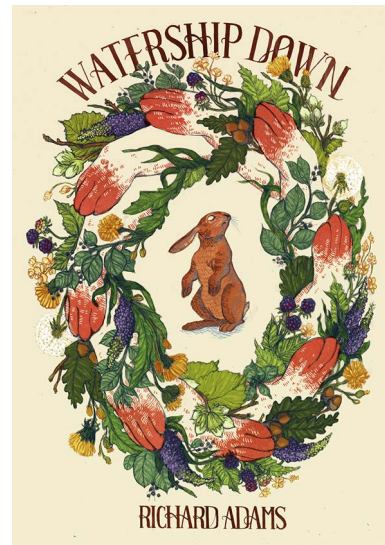
Estos dos libros: "Invencible", y "Unforgivable", están escritos por Amy Reed y pertenecen a la editorial Katherine Tegen Books. He elegido estos porque hacen uso de dos siluetas y con ellas logran darle expresión a la portada. Y además, al ser dos libros, se puede apreciar cómo continúa con el mismo sistema para hacer un relato coherente.



Imágenes recuperadas de <https://infoliteraria.com/2019/12/08/another-weekend-de-abigail-johnson-se-publica-en-espana-en-2020>

La Colina de Watership, de Jay Cosby Barry

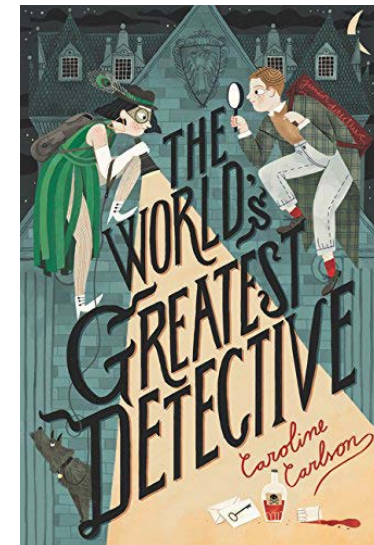
Esta portada fue creada por Jay Cosby Barry y es una interpretación de un libro de literatura clásica, "Watership Down". En esta ilustración, podemos observar cómo todo gira en torno a un personaje principal, el conejo. Alrededor vemos una composición hecha por flores y patas de conejo, y finalmente un título que gira en torno a esta composición.



Imágenes recuperadas de <https://www.behance.net/gallery/14515975/Watership-Down-Book-Covers>

The World's Greatest Detective, de Caroline Carlson

Este libro se corresponde con: "The World's Greatest Detective", de Caroline Carlson, publicado por la editorial HarperCollins. En esta portada podemos ver una ilustración con dos detectives, uno a cada lado, que encienden una luz de la que sale el título. Para éste utiliza una tipografía en cursiva que se coloca en diagonal y que se adaptan unas a otras, por ejemplo la "T" de "detective" es más pequeña por la "R" de "greatest". Finalmente, el nombre del autor utiliza una tipografía script que sale de un bote de tinta derramado en la parte inferior de la ilustración.



Imágenes recuperadas de <https://www.amazon.es/Worlds-Greatest-Detective-Caroline-Carlson/dp/0062368273>

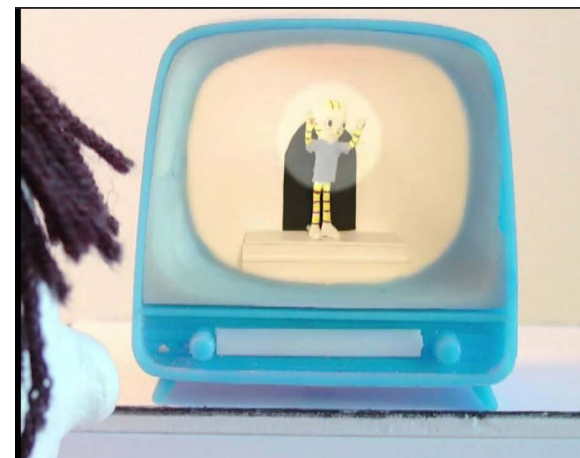
Estudio de booktrailers

Los booktrailers es una forma más de publicitar los libros, de hecho ésta es una muy llamativa pues vivimos en un mundo audiovisual en el que es más fácil ver un vídeo corto que leer una reseña, por este motivo, considero que también es importante estudiar los trailers que han hecho otras editoriales para sus propios libros.

Hay distintos tipos de booktrailers, algunos tratan de una representación de distintas escenas mediante actores, sin embargo, en este caso nos vamos a centrar en los booktrailers que trabajan con ilustración. Éstos se centran, sobre todo, en un público infantil, porque es la forma más fácil de atraer a los niños a la lectura. La gran mayoría utilizan ilustraciones que forman parte del libro y otras añaden alguna original, suelen tener poco movimiento, mediante elementos pequeños que se mueven, o un pestañeo del protagonista para dar la sensación de vida. Por otra parte, tenemos pequeños cortos publicitarios, como hizo Blackie Books para Ana y Froga.

ANA Y FROGA, una pandilla desastrosa

En este vídeo nos encontramos un corto animado realizado por Anouk Ricard mediante la técnica de stop motion, con el uso de, lo que parece ser, plastilina. En este vídeo se narra una pequeña aventura de los protagonistas del cuento, Ana, Froga y su amigo Kike. Este es un libro de Blackie Books, y está puesto en su canal de youtube.



Capturas sacadas de un video de youtube, recuperadas de <https://www.youtube.com/watch?v=Q2WafslYEZU&t=1s>

Peter

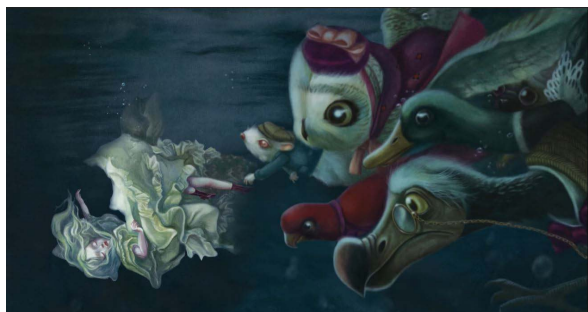
Este es un booktrailer para el álbum ilustrado de Camino García. En él utiliza una serie de ilustraciones fijas, y para añadir movimiento, utiliza una serie de trucos como poner primero el boceto y luego imitar la creación del dibujo, también utiliza mucho control sobre la entrada y salida de las imágenes, utilizando difuminados, luces, movimiento hacia los lados, etc. Por otra parte, también utiliza elementos pequeños en movimiento como mariposas, luces ascendiendo, o flores, etc. y de esta forma, dar la sensación de que todo está vivo.



Capturas sacadas de un video de youtube, recuperadas de https://www.youtube.com/watch?v=KCFum_iqMZc

Alicia en el País de las Maravillas

Este booktrailer se corresponde con un libro ilustrado "Alicia en el País de las Maravillas", de Lewis Carrol, e ilustrado por Benjamin Lacombe, y publicado por la editorial Edelvives. Este booktrailer no utiliza voz en off, directamente enfoca su atención en las ilustraciones y, sobre todo, en una música orquestal de fondo que cuenta además con piano y coro, generando un gran interés debido a que tiene un buen ritmo en la cuerda, y genera tensión e inquietud. Por otra parte, la animación cuenta con ilustraciones del libro en movimiento (moviendo las distintas capas que forman las distancias, es decir, las que se encuentran en un primer plano, en medio, y el fondo, para así dar la sensación de movimiento); luego utiliza un fondo plano con ilustraciones a línea, con pequeños movimientos, como el movimiento de una pierna, y pequeñas reseñas de la editorial; finalmente, tiene una parte interesante donde pone animaciones del libro abriéndose y como es por dentro.



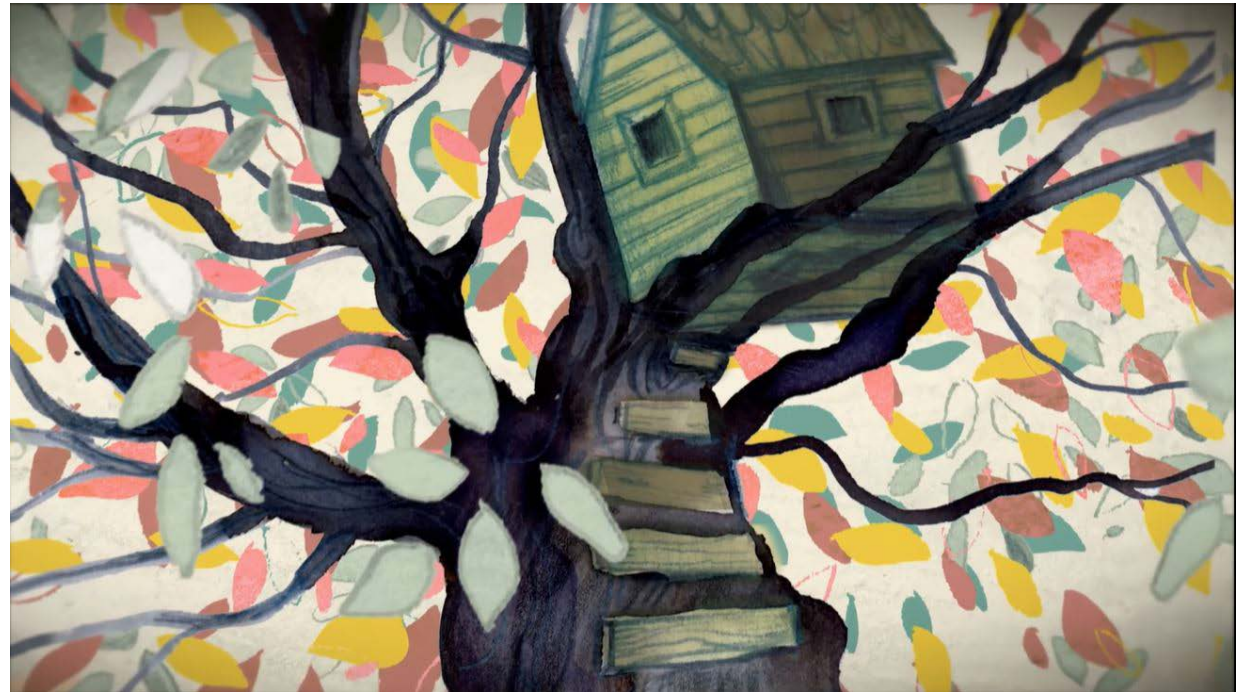
Al hilo de la historia, las imágenes se impregnan de una inquietante fantasía barroca...



Capturas sacadas de un video de youtube, recuperadas de <https://www.youtube.com/watch?v=FCmohLbucil>

La Voz del Árbol

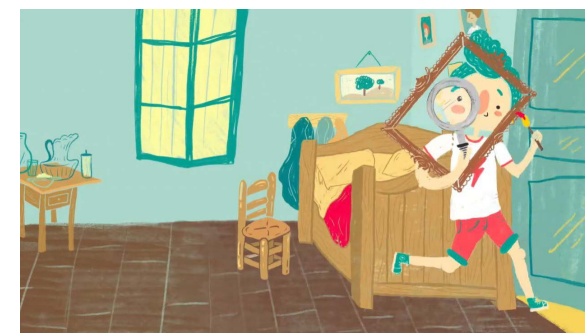
Este booktrailer va sobre “La Voz del Árbol”, un libro de Vicente Muñoz Puelles, ilustrado por Adolfo Serra y publicado por la editorial Anaya Infantil y Literatura. En este booktrailer podemos ver como las ilustraciones son de mayor tamaño que la superficie del vídeo, por lo que al deslizarse podemos descubrir nueva información y hacerlo más interesante. También utiliza las capas para mover distintos elementos y así crear la animación.



Capturas sacadas de un video de youtube, recuperadas de <https://www.youtube.com/watch?v=HvXUrlwfU6o>

Cómo lo Ves

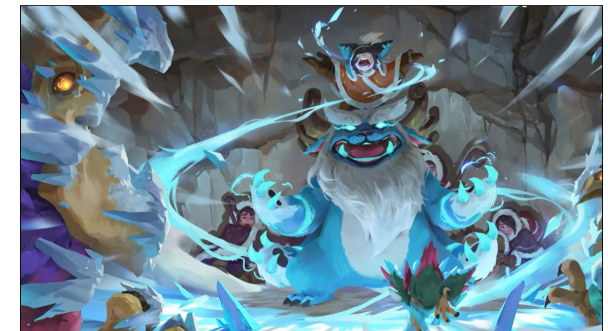
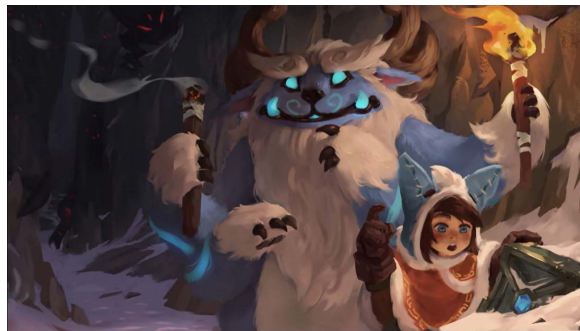
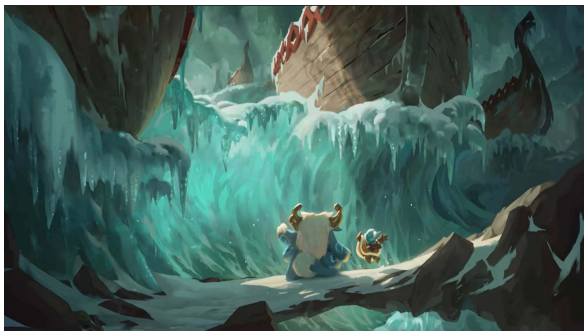
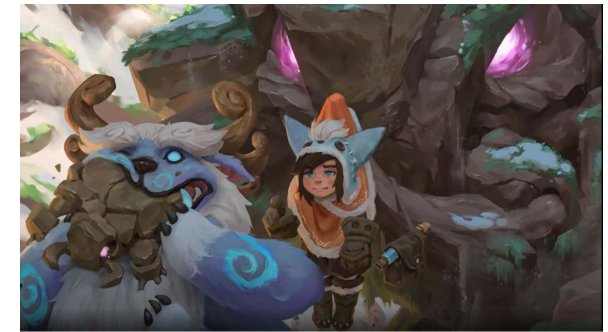
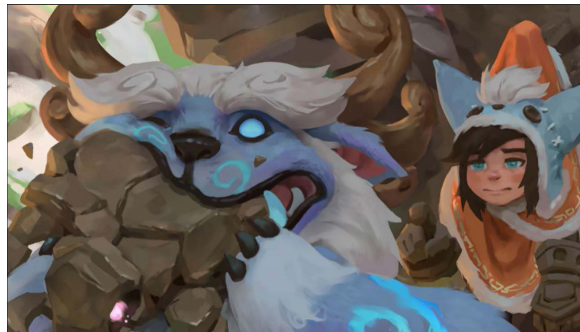
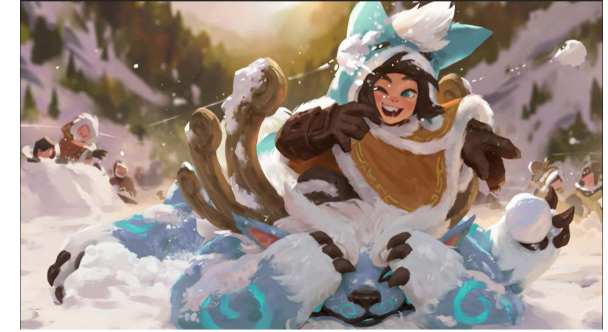
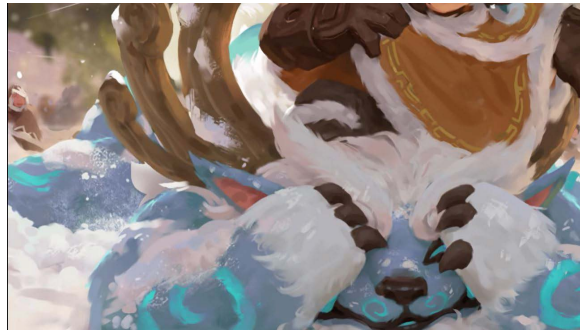
Este booktrailer es del álbum ilustrado: "¿Cómo lo ves?", de Vera Galindo y editado por Apila Ediciones. En este Booktrailer vemos una introducción donde el protagonista hace un movimiento repetitivo, poner y quitarse las gafas, y a continuación Misale corriendo por distintos escenarios, su movimiento es el mismo de principio a fin, una caminata, pero los escenarios por los que pasa se enlazan unos con otro, y así crean el movimiento.



Capturas sacadas de un video de youtube, recuperadas de <https://www.youtube.com/watch?v=HvXUrLwfU6o>

Nunu & Willump

Un ejemplo de una animación creada a raíz de ilustración fija es la siguiente, "Nunu & Willump" (<https://www.youtube.com/watch?v=mKISuOpQniQ>). En este vídeo podemos observar como va de pequeños detalles a grandes composiciones mediante el uso del zoom y el movimiento; también hace uso de las deformaciones de perspectiva, para aparentar que la cámara está moviéndose; también hace uso de luces en el cuerpo de Willump, el monstruo, y así da la sensación de que está vivo, además de mover sus cuernos levemente. Sin embargo, el punto mágico de esta pequeña animación, es la sincronización que tiene con la música. Esta se compone al principio, por una guitarra, chelo, y voz, y a medida que avanza, se une una flauta de fondo, y en el clímax de la canción un tambor, y toman la melodía los instrumentos, esto provoca que el clímax sea más sonoro y sentimental, y los movimientos de la ilustración se unen a ello, mientras que antes eran lentos, al igual de la música, que era piano, en el clímax los movimientos son rápidos, junto con la música fuerte, de esta forma se consiguen transmitir el mismo sentimiento, y que la animación sea emotiva.



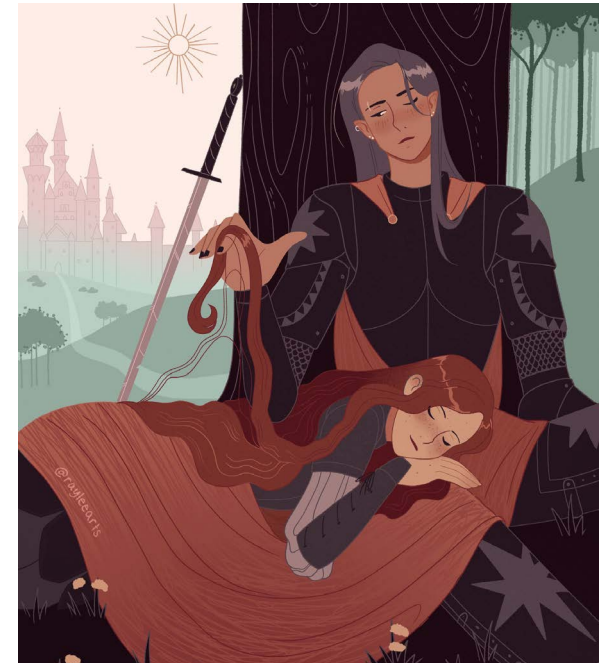
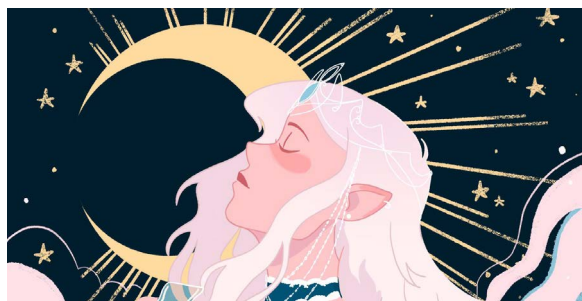
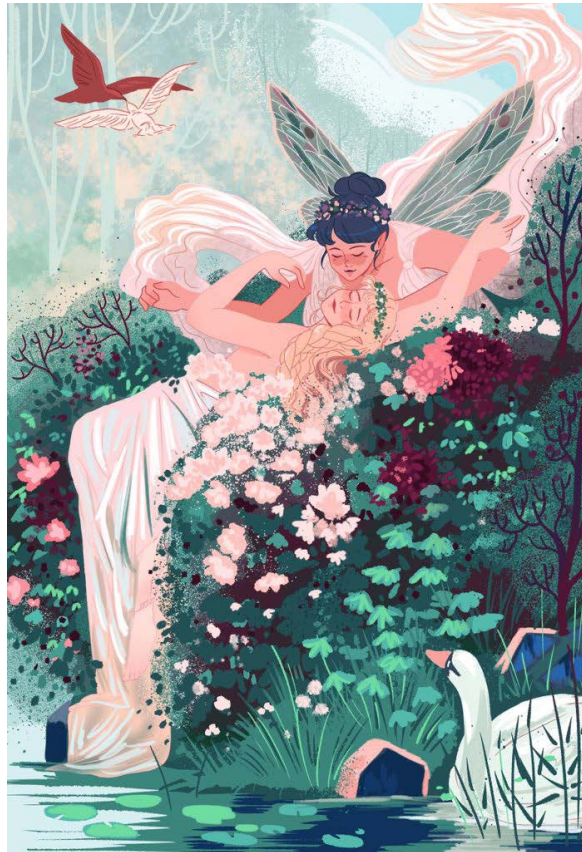
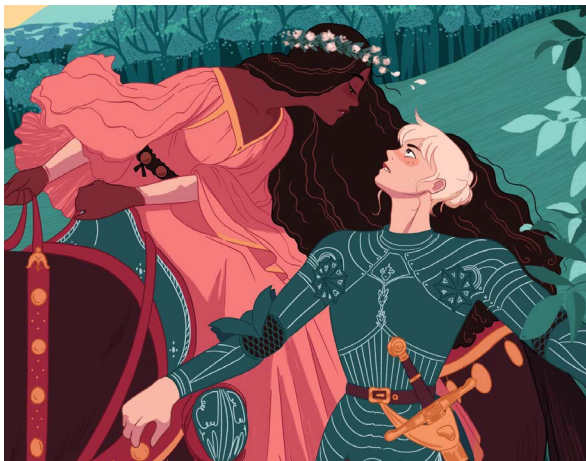
Capturas sacadas de un video de youtube, recuperadas de <https://www.youtube.com/watch?v=mKISuOpQniQ>

Referentes de ilustración

Antes de realizar un proyecto es importante hacer un pequeño estudio de aquellos autores que te gustan, te llenan de creatividad, y te inspiran, para tener una amplia baraja de posibilidades, y probar distintos estilos y colores hasta encontrar el ideal. A continuación pondré las obras de los autores que ayudaron a ubicar el camino de este trabajo.

Rachel

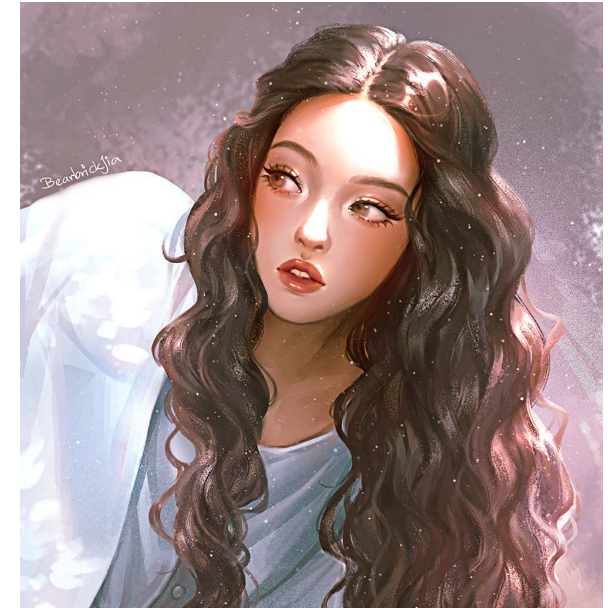
@rayleearts en twitter



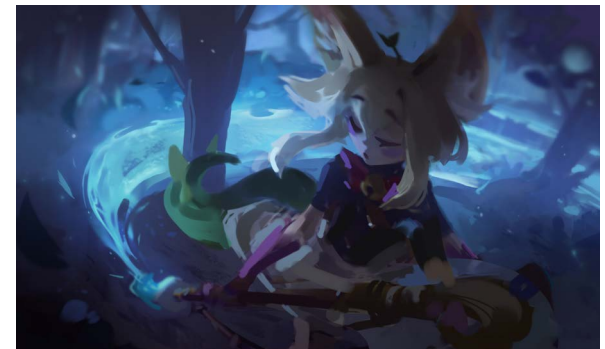
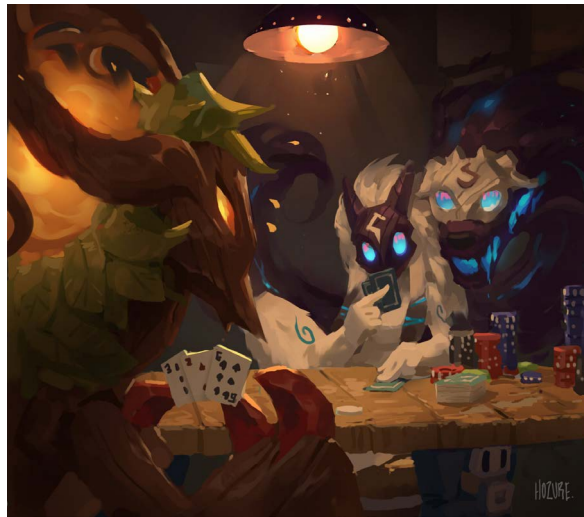
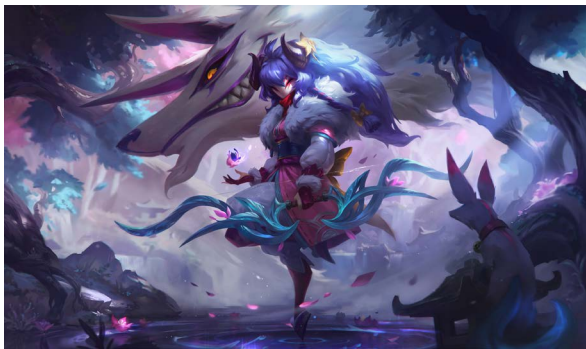
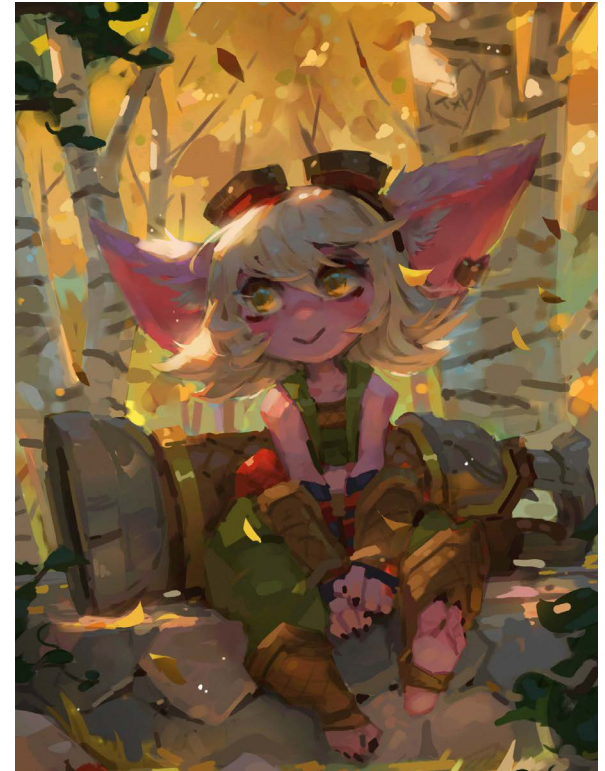
Jedit
@9Jedit en twitter



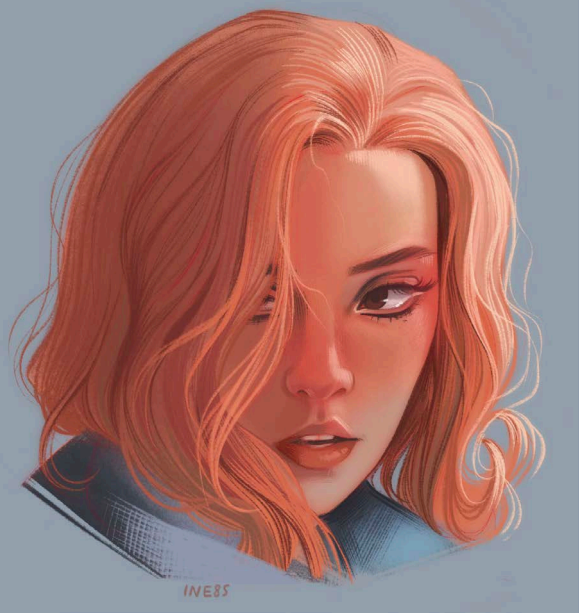
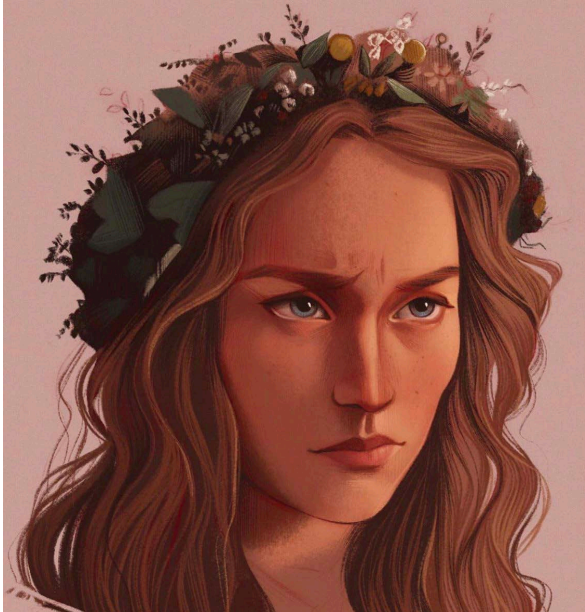
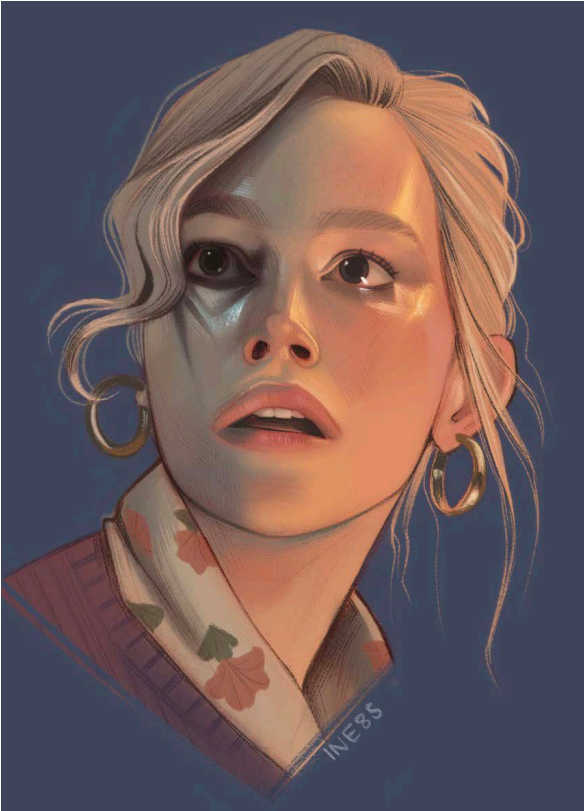
Karmen Loh
@Bearbrickjia en twitter



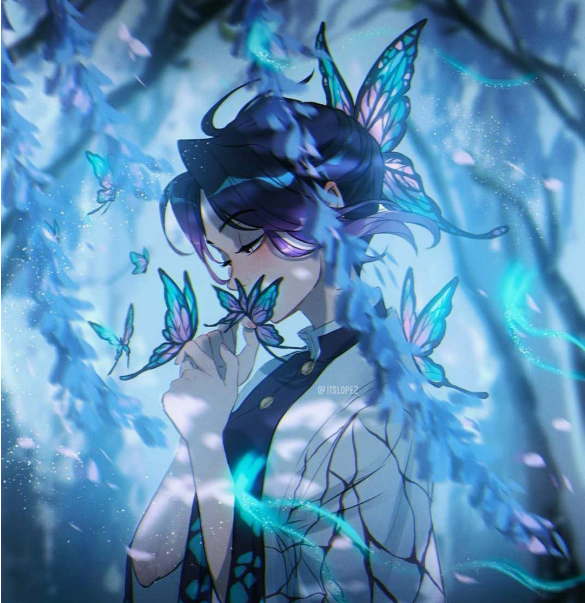
Hozure
@HozureArt en twitter



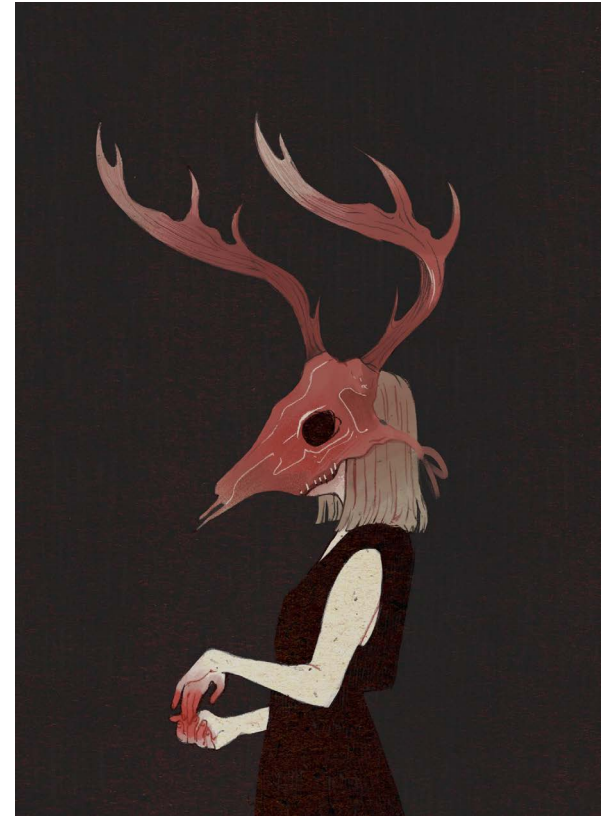
Inés
@ine8s en twitter.



Laia López
@itslopez en twitter.



Marina Speer
@nightmerss en twitter.



I'LL GET THROUGH
THE WINTER

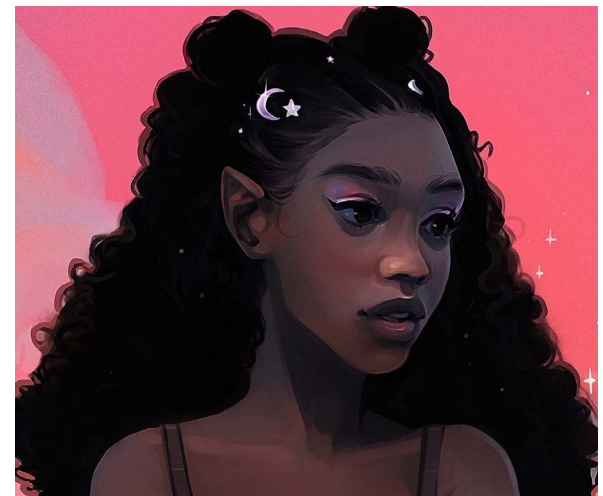
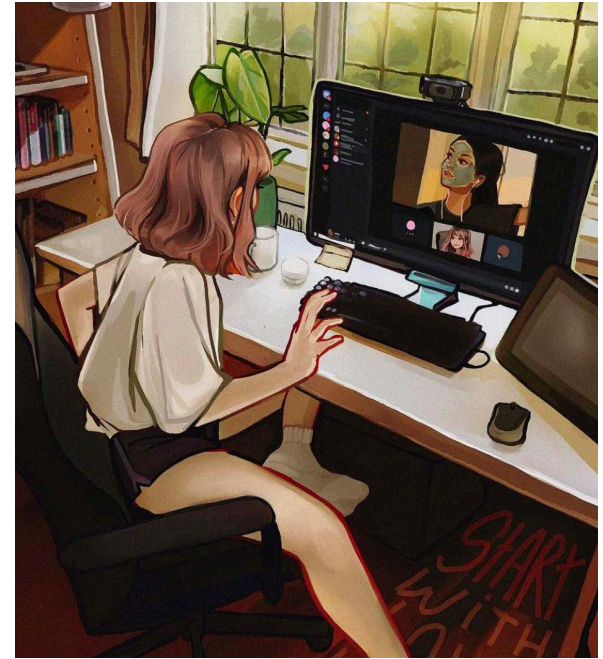
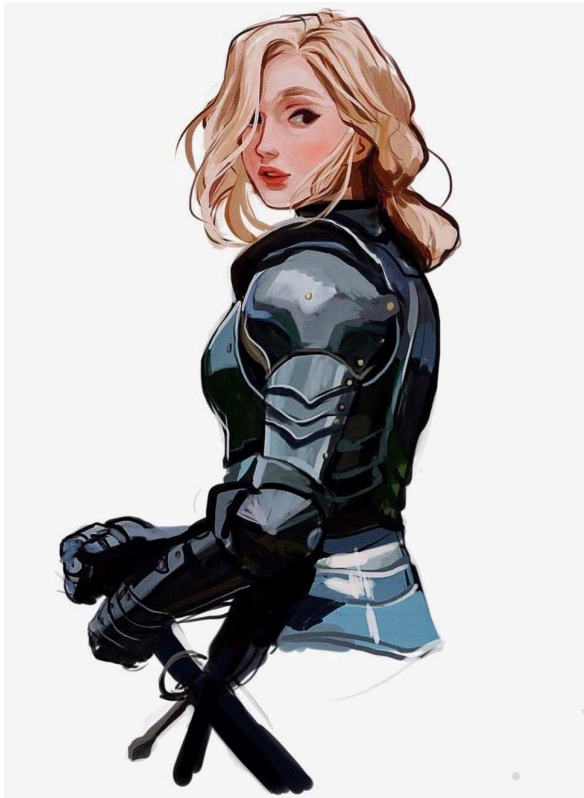


WITHOUT YOU

Gabriel Picolo
@_gabrielpicolo en twitter.



Laura
@cyarine en twitter.



Conclusión de las investigaciones específicas

Tras observar el trabajo de personas que tienen un camino hecho dentro de las editoriales juveniles, podemos hacernos una idea de cómo enfocar nuestra editorial, para que encaje con el público y no pise el trabajo ya realizado por otras editoriales, pues si no se aporta nada nuevo ni nada que nos cree una pequeña distinción nos será improbable salir de la casilla de inicio.

La investigación no muestra la importancia de tener unas redes sociales activas y una página web funcional. Que tras buscar el nombre de la editorial aparezca algo relacionado que permita al público conocer más sobre la editorial, e incluso la posibilidad de adquirir libros online.

También es de vital importancia una editorial potente, que acompañe a los libros, pero que a la vez sea muy llamativa, y atraiga la curiosidad del lector para saber más sobre nuestros libros. Es importante elegir un nombre que sea redondo y acompañe a nuestras creaciones, y posteriormente, que tenga un peso visual importante pero que no le reste importancia a aquello que acompañe, ya sea puesto en un cartel, o en una portada de los diferentes libros.

Con respecto a la ilustración, los diferentes libros tendrán un estilo tirando a cómic que permita a los autores sentirse y expresarse cómodamente, y a la vez, que acompañen a la historia que se está contando. Por otra parte, los autores, al ser una editorial centrada en la ilustración, van a tener su propio portfolio dentro de la página web, pues de esta forma se pone en valor el trabajo de los propios creativos que es un fundamento que queremos transmitir desde la propia editorial.

Finalmente, el primer producto que va a desarrollar esta editorial se corresponde con un cuento ilustrado, utilizando la temática de la fantasía y con unas ilustraciones grandes y llamativas que puedan gustar al público juvenil.

Proyecto



Una vez elegida la dirección del proyecto, empezamos a desarrollar la parte gráfica. Esta consta de un naming con su correspondiente parte gráfica, un libro ilustrado, una página web, y por supuesto, elementos importantes relativos a la editorial, como bolsas de papel, marcadores, tarjetas de visita, sobres de envío, y demás herramientas que se utilizan de forma diaria.

Naming y desarrollo de la identidad

La elección de un nombre adecuado para esta editorial fue relativamente sencilla. Para representarla decidimos optar por una palabra que al leerla nos transmita los valores de nuestra editorial, por eso mismo decidimos optar por una palabra en gallego. Esta opción fue tomada valorando la gran cultura y la gran cantidad de mitología que existe en Galicia, además, al ser un idioma que viene de una lengua romance, es muy probable que lo pueda entender una persona que hable solamente castellano. De esta forma, también se refuerza la nacionalidad española, pues al fin y al cabo se representa un lugar de nuestro país, y da pie a pensar en el consumo de una forma local.

Entre algunas de las palabras que elegimos como posibles, se encuentran “trasgo”; “meiga”; “birlbirloque”; “o santa compañía”. Todas estas tienen que ver con la fantasía, traída mediante la mitología gallega, sin em-



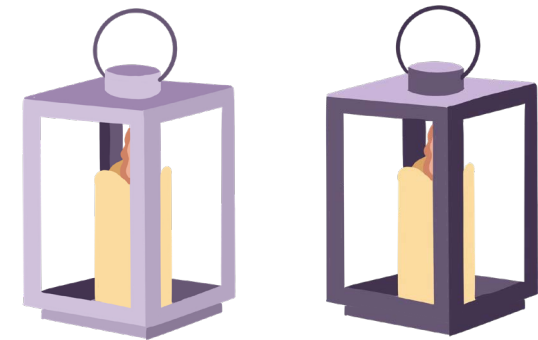
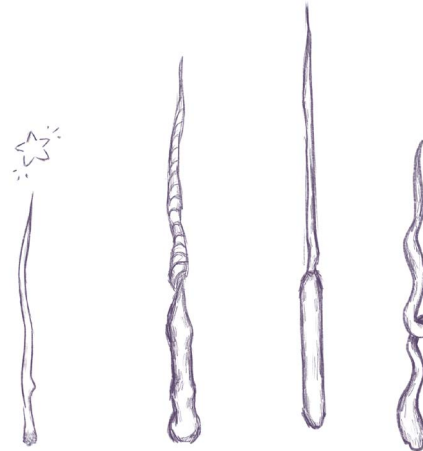
bargo, la palabra con la que decidimos quedarnos al final, se corresponde con “maxia”.

Esta palabra se traduce como “magia”, y a simple vista se puede llegar a descifrar, sin embargo tiene el factor añadido de la “x”, que es una letra típica del alfabeto gallego, como podemos ver en palabras como “toxo”, “Sanxenxo”, “anxo”... que además se pronuncia de una forma completamente distinta del castellano, pues a la “x” se le da un valor de “sh”, como por ejemplo se pronuncia el nombre de “Sheila”, o “Shakespeare”.

También, crea es una palabra fácil de recordar, y con un sonido redondo, debido a la partícula “ma”. Al ser breve, y crear intriga al lector, creemos que es la palabra perfecta para desarrollar nuestra editorial.

Tras elegir el nombre, decidimos que lo ideal sería completarla con “maxia editorial”, pues con esto conseguimos especificar qué es nuestra identidad, y obtenemos un resultado más redondo que “maxia editores”, o “editorial maxia”, que fueron previamente descartados.

Por otra parte, el desarrollo gráfico de la propuesta fue más largo, hasta poder encontrar un resultado que fuera coherente, y funcionara perfectamente. En este proceso se descartaron gran cantidad de tipografías, que no funcionaban en este contexto. También se realizaron pruebas con imatipos e isotipos, como por ejemplo un farol, representando a la santa compañía, o varitas mágicas, que también fueron descartadas.



maxia*

Finalmente, para la identidad decidimos elegir la tipografía decorativa, “Giovany Regular”, diseñada por Ivan Rosenberg, un diseñador gráfico eslovaco centrado en el desarrollo de tipografías. Y para complementar esta, elegimos una tipografía palo seco, que se corresponde con la tipografía “Karla”, diseñada por Jonny Pinhorn, un diseñador de tipos, que elaboró esta tipografía para google fonts, y la define como una “palo seco grotesca”, ya que está ambientada en las primeras creaciones de palo seco, alrededor de 1815, que tienen una apariencia más cruda y están menos pulidas.

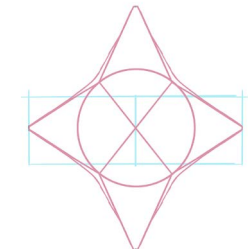
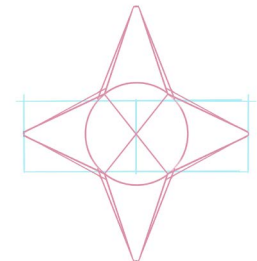
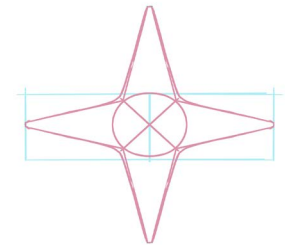
Con respecto al montaje de la identidad, se hicieron varias pruebas jugando con las altas y las bajas de la tipografía decorativa, para añadir un poco más de interés a este, hasta llegar al resultado, donde se alarga el último trazo de la “m”, invadiendo el lugar de las bajas, y alargando el primer trazo de la “x” hacia las altas, para crear un contraste. Para que esta modificación fuera armónica, modificamos la “m”, para que su trazo fuera idéntico al de la “x”, y estuviesen puestos a la misma distancia del cuerpo de la tipografía. Para darle un toque mágico, se diseñó una estrella de cuatro puntas, con un cuerpo un poco más alto que ancho, para que fuera estéticamente interesante, y se pudiera poner de mayor tamaño entre las letras, pero intentando que esto no afectara a su proporción, y dejase de funcionar visualmente. Esta estrella es importante porque va a servir posteriormente como una pequeña reminiscencia de la identidad, en algunos lugares como la portada, o materiales de uso de la propia editorial. Finalmente, la palabra “editorial”, se utilizó la tipografía Karla, en el peso “semibold”; esta se colocó en la parte inferior derecha, en un tamaño menor, y en mayúscula, para que

maxia

Tipografía Giovany Regular

maxia

maxia



las altas se estuvieran a la misma altura, y además, jugando con el tracking, para darle un mayor aire y que funcionase mejor visualmente. Su colocación coincide con el principio de la (en la parte inferior), y acaba junto con la palabra “maxia”, y la altura con respecto a la palabra, se corresponde a la altura de las bajas, por lo que queda completamente integrada con la palabra “maxia”, y crea un equilibrio visual.

El color de la identidad es azul aguamarina, y como color complementario, para textos más extensos, este mismo color pero unos tonos más oscuros. De esta forma se consiguen que los colores queden armónicos.

Finalmente, para complementar a la identidad, decidimos buscar un eslogan. Entre las distintas opciones decidimos quedarnos con “La magia de leer”, debido a que está relacionado con el producto que se vende en una editorial, los libros, y además, sirve para aclarar el significado de la palabra “maxia”. Para este eslogan se utiliza la tipografía “Karla”, con un peso “semibold italic”, sin embargo, en algunos casos en el que el tamaño en el que se establezca sea pequeño, o que este peso sea muy elevado para la composición y cree discordia, podrá utilizarse el peso “italic”, pero siempre jugando con la jerarquía, y que el eslogan no quede en segundo plano, tapado por el resto de elementos.



maxia
EDITORIAL



CMYK C70 M16 Y34 K1
RGB R71 G163 B170
HEX #47a3aa
PANTONE P 125-5 C



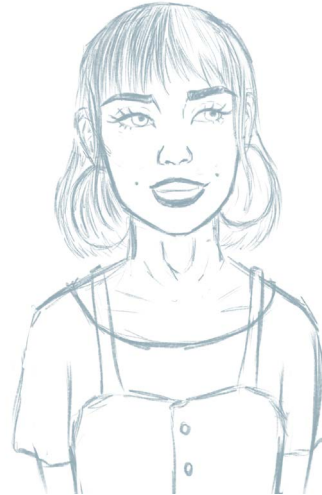
CMYK C93 M50 Y50 K49
RGB R70 G67 B76
HEX #00434c
PANTONE P 126-16 C

La magia de leer

El libro ilustrado

Una vez desarrollada la parte de la identidad decidimos empezar con el libro ilustrado. Lo primero que nos planteamos fue la creación de una historia completamente nueva, que envuelva la magia y se adapte perfectamente a lo que buscamos transmitir desde la editorial. Esta fue una idea que se desarrolló durante un tiempo, e incluso se llegaron a realizar una gran cantidad de ilustraciones, en torno a desarrollo de personajes, paisajes, habitaciones de los protagonistas, e incluso una propia ilustración del libro. Sin embargo, ésta fue descartada, pues no se podía asegurar un manuscrito de alta calidad, lo que afectaría a la idea general de la que se quiere partir con la editorial.

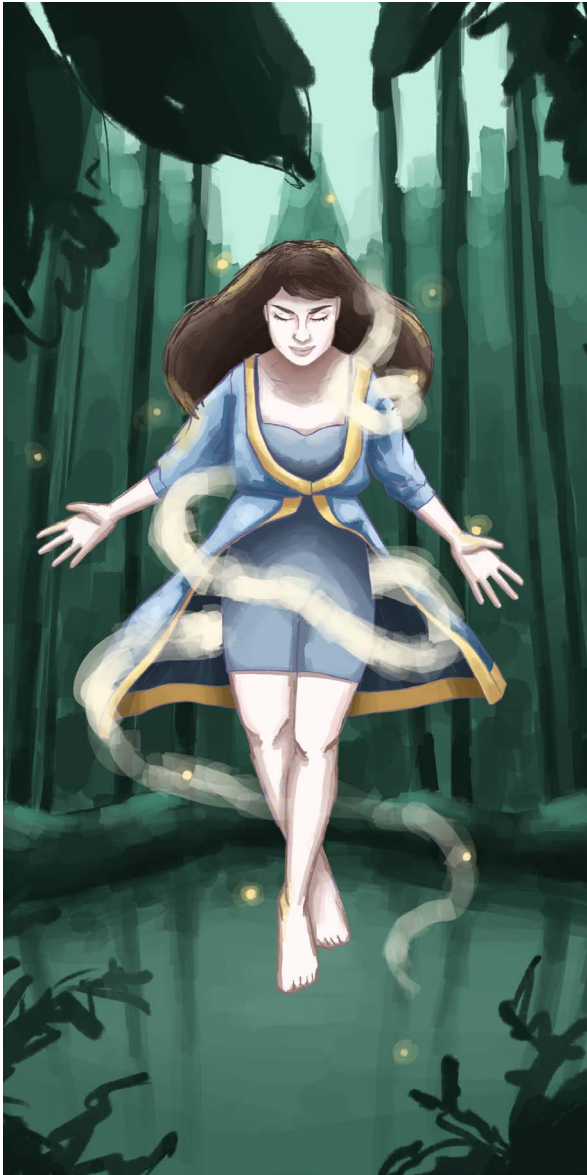
Otras vías de conseguir relatos de buena calidad, es optar por cuentos que estén libres de derechos, y con estos realizar una nueva edición con la intención de aportar algo nuevo. Después hice un pequeño estudio de aquellos cuentos que podrían cuadrar con la edad del público, objetivo y temática, libros como “El mago de Oz”, “Ana de las Tejas Verdes”, “El Castillo Ambulante”, o “La Colina de Watership” entre otros, fueron estudiados para elegir cuál sería el ideal para llevar a cabo, y la conclusión fue “El Principito”, debido a que es un libro conocido, que permite un rediseño visual debido a que la mayoría de las ediciones hacen uso de las acuarelas originales del autor y qué, además, es relativamente corto. Y como un segundo libro, se eligió



WYANA



RAIONCITO
DE (APRO)
(amiga)



“Alicia en el País de las Maravillas” para seguir con las reediciones de clásicos, y porque permite ilustrar un mundo mágico de gran tamaño.

Una vez elegidos los libros, empezamos con el diseño editorial. Este diseño se va a repetir en el resto de libros de la editorial, por lo que es importante dar con un diseño que pueda abarcar todos ellos. Teniendo en cuenta que van a ser libros ilustrados, que están dirigidos a un público juvenil, y que no son libros especialmente largos.

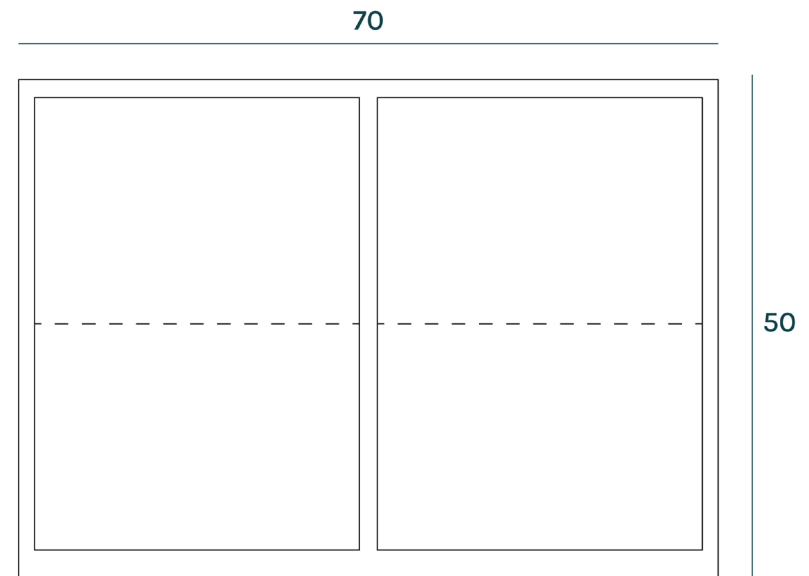
Para buscar las dimensiones adecuadas para llevarlo a cabo. Como es un libro ilustrado, buscábamos que las ilustraciones tuvieran un gran tamaño, y de esta forma podrían buscarse unas ilustraciones con mayor detalle. Finalmente, elegimos un tamaño de 16 x 23 cm.

La imposición se realizará en pliegos de 50 x 70 cm, pues este formato nos permite aprovechar al máximo su uso. En cada pliego pueden imprimirse 8 páginas en total, 4 por cada lado, y en total sobran 4 centímetros de ancho, y 6 centímetros de alto, que cubren la distancia de seguridad (1,5 cm de seguridad de la pinza, en la parte inferior, 1 cm en la contraprinza, en la parte superior, 0,5 centímetros de contrataquete, y 1 centímetro de espacio entre páginas).

Con respecto a la imposición de la cubierta, esta podría realizarse en el mismo formato, pues el lomo mide 1 cm, y el papel restante del alto se corresponde con 1,5cm, lo que significa que tras realizar este proceso, aún sobraría 0,5 cm de papel.



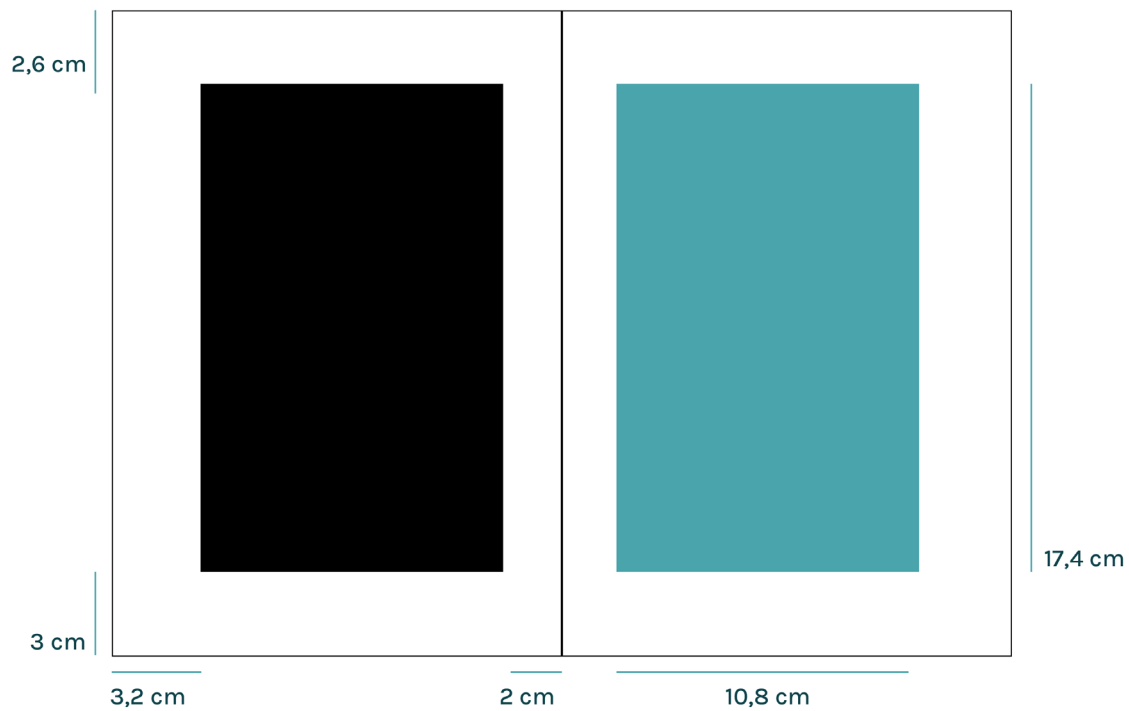
página de 16 x 23 cm



$$50 - (23 \times 2) = 4 \quad 4 - (0,5 + 1 + 0,5) = 1,5 \text{ restante de papel (alto)}$$

$$70 - (16 \times 4) = 6 \quad 6 - (1,5 + 1) = 3,5 \text{ restante de papel (largo)}$$

Para el diseño de interiores, buscamos dejar un amplio espacio en los márgenes, para que el texto luciera más. Primero aplicamos el método diagonal, para encontrar un tamaño que nos gustase, y posteriormente decidimos editarlo, decidiendo bajar 16 mm la parte inferior, y ampliando 1 mm el interior de la mancha, para conseguir una mancha más amplia. Las medidas finales de la mancha se corresponden con 2,6 cm en la parte superior; 3 cm en la parte inferior; 2 cm en el interior, y 3,2 cm en el exterior.



Para el texto decidimos utilizar una tipografía serifa, “merriweather”, pues es una serifa que permite una alta legibilidad en textos largos, y que no tiene grandes contrastes que permite dar una mayor visibilidad para aquellas personas que tengan dificultades a la hora de leer (como puede ser la dislexia, o problemas de visión). Merriweather nace como un proyecto por Sorkin Type, un diseñador tipográfico formado en Massachusetts, e incluso tiene una versión de esta tipografía en palo seco.

El texto seguido está formado por la merriweather con un peso regular, con 10 puntos de tamaño, y 15 puntos de interlineado. De esta forma la mancha que se crea es agradable de leer, y permite una alta legibilidad. Para empezar los capítulos, subí el tamaño de la primera letra para crear una capitular, que ocupa dos líneas de tamaño. Para aquellos capítulos que empiezan con guión, realicé este mismo proceso en las dos primeras letras, y para los capítulos que empiezan con guión y un signo de exclamación, utilicé el procedimiento en las tres primeras letras.

Merriweather

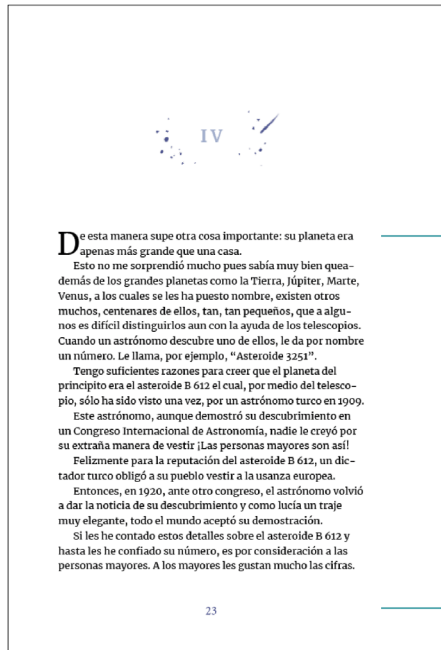
A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

á é í ó ú

1 2 3 4 5 6 7 8 9

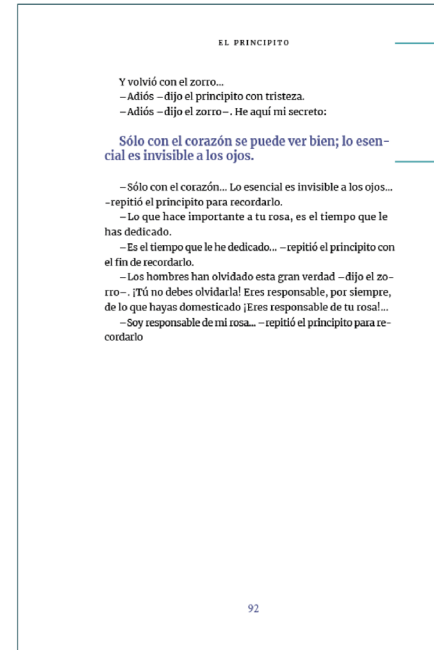
“ ¡ ¿ ? ”

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



Merriweather regular
10 pt
interlineado
15 pt

Merriweather regular
12 pt

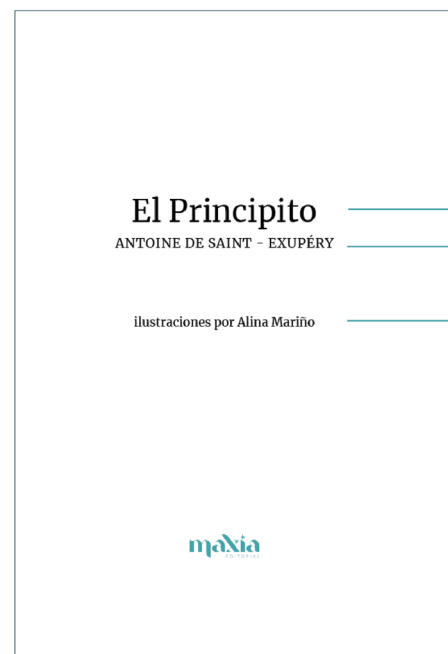


Merriweather versalitas
10 pt

Merriweather bold
12 pt
interlineado
15 pt



Merriweather regular
8 pt
interlineado
15 pt



Merriweather regular
30 pt

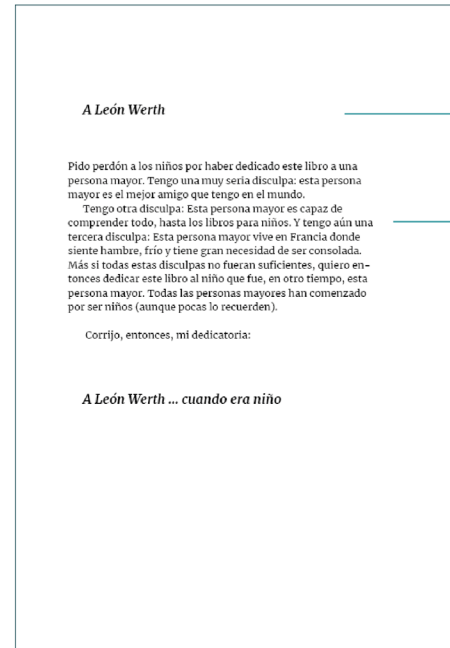
Merriweather regular
13 pt

Merriweather regular
12 pt

Cada capítulo está numerado con números romanos, con un color azul pastel sacado del cielo de las ilustraciones utilizadas. Este número está puesto con la tipografía merriweather, en versalitas, con 24 puntos de tamaño, y aumentando el tracking, para hacerlo más vistoso. Al lado de cada numeración, hay una pequeña ilustración a modo de decoración, y además, introducción de lo que ocurre en el capítulo, pues por ejemplo, cuando el principito conoce la serpiente, esta es la ilustración superior; o cuando llega a la tierra, la ilustración son montañas, etc.

La numeración de las páginas se encuentra abajo centrada con la caja de texto, utiliza la misma tipografía con un cuerpo de 12 puntos, y en la cabecera está escrito el nombre de la obra (en la izquierda), y el autor (en la derecha), también utilizando la misma tipografía, pero en versalitas, con 10 puntos, y abriendo el tracking, para que esté cohesionado todo.

Finalmente, para destacar aquellas partes del principito que son importantes, frases tan conocidas como "Sólo con el corazón se puede ver bien; lo esencial es invisible a los ojos.", o "¡Niños, atención a los baobabs!", se utiliza la tipografía merriweather, con el peso bold, con 12 puntos, y en un color azul. De esta forma se consigue diferenciar estos momentos de todo el texto, y permite darle la importancia que tiene dentro del cuento. Los dos colores utilizados salen de las ilustraciones del libro.



Merriweather bold italic
13 pt

Merriweather bold
10 pt
interlineado
14 pt



CMYK C81 M71 Y17 K3
RGB R76 G82 B141
HEX #4c528d
PANTONE P 103-14 C



CMYK C41 M27 Y10 K0
RGB R164 G176 B205
HEX #a4b0cd
PANTONE P 108-10 C

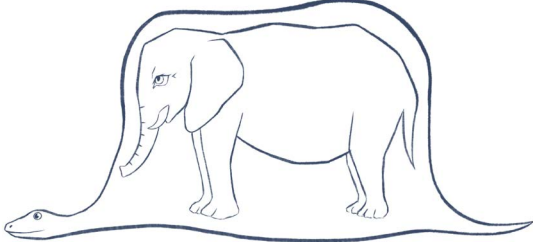
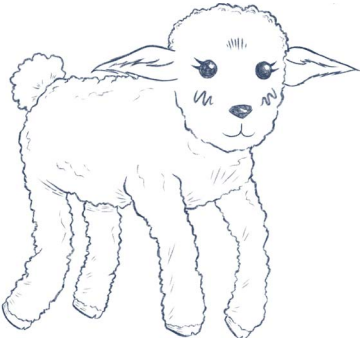
Las ilustraciones fueron desarrolladas con la herramienta procreate. Antes de empezar el libro se hicieron unas primeras ilustraciones para tantear la ropa de los personajes, el estilo, el planeta del principito, los colores, etc. La primera idea se basaba en reutilizar la idea del principito original pero con nuevas ilustraciones, utilizando la ropa blanca con las bota violetas, sin embargo, decidí descartar esta idea debido a que, pese a darle pequeños nuevos detalles, como una chaqueta de estrellas, estaba repitiendo el mismo libro, y eso no le daba ningún valor a la creación.

Por este motivo, decidimos darle una vuelta y empezar a bocetar de cero, llegando a la conclusión de que sería muy interesante hacer un principito acorde con la actualidad, por este motivo, vestimos al protagonista con un peto corto y una camiseta amarilla, y con unos tenis muy llamativos siguiendo las modas que existen hoy en día y la importancia que se le da al calzado. Todo el principito está envuelto en unos colores vibrantes, donde el azul pastel y el amarillo son los principales ya que hacen juego con el rubio de su pelo y el violeta de sus ojos.

El azul y el amarillo son muy utilizados en toda la historia, pues tenemos el azul oscuro en la galaxia, el azul claro en todos los fondos que son de día, y por supuesto, el amarillo en las ilustraciones del desierto creando de esta forma una cohesión visual en todo el libro.

Este estilo de ilustración convive en el mismo libro con otro estilo de ilustración completamente distinto. Este es a línea, monocromo, y hecho con un pincel que imita la textura del lápiz. Este cambio se debe a que, en

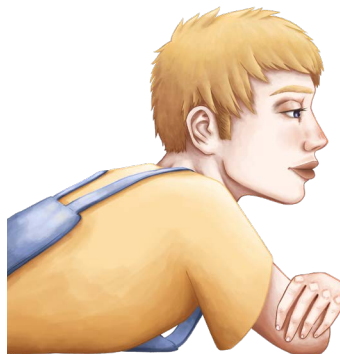




el inicio del libro, el autor (que es el narrador del libro) explica cómo desde pequeño lo desanimaron a dibujar pues no era algo importante como por ejemplo las matemáticas, y que por eso solamente sabía dibujar una serpiente con un elefante. Esta narrativa se repite en la parte en la que el principito le pide que le dibuje un cordero pues en ese momento el autor todavía no “sabía dibujar”, sin embargo, cuando empieza a hablar del principito, dice que lo dibujó “años más tarde”, y en esta ilustración ya se utiliza el estilo a color, para dar a entender al público que después de su experiencia en el desierto con el principito, decidió volver a pintar, que era algo que le gustaba, y mejoró hasta el punto de poder crear las ilustraciones del libro.

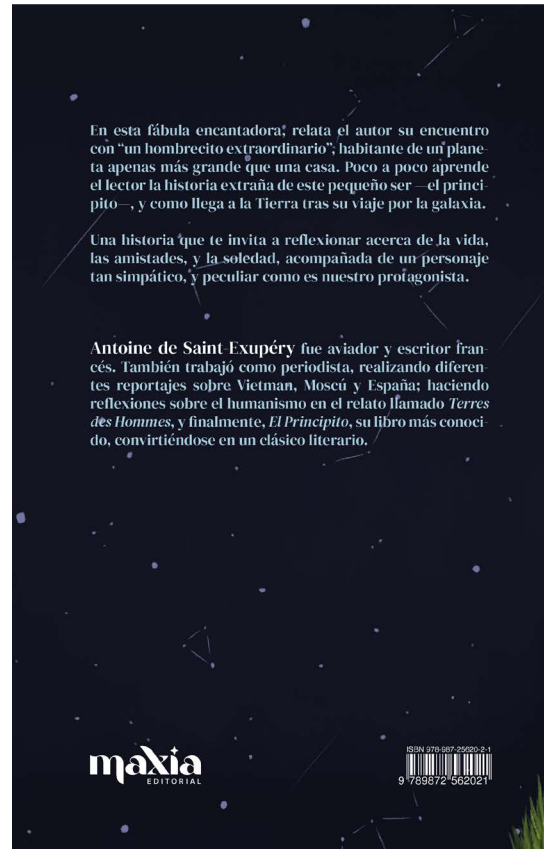
La gran mayoría de las ilustraciones son a sangre, es decir, utilizan todo el tamaño de la página, y las ilustraciones emotivas que además son puntos claves del desarrollo de la historia, son a doble página para agrandar este sentimiento, como por ejemplo, cuando está viendo las puestas de sol porque está triste; cuando habla con el eco y no recibe respuesta, para reforzar su soledad; cuando se hace amigo del zorro y corren juntos por las praderas; y finalmente, la última página cuando se despide de su único amigo humano. Finalmente, algunas ilustraciones son la mitad de la página y sin fondo.

Para la portada, decidí crear una ilustración a color con el mismo tipo de ilustración que existe en el interior. En esta ilustración, se observa al principito sentado en su planeta mirando hacia un lateral y con una pequeña sonrisa. La intención de la ilustración es transmitir dulzura, pues el principito no deja de ser un niño pe-

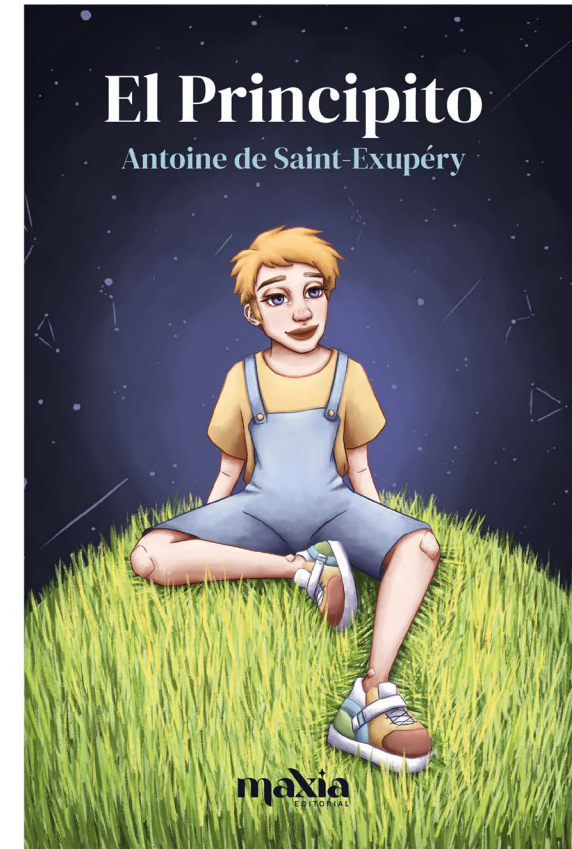


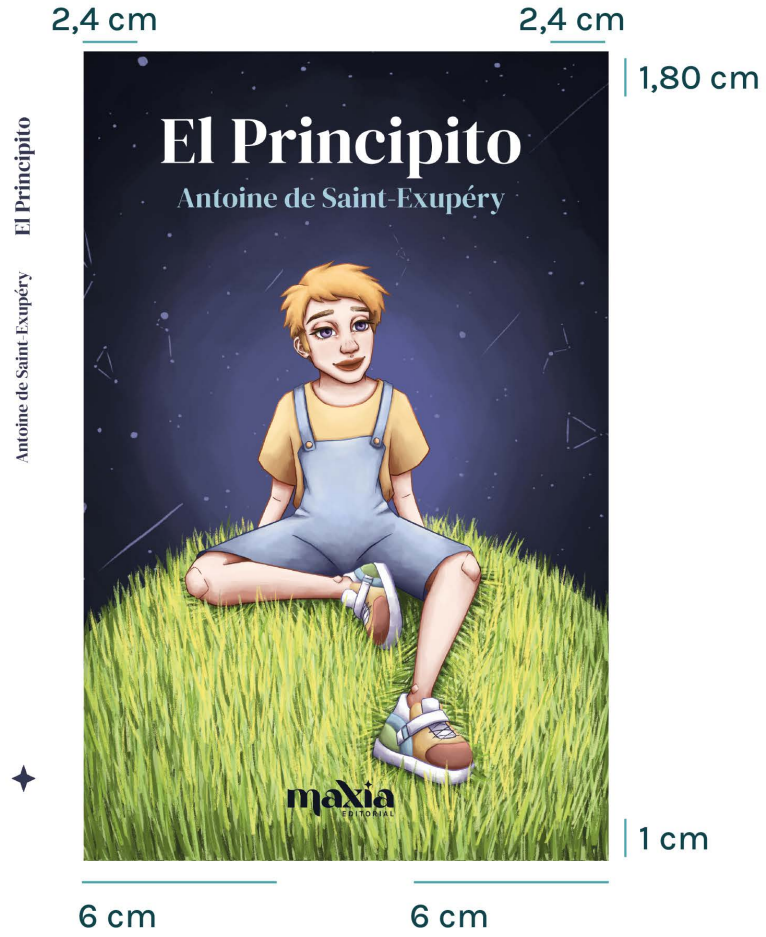
queño, curioso, y que provoca ternura. El planeta, lleno de hierba, se extiende por el lomo hasta la parte de atrás, igual que ocurre con el fondo de la galaxia, que se utiliza en toda la portada como un patrón.

Para la portada utilicé una tipografía diferente, aunque también serifa, ésta se corresponde con la DM Serif Display, con 55 puntos para el título y 24 para el nombre del autor. En la parte inferior, centrado, se coloca la editorial, y para el lomo se da uso de la estrella de cuatro puntas utilizada en la identidad. Para el resumen en la parte posterior, se hace uso de la misma tipografía con 12 puntos de tamaño, y 14 de interlineado, y finalmente, para el código de barras, se integra dentro de la portada, eliminando la parte blanca exterior, y utilizando un color acorde con la portada. Finalmente, se le añade una franja blanca en el lomo que ocupa 1 centímetro la portada y contraportada, con el fin de que los libros tengan una mayor distinción a simple vista, se mire en la dirección que se mire. Para que esta franja no sea agresiva, se destacan algunas portadas del libro con blanco, como por ejemplo ocurre con la editorial en la parte posterior, o el nombre del autor.

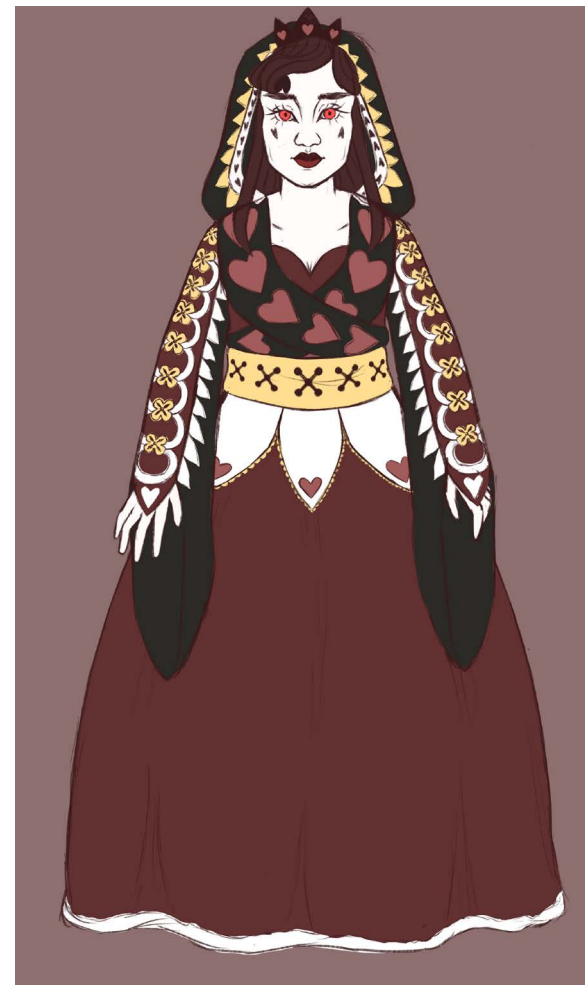


Antoine de Saint-Exupéry
El Principito





Este segundo libro es un producto en proceso dentro de la editorial y está planteado para su creación en un futuro. Para Alicia se crearon los bocetos de los personajes más importantes, dotándolos de una idea más presente, como se hizo con el principito, un ejemplo de esto es que la propia Alicia, en vez de vestido, lleva unos pantalones anchos, aunque con una camiseta haciendo reminiscencia al vestido original, haciendo uso de unas mangas anchas y un cuello grande. Por otra parte, también tiene un parche de un conejo en el pantalón, y unas horquillas en el pelo, para darle un aspecto de niña.



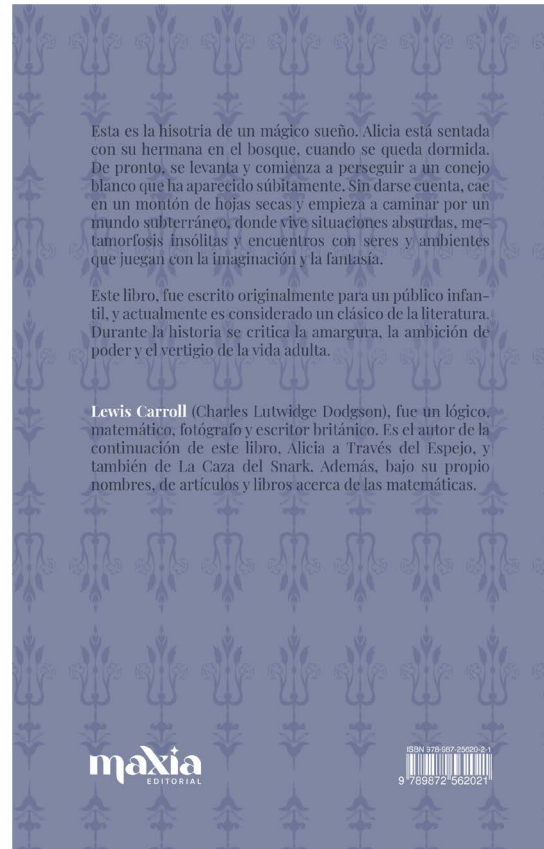


Para Alicia en el País de las Maravillas también se crearon dos portadas, la primera, sigue el planteamiento y composición del Principito, pues tiene al protagonista en la primera parte, y un patrón que continúa de fondo en el resto del libro. En este caso, está Alicia a contraluz mirando hacia un lateral, la derecha, de donde proviene la luz, buscando al conejo blanco, que se encuentra entrando por una puerta que parece un marco a a su derecha. De esta forma se muestra el juego del “pilla-pilla” que se desarrolla en el libro, donde Alicia, al mirar hacia la derecha, que significa el futuro, lo que va a pasar, da una pequeña pista de lo que va a ocurrir en el libro, creando más énfasis a esta situación, colocando el punto de luz dentro del marco. Para el fondo, ilustramos un patrón que recuerda a las paredes clásicas, que se repite por toda la portada

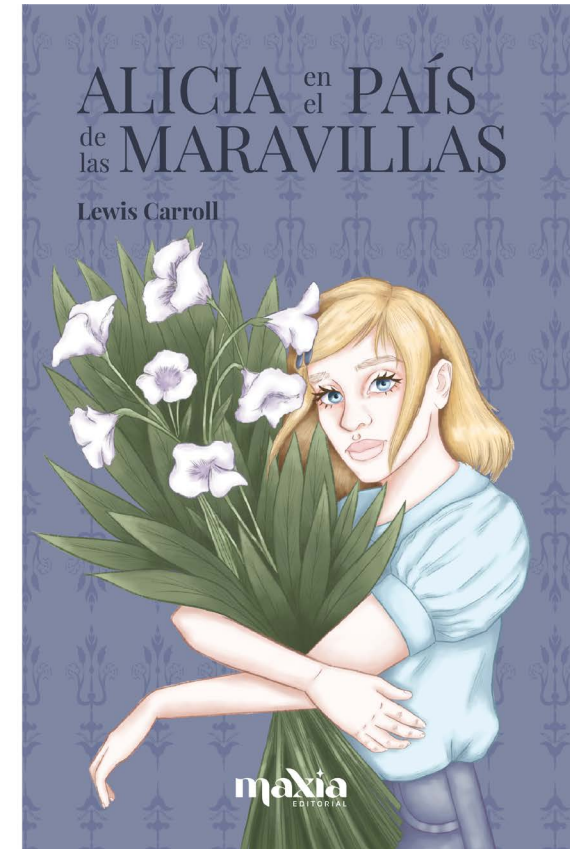


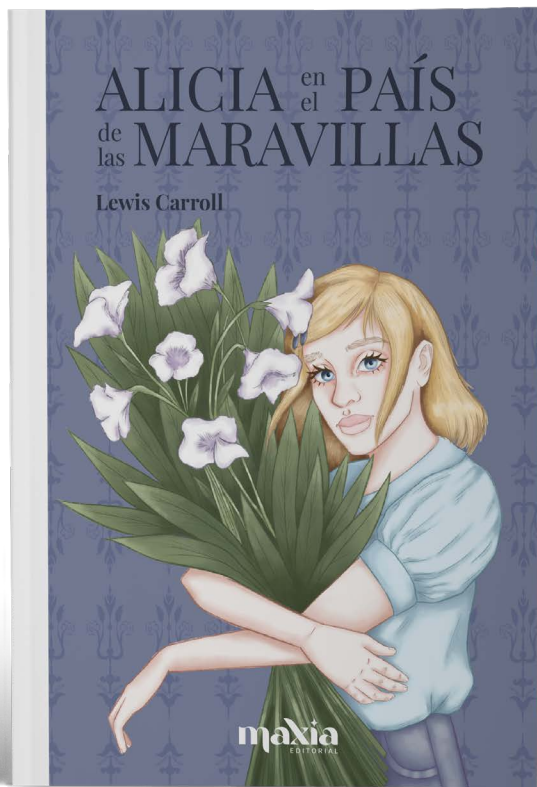
Tras realizar la primera portada, decidimos experimentar y buscar una segunda idea. Queríamos plantear a Alicia más cercana, como ocurre con el principito, y tal vez, incluso llegar a transmitir dulzura. Por este motivo elegimos una ilustración donde se le ve con elementos de la naturaleza, con delicados rasgos, y mirando al público con inmensos ojos azules. El fondo sigue la misma estructura pero esta vez con un color de la ilustración, concretamente el del pantalón, para crear armonía. Además, se añade una franja blanca y se destacan ciertas palabras con blanco, al igual que ocurre en la portada de el Principito. Finalmente decidimos quedarnos con la segunda idea como portada.

Para la tipografía de la portada, elegimos una script, en este caso más fina, la Playfair Display, con 55 puntos, y en regular, y luego el nombre del autor en la misma tipografía, con el peso bold, y 18 puntos. La composición, lo mismo que las medidas de la portada, son iguales que las que se utilizan en el principito, para mostrar una continuidad en los proyectos de la editorial.



Lewis Carroll Alicia en el País de las Maravillas





Página web

Para la creación de la página web, hicimos uso de la herramienta gratuita Wix. Para ésta utilizamos la tipografía Karla y las ilustraciones de la identidad que habíamos usado previamente. En el inicio, hicimos un carrusel con noticias y hablando de los libros, posteriormente, pusimos tres pequeñas introducciones a las diferentes páginas de la web, con su respectivo botón, para llamar a la persona a moverse por la página.

La primera pestaña se corresponde con “Nosotros”, donde hablamos de la dirección e intención de la editorial y presentamos a los fundadores. Dentro de “Nosotros” hay una página dedicada completamente a los ilustradores, pues es una parte fundamental de nuestra editorial, y donde se encuentra una pequeña descripción suya, y un portfolio de sus obras.



La siguiente pestaña es “Libros”, donde se resumen los libros de la editorial, es decir Alicia en el País de las Maravillas, y El Principito, y se presenta a los protagonistas.

En la pestaña “Vosotros”, se habla de la importancia del público, y de cómo valoramos el trabajo de nuestro público, por eso dedicamos una pestaña entera a los trabajos que envían de los lectores, dibujando nuestro propio diseño de personajes, junto con una casilla para enviar los dibujos al final.

La última pestaña se corresponde con la tienda, que nos permite comprar de forma online nuestro producto.

El link para acceder a la página web es el siguiente: <https://maxiaeditorial.wixsite.com/home>



Inicio Nosotros

Nuestra tienda

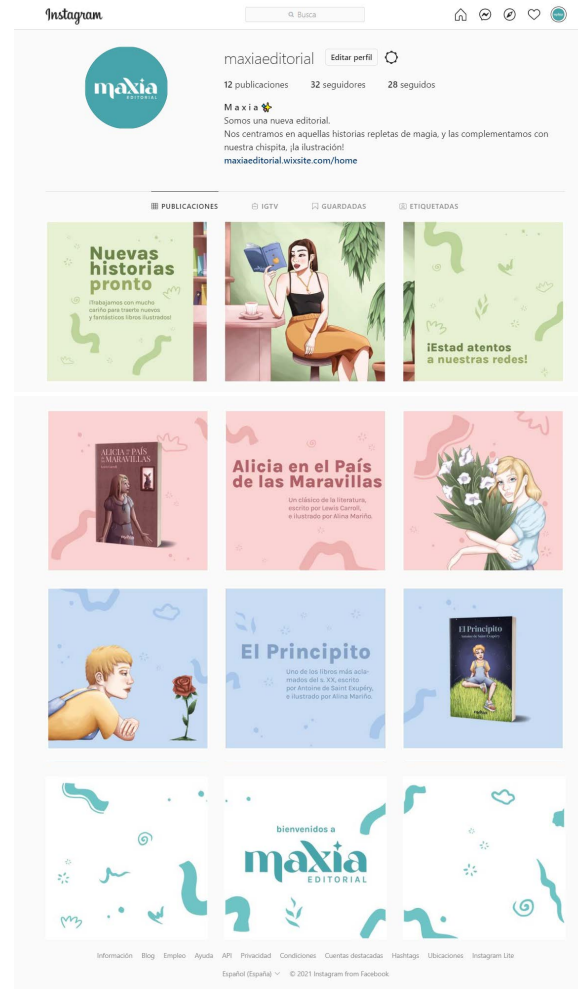


El Principito de Antoine de Saint-Exupéry
20,00 €



Alicia en el País de las Maravillas, por Lewis Carroll
20,00 €

Por otra parte, con la intención de darnos a conocer, y tener una presencia amplia en redes, decidimos abrir una cuenta en Instagram. En ésta se realizan una serie de publicaciones haciendo uso del “grid” que ofrece Instagram, que coloca las publicaciones en una fila de tres. De esta forma, podemos conseguir hacer grandes publicaciones, que llamen la atención y tener un Instagram con una buena presentación. Para la foto de perfil, se utiliza el logo en negativo, con el fondo del color corporativo, pues de la otra forma el logo no llegaba a destacar con la interfaz blanca de Instagram.



Papelería corporativa y merchandising

Para complementar la elaboración de la identidad, decidimos elaborar papelería corporativa. Concretamente, realizamos una hoja de carta dina4, con su correspondiente sobre DL, unas tarjetas de visita, y un sobre bolsa para envíos de libros. Además, para cerrar los sobres de envíos se diseñó una pegatina rectangular con las esquinas redondeadas a modo de “agradecimiento”, para colocarla encima de la apertura, y así añadir una pequeña seguridad extra, y unas pegatinas, en este caso redondas, con ilustraciones de los libros como regalo por la compra. Toda la papelería está diseñada con un estilo similar, y la pegatina de agradecimiento hace uso de unos diseños de ilustración planas, que se utilizan en otros materiales, como la página web, o el sobre manila. Finalmente, una pegatina rectangular, con decoración exterior, con la finalidad de escribir el destinatario encima.





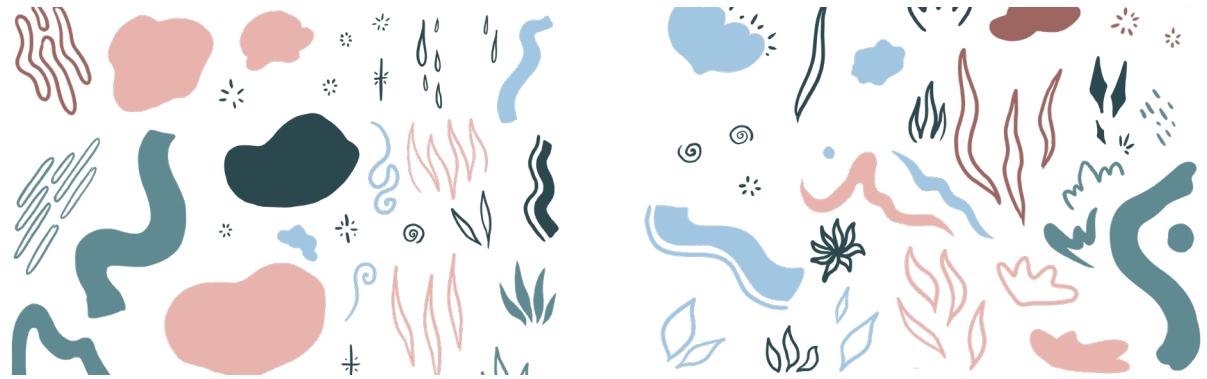
maxia
EDITORIAL

W

C/ San Pablo, ed. Blanco
38202 La Laguna Tenerife
maxiaeditorial@gmail.com
679 11 11 11
www.maxiaeditorial.com

la magia de leer

Como la editorial se basa en la ilustración, decidimos realizar una serie de ilustraciones planas que se repiten a lo largo del trabajo como parte de la identidad. Éstas proporcionan un aspecto juguetón y juvenil, y crean un ambiente más cercano con el público. Para complementar el desarrollo gráfico de la editorial, también se desarrolla una ilustración similar a la de los libros, de una chica leyendo, con la finalidad de que los lectores se pueda sentir representados.



También se realizaron tarjetas de visita, utilizando las ilustraciones planas como decoración para la parte posterior. Hay cuatro tipos de tarjetas, la primera es de la editorial en general, la segunda de la directora, la tercera diseñadora, y finalmente, la cuarta es directora administrativa. Para completar esta tarjeta, se utiliza el eslogan “La magia de leer”, en la parte inferior derecha.



Elisa Martínez
Directora

C/ San Pablo, ed. Blanco
38202 La Laguna Tenerife
maxiaeditorial@gmail.com
679 11 11 11
www.maxiaeditorial.com

La magia de leer

Julieta Martínez
Directora Administrativa

C/ San Pablo, ed. Blanco
38202 La Laguna Tenerife
maxiaeditorial@gmail.com
679 11 11 11
www.maxiaeditorial.com

La magia de leer

Ainara Díaz
Diseñadora

C/ San Pablo, ed. Blanco
38202 La Laguna Tenerife
maxiaeditorial@gmail.com
679 11 11 11
www.maxiaeditorial.com

La magia de leer

C/ San Pablo, ed. Blanco
38202 La Laguna Tenerife
maxiaeditorial@gmail.com
679 11 11 11
www.maxiaeditorial.com

La magia de leer

Tanto la papelería como el merchandising hacen uso de la tipografía corporativa, es decir, la tipografía Karla, en distintos tamaños, y pesos. Y también se hace uso del eslogan, con la misma tipografía, pero utilizada en itálica.

Karla regular

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

á é í ó ú
1 2 3 4 5 6 7 8 9
“!¿?”

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

Aa1 Aa1 Aa1 Aa1 Aa1 **Aa1**
Karla extralight Karla light Karla regular Karla medium Karla bold Karla extrabold

Aa1 Aa1 Aa1 Aa1 Aa1 **Aa1**
Karla extralight italic Karla light italic Karla regular italic Karla medium italic Karla bold italic Karla extrabold italic

Para los eventos enfocados para dar a conocer las editoriales, se realizó un folleto que explica nuestro trabajo y describe a los personajes protagonistas de nuestros libros, en este caso el Principito, y Alicia. Este folleto es de un tamaño de 24 x 20,5 cm con la finalidad de que entre dentro de un dina 4 y sea fácil su producción. El folleto se dobla por la mitad dos veces por lo que queda con una portada y una contraportada y al abrirlo tenemos el texto seguido, imitando un libro. Finalmente al desdoblar la última parte, nos encontramos con la ilustración de los personajes y las redes de la editorial.



Qué hacemos

Hasta ahora tenemos publicadas dos obras, pero muchas más están en camino.

En la actualidad estamos reeditando clásicos, y añadiendo unas ilustraciones con una temática moderna, para enfocar estas desde un punto de vista distinto, y que los jóvenes que adquieran uno de estos libros puedan sumergirse en estas historias hasta el punto de pensar que podrían ser ellos mismos.

Por otra parte estamos trabajando en historias propias, intentando dar voz a nuevos autores que quieran compartir con el público sus magníficas ideas.

Si tienes interés en nuestros libros, puedes encontrarlos en las grandes librerías, dispersas por todos los puntos de España. También puedes adquirir nuestros libros de forma online, en nuestra página web.

www.maxiaeditorial.com

¡No te olvides de buscarnos en redes para no perderte nuestras nuevas publicaciones!

El Principito

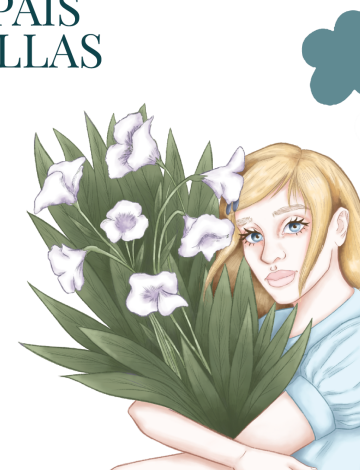
Una historia clásica con ilustraciones completamente nuevas.

Un libro lleno de emociones y de color, con un aura encantadora.

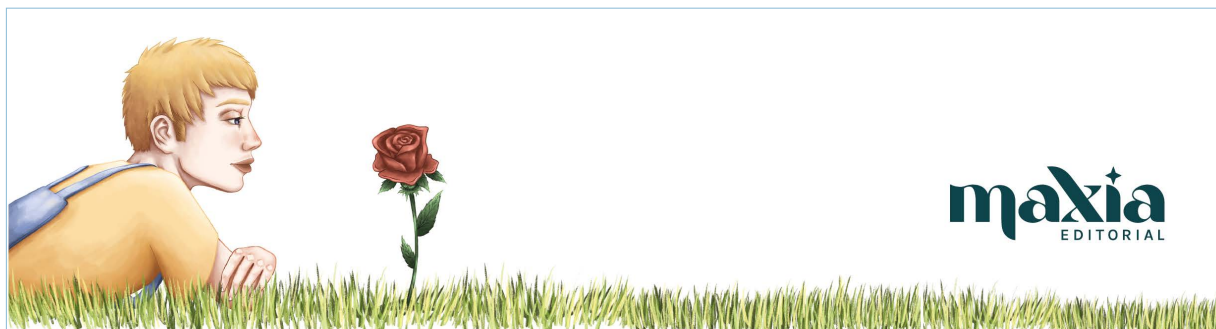
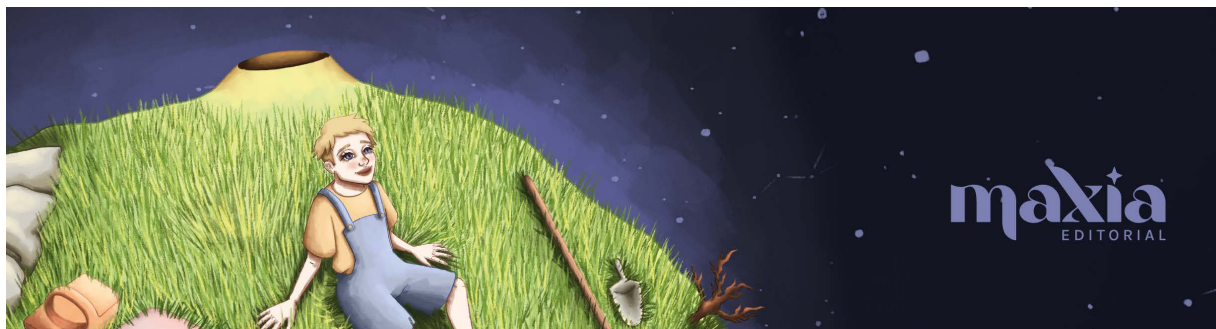


ALICIA en el PAÍS de las MARAVILLAS

Una increíble aventura narrada junto a unas brillantes ilustraciones, que te harán dentrarte en la madriguera.



Como regalo para las tiendas, y los envíos por correo, se diseñan una serie de marca páginas. Para estas se utilizan dos ilustraciones del principito, una de ellas es más simple, el principito con la flor, y un fondo blanco; y la otra es más colorida, y es el principito tumbado sobre la hierba en el espacio, esto se debe a que, según el tipo de personas, prefieren un marcador más simple, o con más color.



C/ San Pablo, ed. Blanco,
12345 La Laguna, Tenerife

maxiaeditorial@gmail.com

679 11 11 11

www.maxiaeditorial.com




La magia de leer

Otro regalo diseñado para los puntos de venta físico se corresponde con la bolsa de papel, su finalidad es que al comprar el libro, te lo metan directamente en la bolsa con la identidad, pues las bolsas son una forma más de marketing, llaman la atención y gustan a las personas porque siempre se pueden reutilizar.



Finalmente, la creación de un cartel para promocionar el principito. Este mide 50 x 70 cm, y tiene en el fondo una ilustración central que se corresponde con el principito en su planeta, y encima el título en grande del libro. En la parte inferior, un mock up del libro junto con un pequeño texto introductorio al libro que solo se lee al acercarse al cartel, y en la izquierda el nombre de la identidad.

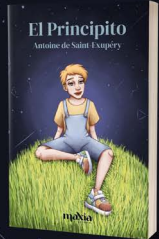


El Principito

Antoine de Saint-Exupéry

Si te gustan las historias cortas, con grandes aventuras y unos colores brillantes, ¡este es tu cuento!

En esta historia conocemos la vida de "El Principito", y como decide emprender un viaje gigante para encontrar un amigo verdadero.



maxia EDITORIAL

¡Disponible en librerías!

End



Conclusión

Conclusión

Tras un año de esfuerzo este proyecto llega a su fin, siendo mi primer trabajo de larga duración. Durante este tiempo he aprendido en grandes cantidades, pues ha sido un reto constante que me ha obligado a tener que superarme con cada cosa que hacía.

Un ejemplo de ello son las ilustraciones, desde septiembre a julio ha habido un crecimiento exponencial, hasta el punto que al ver ilustraciones de años pasados, parecen de una persona completamente distinta. He tenido que dibujar fondos, animales, flores, e incluso hierba, y me he visto obligada a experimentar con los colores, la luz, e intentar desarrollar un estilo de dibujo, para que el resultado fuera coherente. También ha sido un reto que el protagonista se pareciera en todas las ilustraciones, pues era un miedo que tenía antes de empezar a bocetar el libro, pero viendo el resultado, creo que funciona en su totalidad. Por otra parte, hacer una identidad era algo que me aterraba por mi falta de práctica, y llevó mucho tiempo de esfuerzo e intentos, pero finalmente estoy contenta con el resultado.

Durante estos meses han habido una gran cantidad de altibajos, y unos bajos muy profundos, donde no sabía muy bien hacia dónde ir, o aparecían ganas de dejarlo todo a la mitad y empezar de nuevo, pero al final del proyecto, prefiero quedarme con todo lo positivo que me ha aportado. Y estoy segura que en unos años lo miraré, y pensaré ese gran escalón con el que me tope, valió la pena.

Bibliografía y webgrafía



Bibliografía y webgrafía

LIBROS

- Chaves Corrales, P.B. (2009). Libro electrónico. Dialnet. Recuperado de <https://dialnet-unirioja-es.accedys2.bbt.ull.es/servlet/articulo?codigo=3044139>. Revisado el día 10/09/2021.
- Epstein, J. (2001). La industria del libro: pasado, presente y futuro de la edición. Anagrama. Revisado el día 10/09/2021.
- García Rodríguez, A. & Gómez Díaz, R. (2019). ¿Leer con los oídos?: audiolibros y literatura infantil y juvenil. Anuario ThinkEPI. Recuperado de <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2019.e13c01>. Revisado el día 10/09/2021.
- Gil, M. & Gómez, M. (2016). Manual de edición: guía para estos tiempos revueltos. La marca editora. Revisado el día 10/09/2021.
- Pimentel, M. (2007). Manual del editor. Berenice. nd. (nd.) Edicions 62. Edicions 62. Recuperado de <https://www.planeta.es/es/edicions-62>. Revisado el día 10/09/2021.
- nd. (nd.) Prensa, impresos, lectura en el mundo hispánico contemporáneo. PILAR. Recuperado de https://books.google.es/books?id=fqwSwDUwPB-MC&pg=PA283&lpg=PA283&dq=Centro+de+la+Propiedad+Intelectual+barcelona+1900+libro1&source=bl&ots=hr6MGb_WT7&sig=ACfU3U2Q-G4175Tv3CgOD9DrobzAswRstpA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewj139eS6YftAhVUDWMBHQttCCwQ6AEwB-noECAEQAg#v=onepage&q=Centro%20de%20la%20Propiedad%20Intelectual%20barcelona%201900%20libro1&f=false. Revisado el día 10/09/2021.

ARTÍCULOS DE INTERNET

- Badosa, D. (2020). Los tres tipos de editoriales: tradicional, coedición y autopublicación. Daniel Badosa. Recuperado de <https://danielbadosa.com/diferencias-coedicion-autopublicacion/>. Revisado el día 10/09/2021.
- Bru, I. (2018). ¿Sabemos exactamente qué es la ilustración?. ¿? ILUSTRANDO DUDAS. Recuperado de <https://ilustrandodudas.com/articulo/sabemos-que-es-exactamente-la-ilustracion-definicion/>. Revisado el día 10/09/2021.
- Calero, M. (2018). Ilustrando un texto. Metodología y organización. ¿? ILUSTRANDO DUDAS. Recuperado de <https://ilustrandodudas.com/articulo/ilustrando-un-libro-de-texto-metodologia-y-organizacion/>. Revisado el día 10/09/2021.
- Cerdá, S. (2018). PUBLICACIONES DIGITALES: LAS MEJORES HERRAMIENTAS. Rayitasazules. Recuperado de <https://www.rayitasazules.com/publicaciones-digitales-las-mejores-herramientas/>. Revisado el día 10/09/2021.
- Cerdá, S. (2016). PUBLICACIONES DIGITALES ¿QUÉ SON?. Rayitasazules. Recuperado de <https://www.rayitasazules.com/publicaciones-digitales-que-son/#:~:text=Una%20publicaci%C3%B3n%20digital%20es%2C%20en,%2C%20smartphones%2C%20eReaders%2C%20etc>. Revisado el día 10/09/2021.
- Editorial Calíope (2017). Guía para escritores VI: la evolución en el mundo editorial. Calíope Editorial. Recuperado de <https://www.editorialcaliope.com/mundo-editorial/>. Revisado el día 10/09/2021.

- Eguaras, M. (2014). El enigma del anticipo para el autor en los contratos de edición. Mariana Eguaras: Consulta Editorial. Recuperado de <https://marianaeguaras.com/el-enigma-del-anticipo-para-el-autor-en-los-contratos-de-edicion/#:~:text=En%20resumen%2C%20el%20anticipo%20es,los%20ejemplares%20que%20se%20imprimir%C3%A1n..> Revisado el día 10/09/2021.
- Eguaras, M. (2018). La distribución de libros impresos: el rompecabezas de los autores y los editores. Mariana Eguaras: Consulta Editorial. Recuperado de <https://marianaeguaras.com/la-distribucion-de-libros-impresos-el-rompecabezas-de-los-autores-y-los-editores/>. Revisado el día 10/09/2021.
- Greta P. (2021). What Are Grotesque Fonts? History, Inspiration and Examples. Creative Market. Recuperado de <https://creativemarket.com/blog/grotesque-fonts>. Revisado el día 10/09/2021.
- Josué. (2019). Cómo crear las ilustraciones perfectas para tu libro. viveLibro. Recuperado de <https://www.vivelibro.com/blog/2019/03/19/crear-ilustraciones-perfectas-libro/>. Revisado el día 10/09/2021.
- Josué (2018). ¿Qué tamaño y tipo de papel elijo para mi libro?. viveLibro. Recuperado de <https://www.vivelibro.com/blog/2018/12/11/tamano-tipo-papel-elijo-libro/>. Revisado el día 10/09/2021.
- Lyons, D. (2020). ¿Cuántas personas hablan español en el mundo y en qué países se habla?. La revista de Babel. Recuperado de <https://es.babel.com/es/magazine/cuantas-personas-hablan-espanol-y-donde-se-habla>. Revisado el día 10/09/2021.
- Martín, E.M. (nd.). Qué es un libro electrónico eBook. Consumoteca. Recuperado de <https://www.consumoteca.com/electronica/ebook/>. Revisado el día 10/09/2021.
- Pérez, M. (2021). Definición de Libro. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/libro/>. Revisado el día 10/09/2021.
- Statista Research Department (2021). Adolescencia: temáticas más consumidas en España 2019. Statista. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/912353/tematicas-mas-consumidas-por-los-adolescentes-espana/>. Revisado el día 10/09/2021.
- Statista Research Department (2021). América Latina y el Caribe - Datos estadísticos. Statista. Recuperado de <https://es.statista.com/temas/5605/america-latina-y-el-caribe/#:~:text=Actualmente%2C%20hay%20cerca%20de%20480,habitantes%20seg%C3%BAn%20estimaciones%20de%202020>. Revisado el día 10/09/2021.
- Vázquez, S. (nd.). Audiolibros. digital-editorial. Recuperado de <https://digital-editorial.com/audiolibros/>. Revisado el día 10/09/2021.
- nd. (2019). ¿Cuáles son los tipos de papel para los libros y cómo escoger el más conveniente?. eldiarioTorrelavega. Recuperado de <http://www.eldiariotorrelavega.es/articulo/comunicados/cuales-son-tipos-papel-libros-escoger-mas-conveniente/20190125185141011885.html>. Revisado el día 10/09/2021.
- nd. (2015). Definición de ilustración y tipo de ilustraciones. Arteneo. Recuperado de <https://www.arteneo.com/blog/definicion-de-ilustracion-y-tipos-de-ilustraciones/>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) El origen de los manuscritos. Orbis Mediaevalis. Recuperado de <https://orbismedievalis.com/el-origen-de-los-manuscritos/>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) El romance paranormal. LITERATURA SM. Recuperado de <https://es.literaturasm.com/romance-paranormal>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) Encuadernación cosida: Principales características y técnicas. marcaprint. Recuperado de <https://blog.marcaprint.com/encuadernacion-cosida-principales-caracteristicas-y-tenicas/>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España. Cegal: librerías de España. Recuperado de <https://www.cegal.es/documentacion/sector-del-libro/habitos-de-lectura-y-compra-de-libros-en-espana/>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) Imprimir un libro: todo lo que necesitas saber. tregolam. Recuperado de <https://www.tregolam.com/2017/05/que-debes-saber-imprimir-un-libro/>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (2011). La CDU: Clasificación Decimal Universal. TiraBUZón. Recuperado de <http://blog.biblioteca.unizar.es/la-cdu-clasificacion-decimal-universal/>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) La novela de aventuras. LITERATURA SM. Recuperado de <https://es.literaturasm.com/novela-de-aventuras>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) La novela de ciencia ficción. LITERATURA SM. Recuperado de <https://es.literaturasm.com/novela-de-ciencia-ficcion>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) La novela distópica. LITERATURA SM. Recuperado de <https://es.literaturasm.com/novela-distopica#gref>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) La novela fantástica. LITERATURA SM. Recuperado de <https://es.literaturasm.com/novela-fantastica>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) La novela gótica. LITERATURA SM. Recuperado de <https://es.literaturasm.com/novela-gotica>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) La novela policíaca. LITERATURA SM. Recuperado de <https://es.literaturasm.com/novela-policiaca>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) Listado editoriales cuentos y álbumes ilustrados infantiles en España. El lobo ilustrado. Recuperado de <http://elloboilustrado.es/editorialescolaboradoras/>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) Los cuentos de hadas. LITERATURA SM. Recuperado de <https://es.literaturasm.com/cuentos-de-hadas>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (2016). Los géneros literarios. LITERATURA SM. Recuperado de <https://es.literaturasm.com/somos-lectores/generos-literarios>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (2017). ¿Porqué es tan importante la ilustración?. Arteneo. Recuperado de <https://www.arteneo.com/blog/ilustracion-cursos-ilustracion-madrid/>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) Revista Hipótesis. Universidad de La Laguna. Recuperado de <https://www.ull.es/portal/cienciau-ll/revistahipotesis/>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd). Tipos de encuadernación. IberLibro.com. Recuperado de <https://www.iberlibro.com/libros-antiguos-raros-coleccion/guia-coleccionista-libros/tipos-encuadernacion.shtml>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) Tipos de encuadernación: Guía completa para resolver dudas. marcaprint. Recuperado de <https://blog.marcaprint.com/tipos-de-encuadernacion-guia-completa-para-resolver-dudas/>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (2015). Tipos de papel - Diferencias entre estucados y offset. Imprenta Online. Recuperado de <https://www.imprentaonline.net/blog/tipos-de-papel-diferencias-entre-estucados-y-offset/>. Revisado el día 10/09/2021.

DOCUMENTOS

— Bordonaba Juste, V., Bravo Gil, R., Melero Polo, I. & Pina Pérez, J.M. (2019). Observatorio de la librería. Recuperado de <https://www.cegal.es/wp-content/uploads/2019/11/Observatorio-de-la-Librer%C3%ADa-2019.pdf>. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) CLASIFICACIÓN NACIONAL UNIVERSAL - CDU - . Comisión Nacional Protectora de Bibliotecas Populares. Recuperado de https://www.conabip.gob.ar/sites/default/files/clasificacion_decimal_universal_o_cdu.pdf. Revisado el día 10/09/2021.

— nd. (nd.) La imprenta de Gutemberg. Recuperado de https://dpto.educacion.navarra.es/materialespiml/04ccss_files/10-2C-04LaImprentadeGutemberg+.pdf. Revisado el día 10/09/2021.



MANUAL

TRABAJO DE FIN DE GRADO
Alina Mariño Fernández
Tutorizado por Javier Cabrera Correa
Grado en Diseño 2017 - 2021, Universidad de La Laguna



Maxia editorial, y la magia de ilustrar cuentos juveniles.

Alina Mariño Fernández

Tutor Javier Cabrera Correa
Grado en Diseño
Curso 2020 / 2021
Facultad de Bellas Artes
Universidad de La Laguna

Índice

1. Introducción	152		
2. Identidad corporativa.....	154		
2.1. Naming			
2.2. Conceptualización de la marca			
2.3. Construcción de la marca			
2.4. Versiones en positivo, negro, y escala de grises			
2.5. Área de protección			
2.6. Convivencia con otras marcas			
2.7. Tamaño mínimo de reducción			
2.8. Tipografía corporativa			
2.9. Colores corporativos			
3. Papelería corporativa.	169		
3.1. Hoja de carta			
3.2. Sobre DL			
3.3. Sobre manila			
3.4. Tarjeta de visita			
4. Papelería corporativa y merchandising.....	176		
4.1. Marca páginas			
4.2. Pegatinas			
4.3. Folleto			
4.4. Bolsa de papel			
4.5. Pegatinas			
4.6. Folleto			
4.7. Bolsa de papel			
4.8. Cartel			
5. Mockups.....	184		
6. Ficha técnica.....	187		

Introducción

En este manual se recogen aquellos elementos que conforman la identidad de “Maxia Editorial”. La finalidad es especificar las medidas, composición, gama cromática y las normas de uso para aquellas personas que deseen utilizar esta marca en algún momento.

Estas pautas están creadas para que el uso de la marca sea coherente en todo momento, y así no generar mensajes confusos, ni transmitir mensajes equivocado.

Identidad corporativa



Naming

Tras decidir la trayectoria de nuestra editorial, es decir, que está enfocada a un público juvenil, basada en la ilustración, y tratando temáticas relacionadas con la fantasía, decidí que sería acertado seguir el camino de lo fantástico para hallar el nombre.

Por otra parte, decidí utilizar palabras en gallego, pues es una cultura con un gran peso cultural basado en la mitología, siendo conocidos, incluso fuera de la comunidad, fenómenos como la “Santa Compañía”, y las “meigas”. Esto refuerza el sentimiento de “editorial nacional”, porque es un idioma perteneciente a la comunidad española.

Finalmente, decidí optar por la palabra “maxia”, pues esta es similar al castellano, lo que permite que se pueda entender en el resto de la península, sin embargo el uso de la “x” llama mucho la atención, y representa en gran medida al gallego, porque esta es una letra que se pronuncia de una forma distinta que el castellano, pronunciándose como una “sh”, y que podemos ver en otras palabras como Sanxenxo, xogar (jugar), etc. La palabra “maxia” se complementa con el eslogan, “La magia de leer”, para reforzar la comprensión de la propia palabra.



Conceptualización de la marca

Tras un estudio para elegir la mejor formalización de la identidad, se llegó a la conclusión que para la conceptualización de la marca lo ideal era elegir una tipografía como base, y posteriormente hacerle variaciones para hacerla más semejante a los valores de la editorial.

La tipografía elegida pertenece a la categoría decorativa, "Giovany Regular", y es interesante por sus formar redondeadas, y su gran contraste entre los trazados.

Tras elegir la tipografía, decidimos modificarla. Se hicieron varias pruebas jugando con las altas y las bajas de la tipografía, para añadir un poco más de interés a este, hasta llegar el resultado, donde se alarga el último trazo de la "m", invadiendo el lugar de las bajas, y alargando el primer trazo de la "x" hacia las altas, para crear un contraste. Para que esta modificación fuera armónica, modificamos la "m", para que su trazo fuera idéntico al de la "x", y estuviesen puestos a la misma distancia del cuerpo de la tipografía. Para darle un toque mágico, se diseñó una estrella de cuatro puntas, con un cuerpo un poco más alto que ancho, para que fuera estéticamente interesante, y se pudiera poner de mayor tamaño entre las letras.

La estrella sirve como una segunda versión de la marca, un isotipo, y esta sirve para colocarla en el lomo de los libros de la editorial. De esta forma, con un simple vistazo, se puede reconocer la editorial del libro.

maxia
EDITORIAL

Marca



Isotipo



Construcción de la marca



Versiones en positivo, negro,
y escala de grises



maxia
EDITORIAL

The logo features the word 'maxia' in a bold, black, serif font with a small star above the 'i'. Below it, the word 'EDITORIAL' is written in a smaller, black, all-caps, sans-serif font.

maxia
EDITORIAL

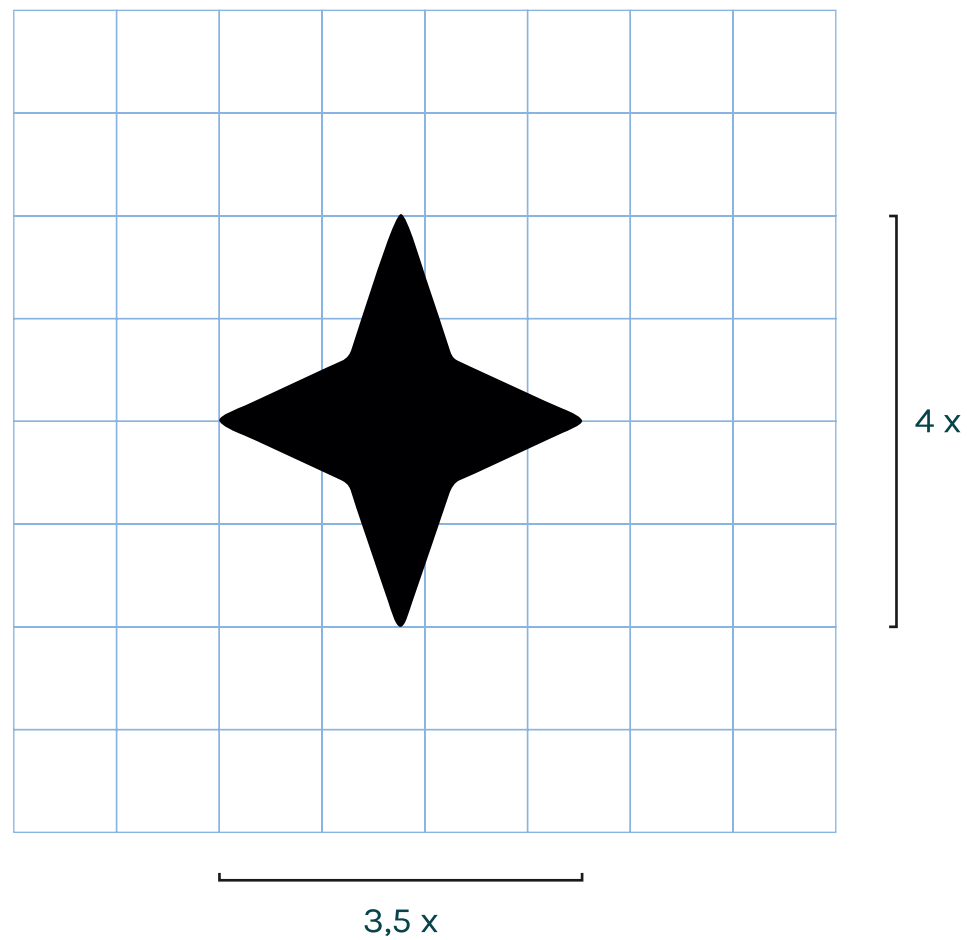
The logo features the word 'maxia' in a bold, white, serif font with a small star above the 'i'. Below it, the word 'EDITORIAL' is written in a smaller, white, all-caps, sans-serif font.

maxia
EDITORIAL

maxia
EDITORIAL

maxia
EDITORIAL

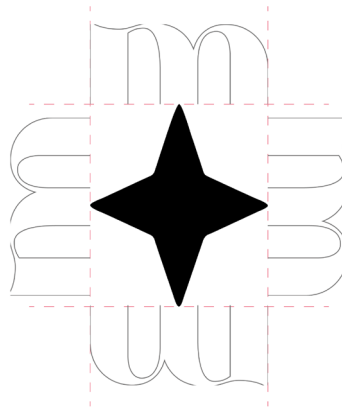
Versión secundaria de la marca



Área de protección

La zona de protección sirve para proteger la visibilidad de la marca en todo momento. Esta distancia debe ser respetada en todo momento, para el correcto uso de la identidad, y no debe interferir ningún elemento ajeno a la marca en este espacio.

Para crear el área se elige la “m” de “maxia”, pues esta, al igual que la “x”, son los elementos de mayor tamaño en la identidad, y la “m” al ser más larga que la “x”, permite visualizar mejor este área. Para el isotipo, decidí partir esta “m” por la mitad, para que el área de protección sea más adecuado a su tamaño.



Convivencia con otras marcas

El área de protección nombrado anteriormente sirve para momentos como este, donde la marca tiene que convivir con otras marcas. En este caso, elegí dos editoriales similares a la nuestra, Diego Pun Ediciones, y Barbara Fiore Editora, para realizar una composición que muestra la función del área de protección.





Disposición vertical

Disposición horizontal

Tamaño mínimo de reducción



25 mm



5 mm

Tipografía corporativa

La tipografía elegida para ser la corporativa se corresponde con la utilizada en la marca para la palabra editorial, es decir, la tipografía “Karla”. Esta es tipo palo seco, y permite una gran legibilidad, además alberga una gran cantidad de pesos que nos sirven para crear jerarquías en las distintas aplicaciones.

Karla
regular

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

á é í ó ú
1 2 3 4 5 6 7 8 9
“!¿?”

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

Aa1

Karla
extralight

Aa1

Karla
light

Aa1

Karla
regular

Aa1

Karla
medium

Aa1

Karla
bold

Aa1

Karla
extrabold

Aa1

Karla
extralight
italic

Aa1

Karla
light
italic

Aa1

Karla
regular
italic

Aa1

Karla
medium
italic

Aa1

Karla
bold
italic

Aa1

Karla
extrabold
italic

Colores corporativos

La marca tiene como color corporativo un azul aguamarina, pues es un color muy brillante y fresco, que transmite alegría y emociones positivas, por este mismo motivo creemos que es un color ideal para una editorial juvenil.

Como color secundario, se eligió un tono más oscuro que el tono principal. Este se utiliza para los textos, sobre todos los que son finos y tienen mucho contenido, pues en tonos oscuros permite aumentar la legibilidad y no molesta a la vista.

Con respecto a los usos, el azul marino es el que premia, al ser el principal, y el secundario se utilizará en caso de que el primero pierda visibilidad. Con respecto al uso sobre imágenes o ilustraciones, este se adaptará al fondo, incluso haciendo uso de positivos y negativos si es necesario.

Es necesario destacar, que en las portadas, la marca utilizará un color que esté implícito en la portada, para crear una armonía con la ilustración realizada.



maxia
EDITORIAL



CMYK C70 M16 Y34 K1
RGB R71 G163 B170
HEX #47a3aa
PANTONE P 125-5 C



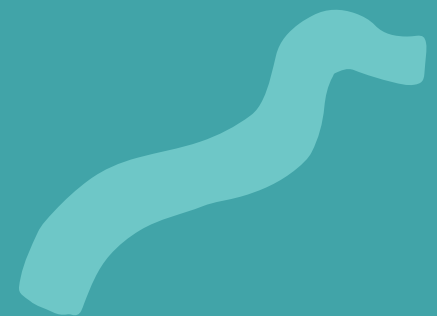
CMYK C93 M50 Y50 K49
RGB R70 G67 B76
HEX #00434c
PANTONE P 126-16 C

maxia
EDITORIAL

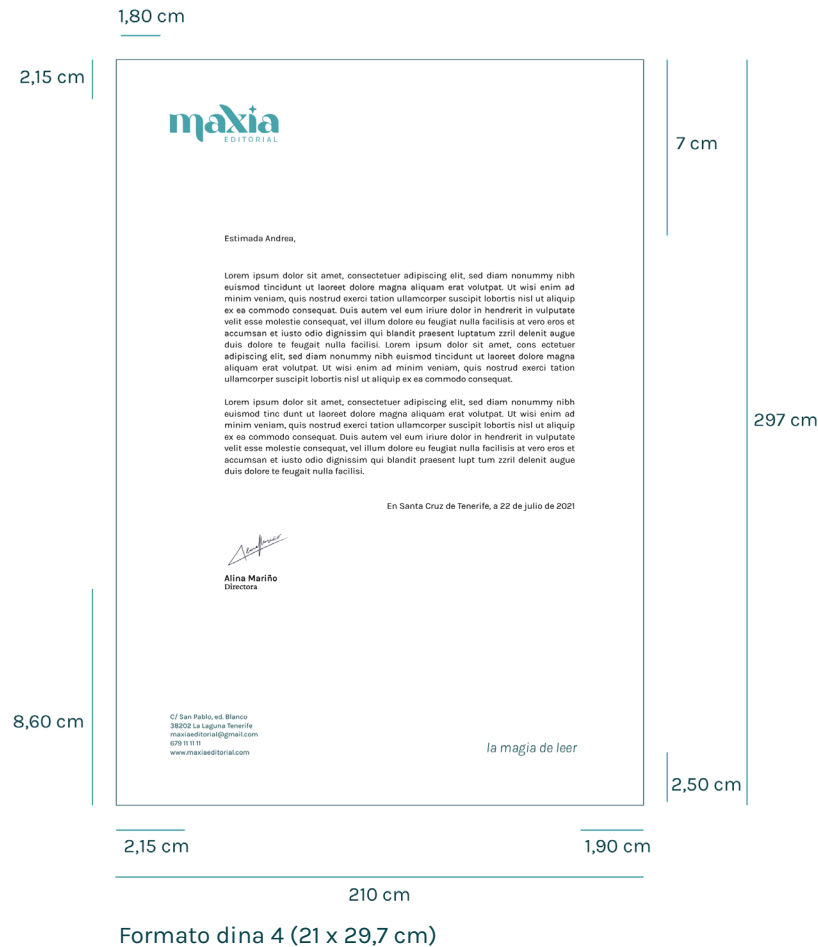
maxia
EDITORIAL



Papelería corporativa



Hoja de carta



Sobre DL





maxia
EDITORIAL

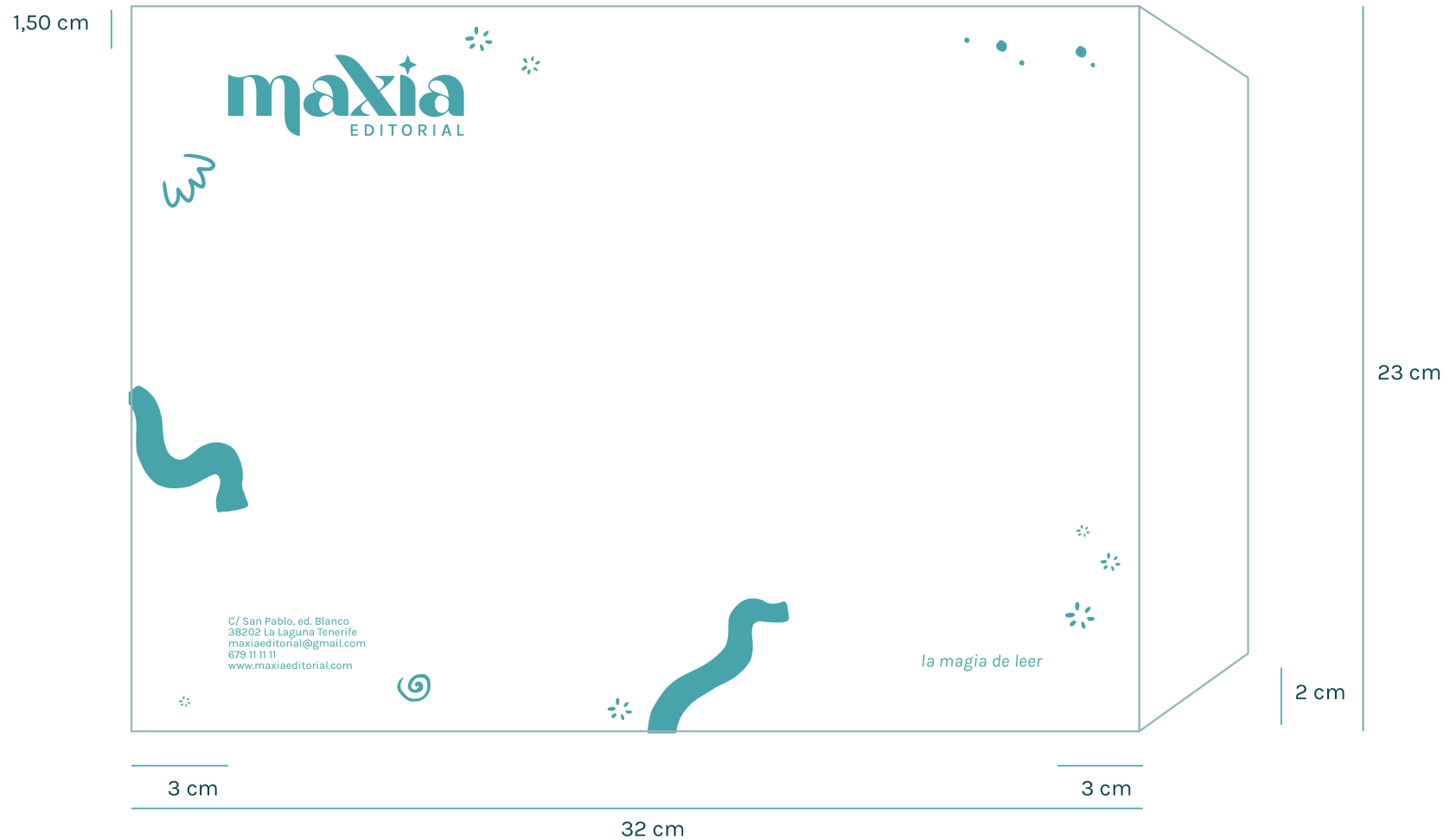
C/ San Pablo, ed. Blanco
38202 La Laguna Tenerife
maxiaeditorial@gmail.com
679 11 11 11
www.maxiaeditorial.com

la magia de leer

Karla regular
8 pt
interlineado
10 pt

Karla italic
16 pt

Sobre Manila



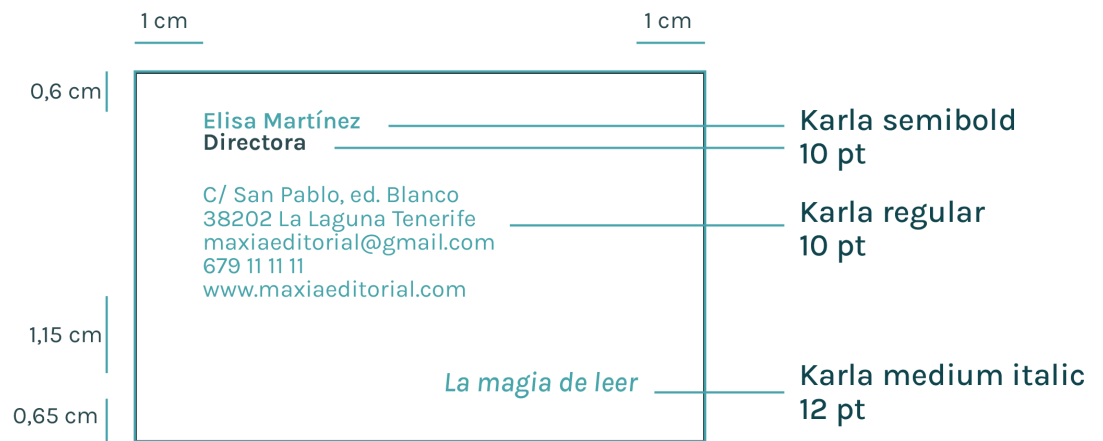


Karla regular
8 pt
interlineado
10 pt

la magia de leer

Karla italic
16 pt

Tarjeta de Visita

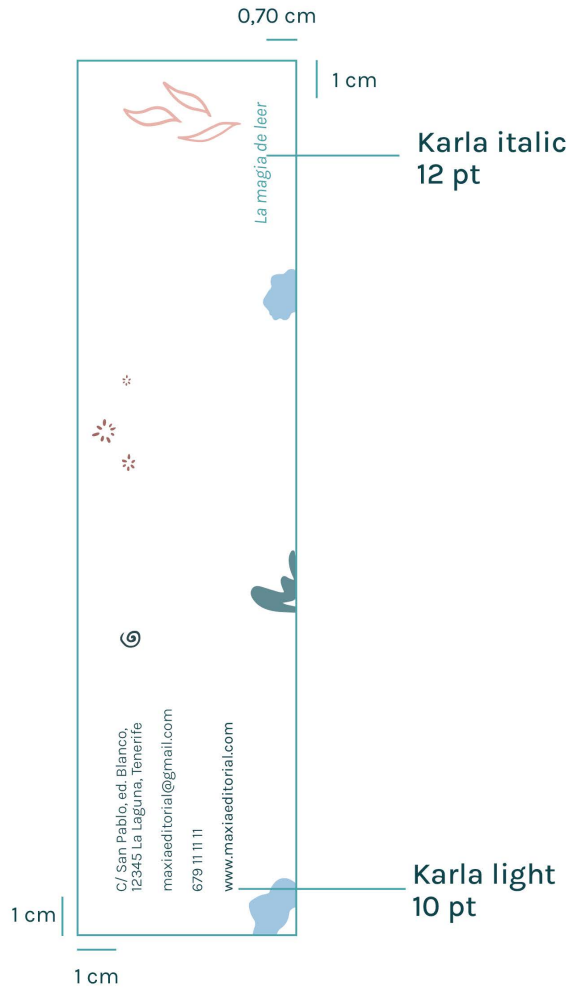
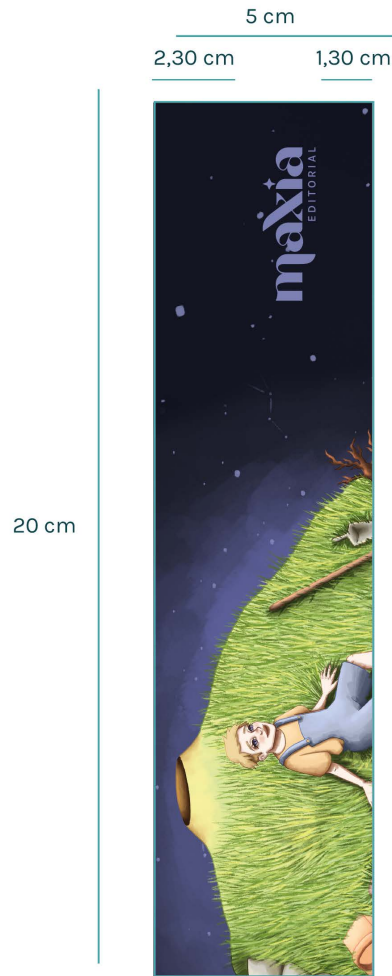




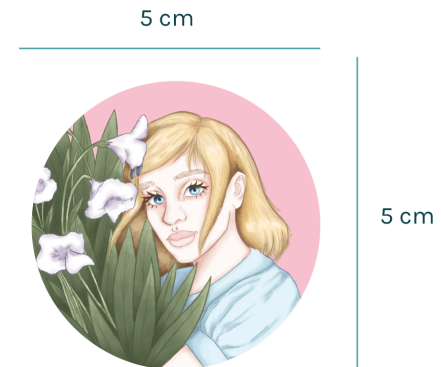
Papelería comercial y merchandising



Marca páginas



Pegatinas



Folleto

24 cm

1,5 cm

2,9 cm

1,75 cm

20,5 cm

<h2>Qué hacemos</h2> <p>Hasta ahora tenemos publicadas dos obras, pero muchas más están en camino.</p> <p>En la actualidad estamos reeditando clásicos, y añadiendo unas ilustraciones con una temática moderna, para enfocar estas desde un punto de vista distinto, y que los jóvenes que adquieran uno de estos libros puedan sumergirse en estas historias hasta el punto de pensar que podrían ser ellos mismos.</p> <p>Por otra parte estamos trabajando en historias propias, intentando dar voz a nuevos autores que quieran compartir con el público sus magníficas ideas.</p>	<p>Si tienes interés en nuestros libros, puedes encontrarlos en las grandes librerías, dispersas por todos los puntos de España. También puedes adquirir nuestros libros de forma online, en nuestra página web.</p> <p>www.maxiaeditorial.com</p> <p>¡No te olvides de buscarlos en redes para no perderte nuestras nuevas publicaciones!</p>
<h2>El Principito</h2> <p>Una historia clásica con ilustraciones completamente nuevas.</p> <p>Un libro lleno de emociones y de color, con un aura encantadora.</p> 	<h2>ALICIA en el PAÍS de las MARAVILLAS</h2> <p>Una increíble aventura narrada junto a unas brillantes ilustraciones, que te harán entrar en la madriguera.</p> 

Karla semibold 22 pt

Karla regular 10 pt

interlineado 12 pt

1,5 cm

2,5 cm



Por qué Maxia

Somos una editorial española, y al editar fantasía, buscábamos resaltar de alguna forma una señal de identidad que nos uniera con nuestro origen, por este motivo elegimos galicia como nuestro punto de partida, pues es una comunidad con una gran cantidad de mitología que está arraigada al pueblo gallego.

De todo el amplio vocabulario que nos ofrece a lengua gallega, nos decantamos por la palabra "maxia", pues esta se traduce como "magia", y hace uso de la "x", una letra muy usada en el gallego y que tiene una pronunciación distinta al castellano. Esta, pese a ser una palabra gallega, se puede entender sin ningún problema en castellano, y junto con el eslogan, "la magia de leer", esta se entiende fácilmente.

Quiénes somos

Maxia es una editorial que nace de la inquietud de compartir unas grandiosas historias, acompañadas junto a unas ilustraciones hechas con mucho cariño, para obtener como resultado unos libros de alta calidad.

Nuestra política se basa en que si a nosotros nos gusta lo que hacemos, el público va a poder observar esto en los resultados. La dedicación es lo que hace a nuestra editorial especial, pues todos tenemos una gran implicación en el proyecto.

Nuestros libros se dirigen a un público infantil y juvenil, y nuestras historias se basan en cuentos fantásticos, que permitan crecer a los niños con la misma cantidad de fantasía con la que crecimos nosotros.

La magia de leer



3,60 cm

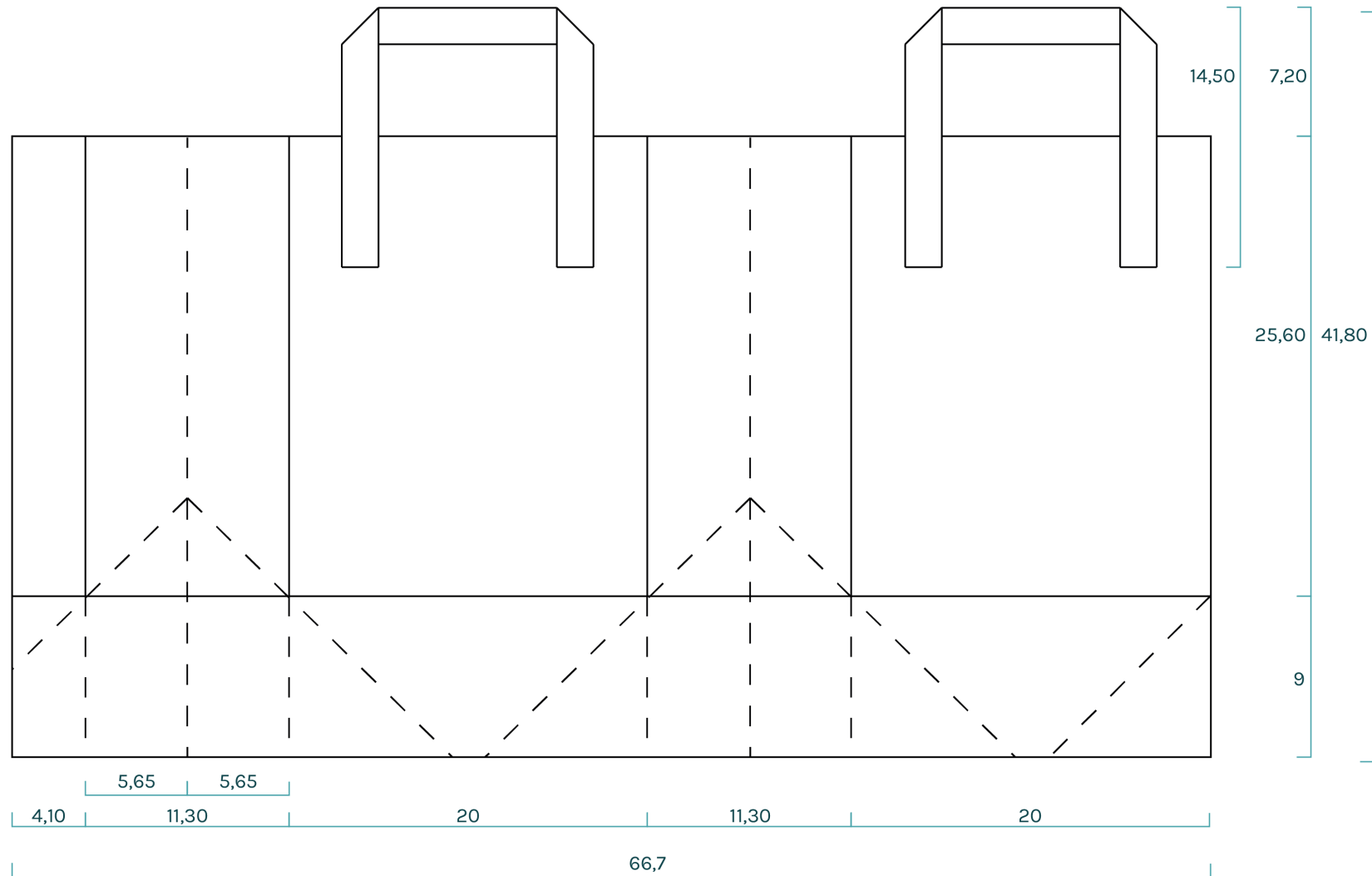
3,60 cm

1,2 cm

4,3 cm

Karla semibold italic
22 pt

Bolsa de papel



medidas en centímetros



Cartel

14,30 cm

14,30 cm

4,70 cm

DM Serif Display regular
110 pt

DM Serif Display regular
34 pt

70 cm

Karla regular
26 pt
interlineado
30 pt

Karla bold
33 pt

Si te gustan las historias cortas, con aventura, reflexiones, y unos colores brillantes, ¡este es tu cuento!

En esta historia conocemos la vida de "El Principito", y como decide emprender un viaje gigante para encontrar un amigo verdadero.

maxia

¡Disponible en librerías!

5,90 cm

5,80 cm

3,50 cm

50 cm

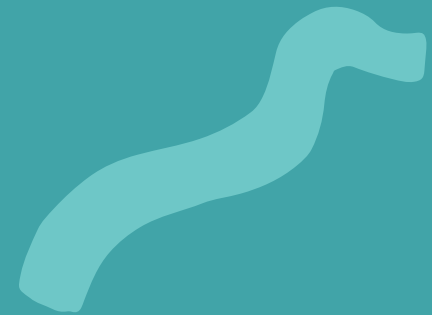
Mockups





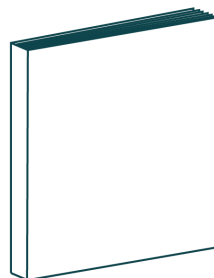


Fichas técnicas



Ficha Técnica

producto editorial: libro



dimensiones

Cubierta: Plegada 23 x 16 cm
Desarrollo 32 x 21 cm

Tripa: 23 x 16 cm

técnica de impresión

Cubierta: Digital

Tripa: Digital

tintas

Cubierta: 4 (CMYK)/0

Tripa: 4(CMYK)/4(CMYK)

manipulado

Encuadernación en tapa blanda, cubierta con laminado mate

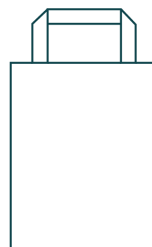
soporte

Cubierta: 300 g/m²

Tripa: 170 g/m²

Ficha Técnica

producto papelería: bolsa de papel



dimensiones

Plegada 32,8 x 20 cm
Desarrollo 66,7 x 41,8 cm

técnica de impresión

Serigrafía

tintas

4 (CMYK)/4(CMYK)

manipulado

troquelado y pegado

soporte

100 g/m²

Ficha Técnica

producto papelería: marcador



dimensiones

5,1 x 20,3 cm

técnica de impresión

Digital

tintas

4 (CMYK)/4 (CMYK)

manipulado

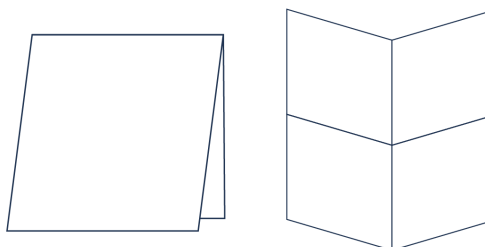
troquelado

soporte

papel offset, 150 g/m²

Ficha Técnica

producto papelería: folleto



dimensiones

Plegada 12 x 10,25 cm
Desarrollo 24 x 20,5 cm

técnica de impresión

Digital

tintas

4 (CMYK)/4(CMYK)

manipulado

plegado

soporte

100 g/m²

Ficha Técnica

producto papelería: sobre de carta



dimensiones

22 x 11 cm (DL)

técnica de impresión

Digital

tintas

4 (CMYK)/0

manipulado

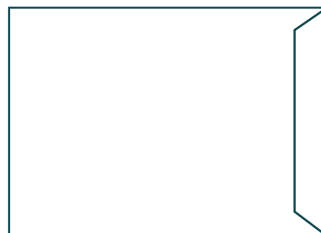
ninguno

soporte

90 g/m²

Ficha Técnica

producto papelería: sobre manila



dimensiones

32 x 23 cm

técnica de impresión

Serigrafía

tintas

1/0

manipulado

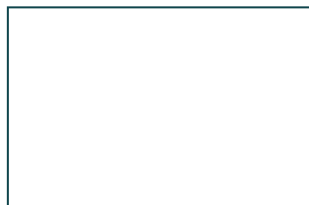
ninguno

soporte

90 g/m²

Ficha Técnica

producto papelería: tarjeta de visitas



dimensiones

8,5 x 5,5 cm

técnica de impresión

Digital

tintas

4 (CMYK)/ 4 (COMYK)

manipulado

ninguno

soporte

200 g/m²

Ficha Técnica

producto papelería: pegatinas



dimensiones

5 cm (diámetro)
9 x 5 cm
10 x 7 cm

técnica de impresión

Digital

tintas

4 (CMYK)/ 0

manipulado

ninguno

soporte

Papel adhesivo (vinilo)

Ficha Técnica

producto papelería: hoja de carta



dimensiones

29,7 x 21 cm (DIN A4)

técnica de impresión

Digital

tintas

4 (CMYK)/0

manipulado

ninguno

soporte

90 g/m²

Ficha Técnica

producto papelería: cartel



dimensiones

50 x 70 cm

técnica de impresión

Digital

tintas

4 (CMYK)/0

manipulado

ninguno

soporte

150 g/m²

