

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**Escuela de Diseño y Comunicación Visual**

Diseño editorial experimental de la obra “Delirar a Deleuze”

**PROYECTO INTEGRADOR**

Previo a la obtención del título de:

**Licenciado en Diseño Gráfico y Publicitario**

Presentado por:

Jossué Ricardo Racines Gutiérrez

Deivy Fernando Seiva Loor

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2019

## **DEDICATORIA**

Dedicado a todos aquellos que creyeron en nosotros y a los que no creyeron, aún más.

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Deivy Fernando Seiva Loor y Jossué Ricardo Racines Gutiérrez, damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”

Deivy Fernando Seiva Loor

Jossué Ricardo Racines Gutiérrez

# EVALUADORES

---

**Msc. Maria Lourdes Pilay**  
PROFESOR DE LA MATERIA

---

**Msc. Daniça Usocovich**  
PROFESOR TUTOR

## RESUMEN

En el presente informe se detalla el proceso de desarrollo de una propuesta de diseño editorial física para la obra “Delerar a Deliuze” del docente y autor PhD. Miguel Alfonso Bouhaben. Partiendo de la premisa de que el diseño gráfico sirve como herramienta de interpretación de conceptos, se analizan los textos sobre la filosofía de Guille Deleuze presentados por el autor para su posterior representación gráfica. Se tuvo en cuenta el contexto actual del mercado y se realizó un estudio etnográfico al posible usuario final, para determinar características y elementos que luego se utilizaron en el diseño del producto final.

Como resultado de este estudio se logró concatenar toda la información recabada en una propuesta de diseño acorde a las necesidades del consumidor y a las exigencias del autor del libro, conservando un carácter experimental de los métodos y técnicas usadas, además del valor estético que aporta una visión estratégica de diseño, adquirida a lo largo de la carrera como diseñadores gráficos de EDCOM.

**Palabras Clave:** Diseño editorial, filosofía, experimental.

## **ABSTRACT**

*This paper details the development process of a physic-editorial-design-proposal of the book “Delerar a Deliuze” of the professor and author PhD. Miguel Alfonso Bouhaben. Staring from the premise of graphic design can be used as a concepts interpretation tool, the Guile Deleuze’s philosophic texts presented by the author were analyzed for their further graphic representation. The actual context of the market was taken into account, as also an ethnographic study was realized to the potential final user, in order to determinate several characteristics and elements to be used into the final design.*

*As a result of this study all the collected information could be defined in a single design proposal with all concordance of the users’ needs as well the author’s expectations, without leaving aside the fundamental character of experimentation techniques and methods of the creative process, nor the esthetic value of an strategically design vision from the years of been studying this career in EDCOM.*

**Key words:** *Editorial design, philosophy, experimental.*

# INDICE GENERAL

EVALUADORES.....	4
RESUMEN.....	5
<i>ABSTRACT</i> .....	6
INDICE GENERAL .....	7
ABREVIATURAS.....	8
ÍNDICE DE FIGURAS .....	10
ÍNDICE DE ANEXOS .....	11
CAPITULO 1 .....	12
1.    INTRODUCCIÓN .....	12
1.1    Descripción del problema.....	12
1.2    Justificación del problema.....	13
1.3    Objetivos.....	15
1.3.1    Objetivo general.....	15
1.3.2    Objetivos Específicos.....	15
1.4    Marco teórico .....	15
1.4.1    Diseño Editorial.....	15
1.4.1.1    Tipos de diseño editorial.....	16
1.4.1.2    Diseño Editorial Interactivo.....	17
1.4.1.3    Diseño Editorial en el Ecuador .....	18
1.4.2    Guille Deleuze.....	19
CAPÍTULO 2 .....	21
2.    Metodología.....	21
2.1    Análisis P.E.S.T. ....	21

2.2 Entrevistas con Expertos .....	23
2.3 Observación no sistemática .....	24
2.4 Análisis de tendencias visuales. ....	25
CAPÍTULO 3 .....	28
3.1 Compendio.....	29
CAPÍTULO 4 .....	40
Conclusiones Y Recomendaciones .....	40
BIBLIOGRAFÍA.....	42
ANEXOS .....	43

## **ABREVIATURAS**

ESPOL Escuela Superior Politécnica del Litoral

UCM Universidad Complutense de Madrid.

CAP Certificado de Aptitud Pedagógica.

PEST Político, Económico, Social y Tecnológico.

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapeo PEST .....	21
Figura 2 Ejemplos de portadas en librería local .....	26
Figura 3 Referencia de portadas de libros de Deleuze.....	26
Figura 4 Análisis tipográfico de libro de filosofía .....	27
Figura 5 Portada final del libro.....	31
Figura 6 Estructura del libro .....	32
Figura 7 Producto final .....	32
Figura 8 Producto final .....	33
Figura 9 Producto final .....	33
Figura 10 Producto final .....	34
Figura 11 Producto final .....	34
Figura 12 Producto final .....	35
Figura 13 Producto final .....	35
Figura 14 Producto final .....	36
Figura 15 Producto final .....	36
Figura 16 Gráfico de encuesta .....	28
Figura 17 Gráfico de encuesta .....	29
Figura 18 Estructura del libro .....	37
Figura 19 Estructura del libro .....	38
Figura 20 Estructura del libro .....	38
Figura 21 Estructura del libro .....	39

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Análisis PEST.....	43
Anexo 2. Formato de encuesta .....	60
Anexo 3. Formato de entrevista con experto.....	61
Anexo 4. Presupuesto .....	62

# CAPITULO 1

## 1. INTRODUCCIÓN

Se puede concebir al diseño gráfico como parte de un sistema de comunicación visual, que utiliza signos (tipografía, colores y formas) para expresar una idea publicitaria, informativa o educativa; según el diseñador André Ricard, se busca «proyectar un producto para que cumpla su función del modo más adecuado y dentro de una estética acorde con su tiempo» (González Díez y Pérez Cuadrado, 2001: 21). Esta investigación tiene como propósito el desarrollo de un proyecto de diseño que logre expresar las ideas y conclusiones que realizó el Phd. Miguel Alfonso Bouhaben sobre la filosofía de Guille Deleuze, en un formato adecuado su contexto de tiempo y lugar. A continuación se explorará los elementos clave para la realización de la propuesta de diseño objeto de este estudio, así como las metodologías y procesos usados en el desarrollo del mismo.

### 1.1 Descripción del problema

Desde los años 60's el filósofo francés Guille Deleuze (1925-1995) decidió usar la palabra escrita como medio de difusión de su pensamiento. Convirtiéndose en un asiduo escritor por lo que es considerado uno de los más grandes pensadores del siglo XX. Publicó una veintena de libros filosóficos y colaboró como coautor varias publicaciones literarias. En su obra, Deleuze profundizó en una amplia gama de temas que van desde la política, la psicología y economía hasta la crítica de arte y de cine; siempre con una mirada insurgente, rebelde, analítica que no quedó libre de polémica.

La productividad que tuvo durante sus años de madurez propició que en los años posteriores a su muerte en 1995, se escribieran sobre él y su obra una infinidad de textos académicos, que cientos de artistas lo tomen como referente e inspiración y que aún hoy en día su obra se siga estudiando en diferentes ámbitos de la academia mundial.

Casi todo este material literario que tuvo como fuente la filosofía deleziana, presenta como factor común una estructura rígida que consiste en bloques de texto repetitivos y siguen un canon tradicional generalmente conformado por elementos como índice, contenido y

conclusión. Paradójicamente, los conceptos que desarrolló Deleuze a lo largo de su fructífera carrera son subversivos, críticos y antagonistas a lo establecido por el *status quo* y distan totalmente de la estructura tradicionalista.

A partir de los eventos paradójicos expuestos surge la pregunta de investigación ¿Es posible realizar una publicación literaria sobre Guille Deleuze en concordancia con los principios de su filosofía? La respuesta a esta pregunta genera el proyecto integrador que plantea una alternativa que coincida con la filosofía disruptiva de Deleuze en relación con las estructuras establecidas y rígidas que coartan la creatividad de quienes consumen y a la vez son prosumidores de nuevos bienes culturales.

Para acoger la propuesta disruptiva de Deleuze y su filosofía será indispensable entender su contexto y los fundamentos sobre los que se basan sus principales conceptos, cual es la importancia y la relevancia que tiene el autor en la historia general de la filosofía. Especialmente dilucidar cómo afectaron la manera de concebir y hacer filosofía en tiempos modernos. A la vez, se recurrirá al diseño gráfico con énfasis en la rama editorial, como herramienta para la interpretación de conceptos abstractos. Se explorarán vínculos que puedan generar una contraposición de estas disciplinas que a primera vista parecen disímiles (el diseño y la filosofía), para finalmente proponer el diseño de una editorial física con los tópicos antes mencionados.

## **1.2 Justificación del problema**

El contenido de la propuesta editorial consta de una selección de textos delezianos explicados y analizados por Miguel Alfonso desde su interpretación teórica-práctica. Por otra parte, nuestro aporte a la obra desde nuestra experticia como diseñadores, será hacer concordar dicho contenido con los elementos de diseño necesarios en la elaboración de toda propuesta editorial, que van desde el correcto uso de la tipografía hasta la diagramación, maquetación del texto y el diseño e implementación de las imágenes que se utilicen ya sean fotografías o ilustraciones.

Todo esto bajo la premisa de que la obra debe ser una propuesta para escribir sobre Guille Deleuze de una manera experimental, pero sin caer en el sinsentido, la anarquía total de la forma y el fondo, sino manteniendo un equilibrio pragmático entre el significado (en este caso el contenido de la publicación) y su significante, dicho de otra manera, diseñaremos sobre Deleuze, delezianamente. Para cumplir con ese parámetro es indispensable romper con el canon tradicional editorial, y para romperlo hay que entenderlo primero. Esto incluye a toda la concepción del libro, en su contenido y diseño.

El título de la obra será “Delerar a Deliuze” con un intercambio intencional de las letras “e” & “i” entre las palabras Delirar y Deleuze, representando el nexo existente entre el nombre del filósofo francés y uno de sus conceptos más arraigados en su trabajo: el delirio. El concepto de delirio también servirá de base para separar el contenido de la obra en tres grandes capítulos detallados a continuación: a) El delirio de los textos, donde se trabaja con la diagramación en la disposición espacial sobre el sustrato; b) El deliro de las formas, en este capítulo entra el juego la deconstrucción de las letras que conforman las palabras, un ejemplo de esto puede ser el uso de jeroglíficos o ideogramas; c) El delirio de los conceptos, en donde toma lugar un ejercicio propuesto por Miguel Alfonso consiste en cambiar elementos lingüísticos de un párrafo de Deleuze por nuevas palabras, lo que se conoce como oulipo.

En adición a esto, al final del libro presentaremos una sección de juegos lúdicos donde el lector podrá interactuar con la obra de forma delirante y podrá poner a pruebas los conocimientos adquiridos a lo largo de su lectura, experimentando así la filosofía impartida en este libro.

Con esta estructura se busca abordar temas principales de la filosofía de Deleuze de una manera diferente y dinámica contraponiéndose a publicaciones pretéritas hechas sobre Deleuze. Este esquema permitirá que los usuarios tengan una mejor experiencia al estudiar y entender el contenido, asimilando de esta forma mejor la información con la intención de despertar un mayor interés en investigar más sobre el tema.

Este proyecto concuerda con el plan nacional de promoción del libro y la lectura “José de la Cuadra”, que busca promover la lectura en el Ecuador especialmente entre jóvenes estudiantes que será el público específico de este proyecto integrador. Los profesionales del área no serán prioridad en este proyecto puesto a que sus conocimientos están basados en una forma de lectura clásica, los estudiantes sin embargo son más propensos a asimilar nuevas formas de lecturas con formatos diferentes.

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo general**

Diseñar una propuesta editorial experimental de la obra de Miguel Alfonso Bouhaben “Delirar a Deleuze”.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Analizar los postulados de Guille Deleuze seleccionados por el autor del libro.
- Identificar los elementos visuales acorde al posible grupo objetivo al que apunta la propuesta de diseño.
- Realizar una propuesta editorial centrada en la experiencia usuario.

## **1.4 Marco teórico**

### **1.4.1 Diseño Editorial**

El diseño editorial es una rama del diseño gráfico que se diferencia con las demás; como el *branding* o el *packaging* que suelen enfocarse meramente a la promoción de un producto o idea, debido a que puede ser considerado como un periodismo visual, en la medida que combina varias acciones a la vez: informar, entretener, instruir, desarrollar, comunicar. Generalmente consiste en la combinación esquematizada de dos elementos principales:

el texto y la imagen, aunque en ocasiones sólo se centre en uno de los dos exclusivamente. (Zappaterra, 2008)

### **1.4.1.1 Tipos de diseño editorial**

Según su formato y función, existen varios tipos de diseño editorial que pueden englobarse en 5 grandes categorías, todas ellas pueden presentarse tanto en ediciones impresas como en sus versiones digitales:

**a. Libro:**

Los libros pueden presentarse en una gran variedad de formas y tamaños, los hay de gran formato basados en una cuidadosa fotografía y lujosa presentación con tipografías destacadas, hasta las típicas novelas de ficción con retículas simples y sin imágenes cuya prioridad es la legibilidad. Se puede decir que varias hojas encuadradas juntas comprenden un libro mientras sigan un esquema básico: cubierta, páginas de portada, páginas preliminares (índice, introducción, etc.), cuerpo principal (sea este texto y/o imágenes) y materias finales (contenidos, glosario, bibliografía, etc.).

**b. Revistas:**

En su definición más básica, una revista es un producto editorial (combinación de texto e imágenes), creado por un equipo especializado conformado principalmente por el director de arte y el editor. Para que dicha combinación tenga éxito la política editorial de la revista, su filosofía y los valores de la marca deben estar siempre presentes en el diseño del contenido.

**c. Periódicos:**

Su principal característica es que se publican regularmente, lo que hace que en cada tiraje su contenido cambie, las historias y fotografías deben ir acorde de las últimas noticias, pero el aspecto general del periódico permanece inalterable. La principal función del periódico es informar a sus lectores manteniendo una coherencia en las estructuras de las páginas, un sistema de navegación integrado

y una legibilidad óptima son claves para un buen diseño de periódico, y se consiguen mediante la combinación de contraste, tirmo y armonía.

**d. Folletos y catálogos:**

Aunque generalmente se rigen a las mismas normas del diseño de libros, los folletos y catálogos tienen una función muy diferente. Son sobre todo herramientas de marketing creadas con el fin último de vender un servicio o producto de la empresa que los publica.

**e. Fanzines/libro de artista**

Esta categoría de editoriales se diferencia de las anteriores por su baja reproducción en masa, su reproductividad técnica es más artesanal. En el caso de los Fanzines son revistas hechas por fans para fans de algún tema en específico, de ahí su nombre *fan magazine*, pueden ser sobre arte, cultura, música, etc. En cambio los libros de artistas como su nombre lo indica son piezas tipo escultura/libro hechas por un artista plástico sobre un tema específico que generalmente son únicas e irrepetibles.

Para el caso de nuestro proyecto nos inclinamos hacia el formato del libro por sobre el de una revista especializada, ya que queremos darle a la publicación el peso académico que le puede dar el libro, empero para ser congruente con el tema a tratar le daremos un carácter experimental que pueden ofrecer las técnicas y métodos utilizados en los fanzines o libros de artistas, de la misma manera, evitaremos derivar en una obra artística única, ya que nuestro objetivo es que la publicación sea viable para reproducir en masa por una casa editorial interesada en el tema.

### **1.4.1.2 Diseño Editorial Interactivo**

Según Ahlamo (2013), la palabra interactividad proviene de la unión de la palabra griega *interagere*, donde “*inter*” significa entre y “*agere*” hacer, actuar; entonces la definición

epistemológica de interactividad sería “hacer entre”. Algo actúa entre una y otra cosa, es decir la interactividad se genera entre al menos dos agentes distintos, estos pueden ser dos personas, pero también puede existir una actividad entre persona-objeto, o hasta entre objeto-objeto. Basándonos en este concepto queremos dotar a nuestro proyecto de elementos que permita la interactividad libro-lector, es decir que exista actividad más allá de la simple lectura. Estos elementos pueden ir desde la forma en que está doblado el papel, o algún material adicional que intervenga en la lectura y provoque la participación del lector para continuar su navegación por el libro.

Adicionalmente, es en el capítulo final de juegos lúdicos donde esta interactividad cobra más fuerza. Estos ejercicios se basan en los típicos juegos infantiles que promueven la actividad motriz y cognitiva, como por ejemplo unir los puntos para formar una figura o colorear los espacios en blanco de algún paisaje, pero con giro diferente de no poner límites o directrices a los lectores, en el caso de unir los puntos hacerlo sin orden específico y ver que figura resulta, o colorear un paisaje con colores que no correspondan a la realidad.

### **1.4.1.3 Diseño Editorial en el Ecuador**

Según la Cámara Ecuatoriana del Libro en el país existen más de 40 casas editoriales, y se publican títulos tanto extranjeros como locales, en su mayoría académicos de educación media. En los últimos años se ha visto un incremento en la actividad comercial del sector editorial en comparación con las anteriores décadas, a pesar de ello en el 2017 sufrió un notable decaimiento en este rubro debido a una resección del sector económico. Este podría ser el contexto propicio para una nueva propuesta editorial, ya que el potencial público lector se encuentra abierto a las nuevas tendencias que presenta el mercado y cada vez se vuelve más exigente en calidad de contenido. El factor diferenciador en una publicación filosófica contribuye la aceptación en el mercado en una sociedad que de acuerdo a los datos que mantiene el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) de la UNESCO, en Ecuador se lee aproximadamente 0,5 libros al año por persona.

## 1.4.2 Guille Deleuze

Guille Deleuze fue un filósofo francés considerado uno de los más grandes pensadores del siglo XX con gran influencia en una variedad de campos académicos, políticos y sociales.

Nació en el seno de una familia burguesa en París el 18 de enero de 1925, tuvo un hermano mayor quien murió durante la ocupación nazi en Francia. Luego de culminar sus estudios secundarios en el Liceo Carnot, ingresa a estudiar filosofía en la Sorbona de París, fue ahí donde desarrolló la mayor parte de su carrera.

Uno de los mayores aportes que realizó a la actividad filosófica fue la introducción de la conceptualización filosófica sobre la mera reinterpretación de conceptos, es decir que, según él el rol de los filósofos consiste en inventar o producir conceptos nuevos y no solamente interpretar las premisas establecidas por sus predecesores. En este afán Deleuze desarrolló conceptos de gran trascendencia y que son parte del objeto de estudio de este proyecto, de los cuáles haremos un pequeño resumen a continuación:

**Paradoja:** Es un resumen que propone una idea opuesta a lo que se confirma, se busca causar en el espectador una percepción disparatada.

**Rizoma:** En el área de la filosofía trata de no idealizar el proceso de aprendizaje siguiendo alguna estructura popular o estándar, así como el rizoma en biología que sus ramificaciones no van en sentido vertical más bien en sentido horizontal y se expande de manera indefinida. De esa misma manera el proceso de aprendizaje debe tener ese sentido.

**Multiplicidad:** En matemática informa la cantidad de un elemento que se repite, lo describe en tan solo un símbolo. Un ejemplo sería definir la multiplicidad del número dieciocho cuyo símbolo se representa de esta manera "18", para conseguir la multiplicidad se tuvo que concretar el número 6 en repeticiones de 3. Este concepto en filosofía trata de inmiscuirse

en un elemento sea este real o no, descomponerlo y comprender sus partes logrando de esta manera una mejor comprensión de sus valores y moral esto si el objeto de estudio es una persona o de sus altos valores estéticos si lo que se estudia es algo general como un paisaje.

Esquizo análisis: La intención es ahondar en la subjetividad de una persona, esta práctica no deja exenta a la objetividad, pero la subjetividad abarca un papel relevante en este proceso, se plantea como prioridad las líneas y la unión de ideas encontrando de esta manera un sinfín de combinaciones posibles.

Aforismo: Es un mandato que define una idea de manera clara, concisa y cerrada, un ejemplo es la frase de Nietzsche.

Lo que no te mata, te hace más fuerte. - Friedrich Nietzsche

Anagramas: Los anagramas es la intersección de letras creando de esta manera nuevas palabras un ejemplo es el anagrama "Brasil" y su transformación es "Silbar"

Oulipo: Es una propuesta literaria desarrollada en los 60 esta práctica juega con la experimentación de las palabras, pero añadiendo restricciones de esta manera se logra una divertida y atrevida forma de hacer literatura. La intención no es limitar la creatividad más bien aumentarla con la presión.

# CAPÍTULO 2

## 2. Metodología

En este capítulo detallaremos las metodologías utilizadas para la obtención de información necesaria para la elaboración del producto final, así como también describir parte de los procesos implementados en base a ideas preestablecidas por diseñadores/artistas que tomamos como referencia y los descubrimientos que surgieron en el camino creativo.

### 2.1 Análisis P.E.S.T.

Instrumento utilizado para describir el macro-entorno que rodea este proyecto, en sus factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos y por ende las consecuencias que estos podrían tener en el desarrollo del mismo.



Figura 1 Mapeo PEST

Fuente: Racines & Seiva, 2018

**Análisis Político.** – En el Ecuador existen leyes, organismos que regulan, promueven y garantizan el derecho a la participación cultural de la ciudadanía. El libre acceso a la información y el incentivo a la innovación en la creación cultural están contemplados en LA LEY ORGÁNICA DE CULTURA del país, con lo que se alinea nuestro proyecto, en el art.106 de los ámbitos de fomento de Arte, Cultura e Innovación literal c) A la creación en artes literarias y narrativas; y producción editorial. Sumando a esto el PLAN NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL LIBRO Y LA LECTURA busca incentivar el hábito de lectura en el país, que también tomamos en cuenta en la elaboración del proyecto.

**Análisis Económico.** – Según la cámara ecuatoriana del libreo núcleo de Pichincha, el mercado editorial ha experimentado un vertiginoso avance en los últimos años con relaciones a las pasadas décadas, a pesar de ello el 2017 sufrió un notable decrecimiento debido a una contracción en la economía pública del estado. (ver anexo 3) La literatura infantil lidera en la producción de libro del país (252 títulos por año), seguida por la novelística ecuatoriana (227 títulos por año) y libros de texto para escuelas primarias (con 162 títulos por año). Lo que muestra un floreciente mercado literario con proyecciones de expansión, junto con incentivos del gobierno, deja un marco económico esperanzador para la elaboración de nuestro proyecto.

**Análisis Social.** – Por otro lado, el contexto social que engloba a nuestro proyecto tiene que ver con qué tan susceptible se encuentra la población a aceptar una propuesta literaria. En la región los hábitos de lectura son considerablemente más bajos que en países más desarrollados, según el INEC en Ecuador se lee aproximadamente de 1 a 2 horas semanales y la falta de interés ocupa el primer lugar de las razones por las cuales no se lee. Lo que hay que tomar en cuenta para afrontar el reto de elaborar un diseño innovador que logre cautivar a una audiencia poco acostumbrada a este tipo de propuestas.

**Análisis Tecnológico.** – Con lo que respecta a nuevas tendencias de tecnología, se puede ver una gran acogida por parte del público a lo digital. El *e-book* ha ganado espacio

entre las publicaciones editorial, tanto así que se estima que, de cada 100 libros, 23 son en este formato y en América Latina este rubro experimentó un aumento del 110% en 2016 con respecto al año anterior según Dosdoce.com, empresa consultora para el uso de nuevas tecnologías en el sector cultural, publicó en mayo la tercera edición del estudio Spanish Markets Digital Evolution Report 2017.

## **2.2 Entrevistas con Expertos**

Con la intención de obtener más recursos de dónde basarnos para la realización de este proyecto se realizaron entrevistas con expertos en diferentes ámbitos concernientes al mismo.

La primera entrevista fue con el PhD. Paolo Vignola, docente de la Universidad de las Artes de la ciudad de Guayaquil, con un doctorado en filosofía especializado en el pensamiento deleuziano, en esta entrevista pudimos acercarnos más al objeto de estudio de Deleuze y como su trabajo adquirió importancia en la segunda mitad del siglo pasado. También aclaramos dudas de como encajar nuestro proyecto al contexto actual respetando los preceptos del filósofo y concluimos que los estudiantes universitarios muestran un gran potencial para receptar un libro experimental, debido a que al no estar tan inmiscuidos al mundo filosófico como los expertos en la materia, son más abiertos a asimilar la ruptura del canon que presentamos en nuestra propuesta.

**Ratificamos nuestro público objetivo: estudiantes universitarios de carreras afines a la filosofía.**

Por otra parte, para adquirir conocimiento en el área de diseño editorial se procedió con una segunda entrevista con la Msc. Kari Barragán, diseñadora cuencana de amplia trayectoria radicada en Quito, con varios masterados internacionales (uno de ellos en diseño editorial experimental de la Universidad de Barcelona) y larga experiencia en el campo familiarizada con el contexto local y actual que tiene que ver con este tipo de proyectos. De este encuentro, que tuvo como medio Skipe, logramos aprender mucho de

los procesos que ella utiliza a la hora de diseñar, de los cuales podemos rescatar dos aspectos clave, la empatía con el usuario y la vinculación con el cliente.

En el primer aspecto, ella supo rescatar de acuerdo a su vasta experiencia que muchos de los proyectos de diseño que fracasan es porque no están enfocados al usuario y no tienen en cuenta que el propósito que debe tener todo proyecto de diseño es satisfacer una necesidad del usuario y eso generalmente excede a lo que el cliente piensa desde un principio. En adición, el segundo aspecto fundamental para el éxito un proyecto es la constante participación del cliente, éste debe ser parte integral del proceso de diseño y ser partícipe del mismo y no un mero espectador externo; de esta manera se le brinda una identificación con el producto final generando un sentido de pertenecía y evitando así el rechazo al diseño lo que generalmente termina con cambios emitidos sin fundamento y desde el gusto personal.

## **2.3 Observación no sistemática**

Una vez establecido quién va a ser nuestro público objetivo, se realizó una investigación no sistemática para poder establecer patrones de comportamiento que nos ayudarán a empatizar con el usuario e identificar elementos que propicien la satisfacción en experiencia de lectura. Con el objetivo de que el proyecto este enfocado en el usuario dividimos esta investigación en dos ejes: a) el proceso de selección a la hora de adquirir un libro y b) cuales son los hábitos costumbre y conductas una vez adquirido el libro.

- a) Al adquirir el libro.** - Esta parte de la investigación se la realizó en la librería “Mr. Books” situada en el CC. Mall del Sol al norte de Guayaquil, se pudo observar que las personas que entran en el rango de nuestro público objetivo, van a buscar un libro sobre filosofía sólo tiene una idea del tema, pero generalmente no tienen elegido un título ni un autor específico antes de entrar a la tienda, sino que les interesa el tema y buscan algo que les atraiga y a su vez les ayude a inmiscuirse más, De aquí parte nuestro segundo insight:

**Los gatilladores externos influyen el proceso de selección del libro.**

En su libro *Hooked*, Nir Eyal con Ryan Hoover explican que los gatilladores externos son los elementos que direccionan a los posibles usuarios a vincularse con el producto. En este caso el lomo, la portada, el título y el resumen (el exoesqueleto de un libro) sirven como enganche para una primera interacción con el libro. Por eso es tan importante mantener una diferenciación que los destaque en la percha.

**b) Al leer un libro.** – En esta parte de la observación nos centramos en la relación que adquiere el lector con el libro. Nos basamos en la observación de estudiantes universitarios de la ESPOL, de la Universidad de las Artes y la Universidad Católica de la ciudad de Guayaquil. Nos dimos cuenta que uno de los lugares donde leen los estudiantes es en el transporte público al momento de trasladarse a su centro de estudios, como forma de optimizar el tiempo ya que ir en bus es parte de su rutina. No tan frecuentemente, pero igual de importante es que la observación también demostró que suelen leer en espacios públicos como cafeterías o parques o en las áreas de recreación dentro del campus universitario. Pudimos determinar mediante la observación que para el estudiante universitario que compra un libro se crea un vínculo emocional con el texto más allá de su contenido o el autor, el libro en sí es una representación de su personalidad y el hecho de que gaste su propio dinero en un libro sobre otras formas de entretenimiento demuestra el grado de importancia que le da.

## **2.4 Análisis de tendencias visuales.**

Se procedió a hacer una investigación visual de tendencias gráficas que usan los libros de esta categoría actualmente en las estanterías de librerías de la ciudad.

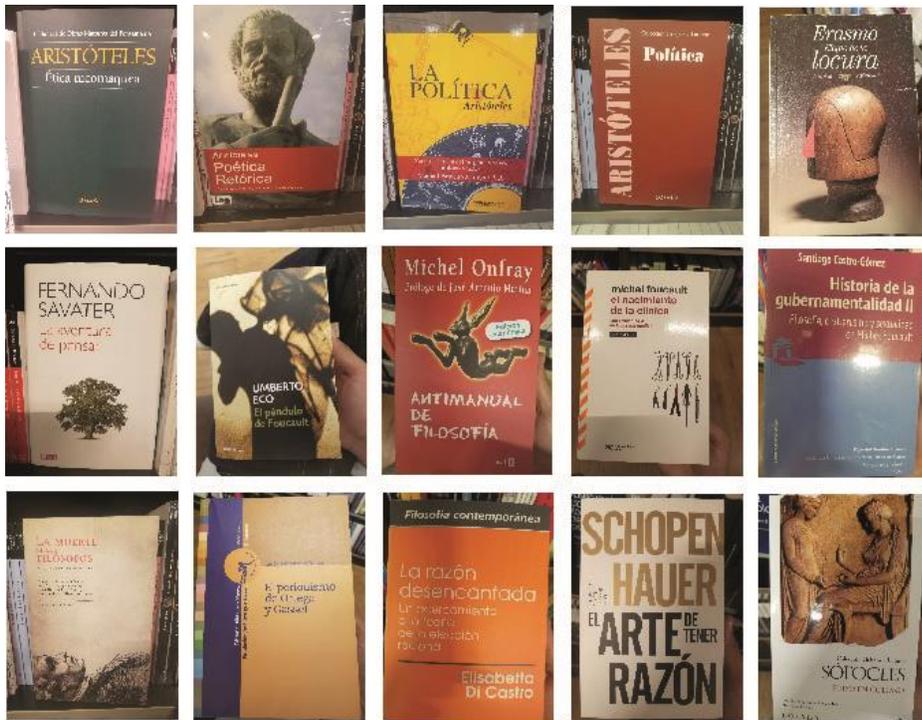


Figura 2 Ejemplos de portadas en librería local

Fuente: Racines & Seiva,2018

Fondo con colores planos, con mayor presencia de la gama de los cálidos, poco uso de la fotografía dando peso a la tipografía, en ocasiones la portada es netamente tipográfica, mucho espacio “vacío” para no sobrecargar y dar balance, acorde a la sobriedad del tema.

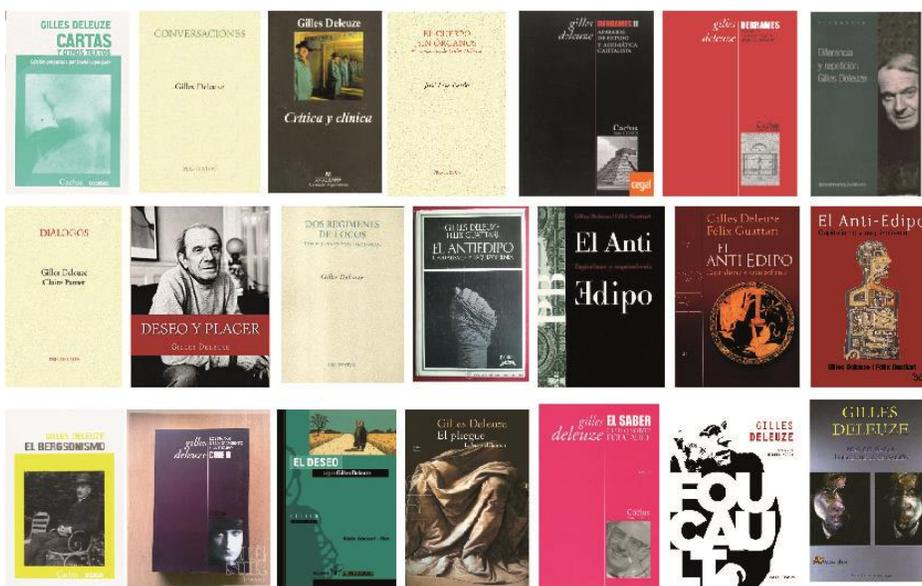
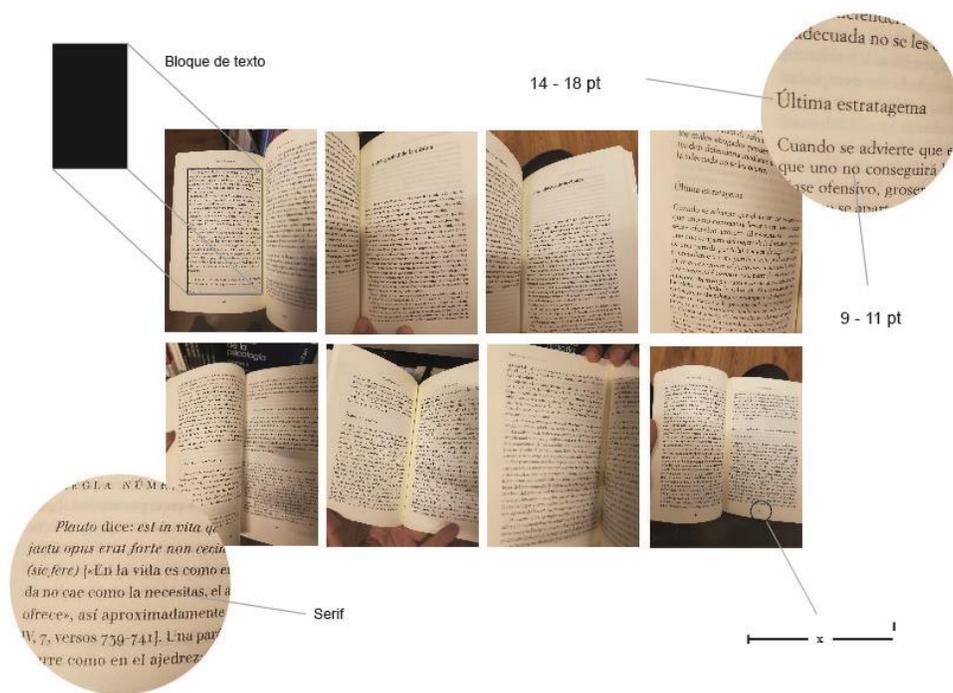


Figura 3 Referencia de portadas de libros de Deleuze

Fuente: Racines & Seiva, 2018.

En cuanto a las portadas de Deleuze, es notorio un diseño más conservador y anticuado, fondos blancos o colores planos pasteles con muy poco uso de la imagen, ilustración o fotografía, lo que le resta notoriedad, con ciertas excepciones los títulos tampoco resaltan por su poco peso en la diagramación. El retrato del autor se usa como referencia a su obra ya que su fama lo precede.



**Figura 4 Análisis tipográfico de libro de filosofía**

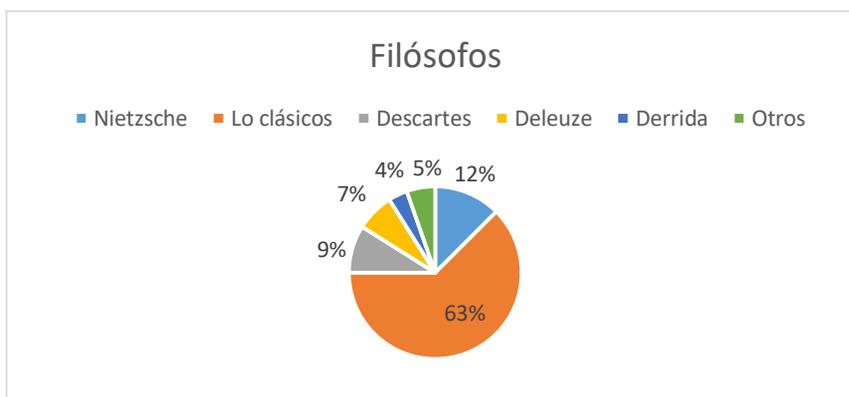
Fuente: Racines & Seiva. 2018

A lo que se refiere a la tipografía utilizada dentro del cuerpo del libro, se detectó un patrón uniforme en la gran mayoría de los textos, se utilizó una tipografía con serifa para facilitar la lectura de gran cantidad de contenido, con una media aproximada de 9 a 11 puntos para los párrafos y unos 14 a 18 puntos para títulos y subtítulos. Márgenes generosos e interlineados para descansar la vista entre la lectura.

## CAPÍTULO 3

Una vez sonseada la información obtenida por los expertos en las áreas de diseño y filosofía respectivamente definimos dos elementos importantes; público objetivo y estilo grafico del libro. La entrevista con el filósofo Vignola nos permitió tener una imagen clara del público a que nos íbamos a dirigir, permitiéndonos a nosotros dirigir nuestros esfuerzos en la elaboración de un producto que pueda ser apreciado por los jóvenes universitarios.

La estética formará parte fundamental del libro por ello se realizaron metodologías para identificar aquellos recursos y elementos visuales que ejercen una fuerte presencia en temas de filosofía con el fin de contextualizar los referentes y poder acoplarlo en la solución volviéndolo atrayente al grupo objetivo de esta manera los elementos utilizados en la portada (figura 5) mantienen una fuerte relación con la filosofía, los elementos que se utilizan en el collage son la imagen de la diosa griega atenea y el búho que representa la sabiduría esta información la sacamos de las encuestas que realizamos donde preguntamos ¿Qué filósofos conocían? la respuesta que nos dieron es que el 63% de los encuestados conocían a los filósofos griegos como Platón, Aristóteles es por eso que utilizamos como elemento de nuestra portada a la Diosa Atenea.



**Figura 16 Gráfico de encuesta**

El contenido del libro este definido por tres capítulos que consisten (lugar, forma y concepto). en esta parte no teníamos el control ya que esta información era plenamente

de nuestro cliente Miguel Bouhaben sin embargo nosotros teníamos libre acceso de realizar los experimentos de la forma más apropiada después de haber entendido a nuestra manera los conceptos es en esta parte donde tuvimos que buscar si para el público existía una relación entre el arte y la filosofía, para vincular perfectamente el estilo de los diseños que íbamos a realizar esta información la obtuvimos mediante encuesta donde podemos observar que las personas si le encuentran una relación importante entre la filosofía y el arte (figura 17)



**Figura 17 Gráfico de encuesta**

### **3.1 Compendio**

El análisis PEST nos ha revelado la realidad que engloba el nicho que este proyecto integrador está dirigido, las leyes y el apoyo a materiales de educación es notable por medio de LA LEY ORGÁNICA DE CULTURA, expresamente en el art.106. Económicamente es un nicho que está estable y es rentable sin embargo en el ámbito social es evidente que los hábitos de lectura no tienen bases sólidas en niños y adolescentes. Por lo tanto, nosotros como diseñadores aplicaremos estímulos visuales (Gatilladores) que nos permita acercar el producto al lector de manera que permita el consumo de este libro.

El proyecto en general trata de vincular el diseño con la filosofía, Deleuze propuso pensamientos bastantes interesantes como el Rizoma solo por citar uno de ellos, sin embargo, las publicaciones pertinentes de estos conceptos no reflejan lo novedoso y disruptivo de sus explicaciones delezianas la razón del libro que se propone debe tener bases sólidas.

Primeramente tuvimos la charla con dos expertos en las dos áreas que vamos a hondar, primeramente tuvimos una enriquecedora charla con el filósofo Vignola donde definimos nuestro público objetivo que consistía en jóvenes universitarios; la posibilidad de hacer un libro que encierre un público en específico fue bastante confusa en un primer preámbulo pensamos en dirigirlo a profesionales de la filosofía, este público ya conoce al filósofo Deleuze y la aparición de este libro experimental sería apreciado por este grupo, pero Vignola nos aclaró que este libro debería ir más allá no solo a proponer cosas para los expertos de la materia sino que nos acercáramos a un público que aún no se hayan metido en el tema a profundidad, los jóvenes universitarios son personas que aún no tienen un estándar definido en sus mentes al hablar de filosofía y son estos los que podrían estar más abiertos a una publicación como la que se propone (libro experimental).

Una vez definidos el público necesitábamos usar elementos visuales atractivos con eso en mente acudimos a nuestro segundo experto en el área de Diseño, la Msc. Barragán experta en la rama editorial nos guio en la correcta aplicación en el estilo que iba a tener el libro, ella complemento nuestras ideas con sus experiencias y ejemplos de sus trabajos es así como nace el estilo gráfico de nuestra propuesta.

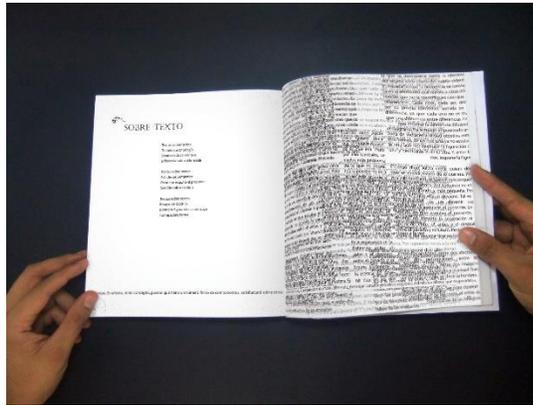
Se construyó de manera visual varias técnicas utilizadas en las vanguardias artísticas en un inicio habíamos pensado en utilizar el estilo del constructivismo ruso donde principal características son las líneas rectas y una cromática que se encierra en los colores primarios pero la concordancia con los postulados de Deleuze era casi nula la razón es que la filosofía deleuziana es menos recta o estandarizada, si hablamos del proceso del pensar la filosofía que estudiamos sale de cualquier limitación es por eso que lo descartamos, no fue después que decidimos utilizar elementos del estilo Dada la técnica de este movimiento nacido a inicio del siglo XX fue mayormente el collage, este método concuerda con el pensamiento disruptivo que buscábamos así nació la portada del libro (Figura 2.5)



**Figura 5 Portada final del libro**

Fuente: Racines & Seiva. 2019

La estructura de un libro que habla de filosofía es monótona eso lo analizamos en la (figura 2.4) donde observamos un mismo estilo, como el libro que estábamos desarrollando debería tener un sentido experimental decidimos construirlo en dos partes y dotarlo de una estructura similar al cerebro (hemisferio derecho y uno izquierdo), sabemos que una parte del cerebro se centra en lo analítico mientras que el lado derecho se centra en la imaginación. Basado en esto definimos el lado izquierdo para los postulados de Deleuze la parte descriptiva y el lado derecho quedo definida para los experimentos que iban a estar inspirados acorde al concepto del lado izquierdo (figura 2.6).



**Figura 6 Estructura del libro**

Fuente: Racines & Seiva. 2019

Esta estructura sugiere un desafío para el lector donde la apreciación no es solo de entendimiento de los conceptos, sino que requiere de una apreciación estética.

El uso de metodologías de diseño, permitió el resultado del libro experimental titulado “Delirar a Deleuze”



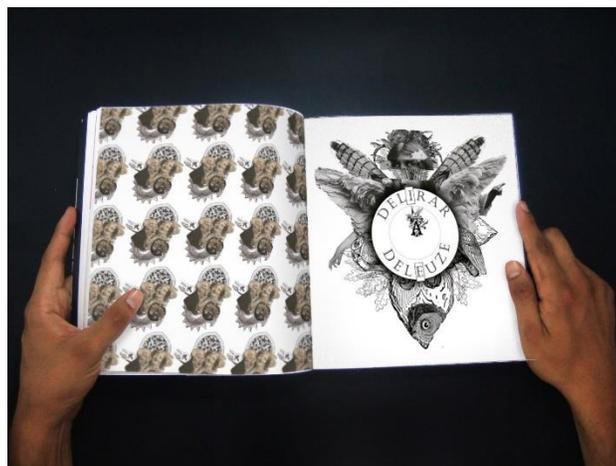
**Figura 7 Producto final**

Fuente: Racines & Seiva. 2019



**Figura 8 Producto final**

Fuente: Racines & Seiva. 2019



**Figura 9 Producto final**

Fuente: Racines & Seiva. 2019



**Figura 10 Producto final**

Fuente: Racines & Seiva. 2019



**Figura 11 Producto final**

Fuente: Racines & Seiva. 2019



**Figura 12 Producto final**

Fuente: Racines & Seiva. 2019

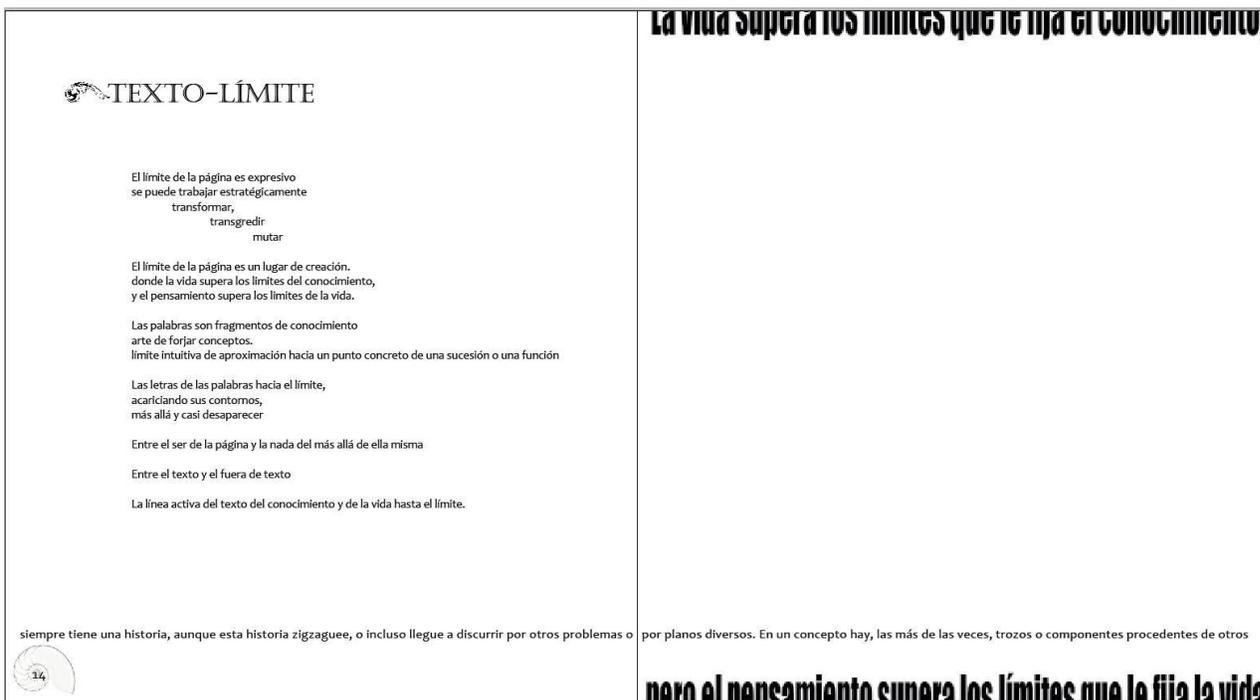


**Figura 13 Producto final**

Fuente: Racines & Seiva. 2019



Cada experimento variaba dependiendo de los diferentes postulados con los que trabajamos. Esto dio como resultado una gran variedad de diseños diferentes entre sí, lo que podrían interferir en la composición general del libro, puesto que debido a su heterogeneidad los lectores no percibieran el producto como un conjunto. Fue gracias a nuestra entrevista con la Msc. Kari Barragán en base a sus conocimientos nos dio pautas de cómo resolver este inconveniente. Es entonces donde utilizamos como hilo conductor la parte izquierda de la composición del libro, destinada a los poemas del autor, mediante el uso de marcadores gráficos, el espacio en blanco y la diagramación, que se repiten a lo largo de los capítulos. De esta forma se logró dar continuidad a la lectura y se conectó a los diferentes experimentos en un conjunto. (Figura 3, 4, 5, 6)



**Figura 18 Estructura del libro**

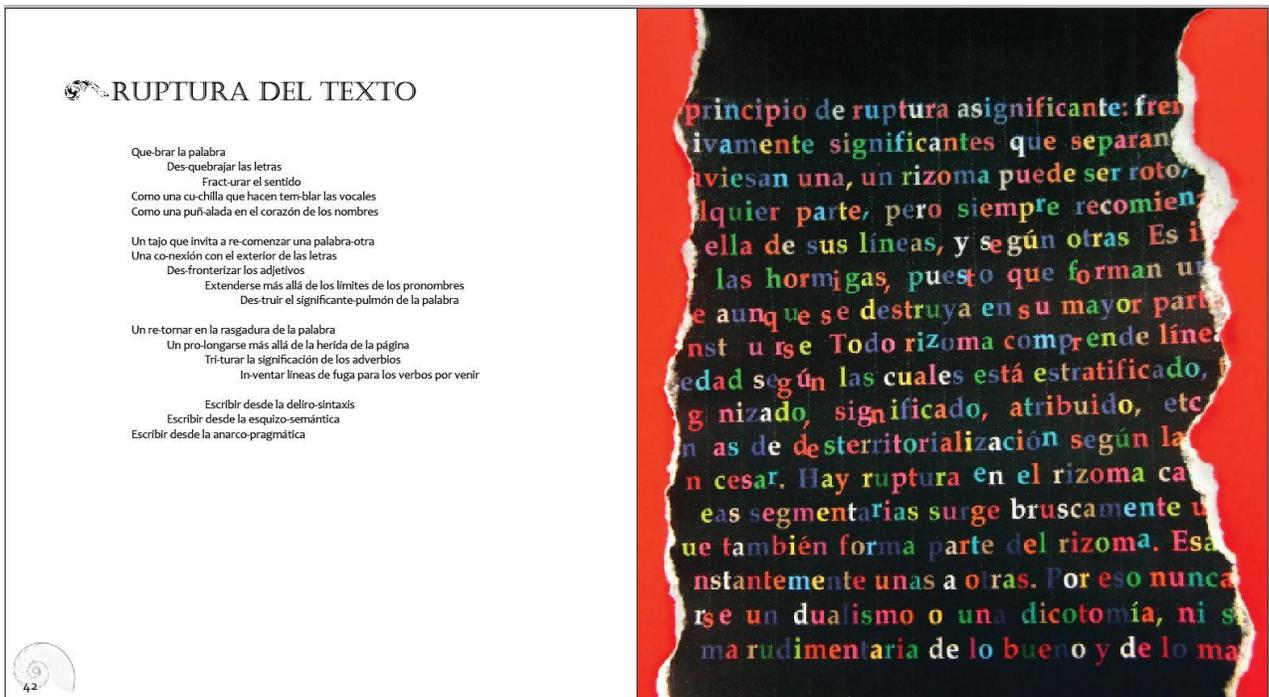


Figura 19 Estructura del libro

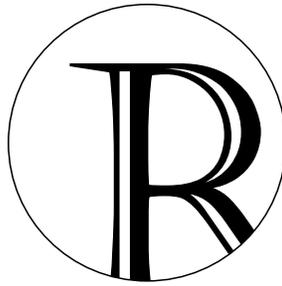


Figura 20 Estructura del libro



**Figura 21 Estructura del libro**

La tipografía que utilizamos contiene serifa (figura 22) el análisis que sacamos de las encuestas es que al hablar de filosofía las personas vinculan a los famosos pensadores griegos (figura 1) haciendo un seguimiento de esto investigamos acerca de las tipografías mayormente utilizadas en aquellas épocas y es así como definimos un tipo que contengan ese detalle que no posee una tipografía de palo seco el pico que sobresale en las asta de las letras servían para tener una mayor comprensión de las palabras a una distancia considerable es por eso que era muy utilizado y es la razón por la que decidimos aplicarlo.



**Figura 22 Serifa**

## **CAPÍTULO 4**

### **Conclusiones Y Recomendaciones**

#### **Conclusiones**

Con la ayuda de nuestra tutora la docente Msc Daniça Usocovich, logramos analizar los conceptos delezianos presentados por el autor y plasmar su visión filosófica en piezas gráficas acordes al contenido, las cuáles llamamos “experimentos”. Debido a la exploración que realizamos con diferentes estilos gráficos, utilizando técnicas de collages o ilustración.

Identificamos que los elementos visuales van acorde a nuestro público objetivo (estudiantes universitarios), y causan mejor aceptación para los usuarios y a su vez mantienen una relación con el tema y la gráfica escogida. Por medio de validaciones, pudimos constatar que el estilo vintage y dadaísta usado es bien recibido por los estudiantes y les genera cierta atracción despertando su curiosidad y atención en el producto final.

Por último, logramos completar la propuesta editorial satisfactoriamente, con el valor agregado de ser un producto diferente a lo que normalmente se ve en el mercado con

respecto a este tema. Se facilitó la lectura, dando igual relevancia a la imagen que al texto, y como resultado una mejor experiencia para los interesados en estudiar esta temática.

## **Recomendaciones**

Para realizar una obra editorial de carácter experimental, es necesario plantearse desde el principio las bases y lineamientos a seguir durante todo el proceso (el estilo, el tono, las referencias pictóricas, las técnicas, etc.). Para aprovechar al máximo la libertad de experimentación que permite el diseño, sin caer en redundancias o en caso contrario, salirse del tema que se está tratando. Ya que es muy fácil perder la línea de pensamiento principal, divagar y extenderse demasiado, terminando en una propuesta demasiado compleja y sobresaturada de información gráfica.

La experiencia del usuario es clave a la hora de diseñar piezas gráficas efectivas, siendo lo que determina qué códigos visuales son los más apropiados para las diferentes partes que un libro de esta naturaleza requiere.

La interactividad no solo se logra con herramientas digitales y no es algo exclusivo del mundo multimedia, puede aplicarse en el diseño editorial con diferentes elementos que involucren la participación del usuario más allá de la lectura, como las animaciones tradicionales o páginas desplegadas que aplicamos en este proyecto.

No siempre se puede ser experto en el tema del que se está diseñando, sin embargo, se recomienda diseñar desde “adentro”. El mejor diseño es el que surge de la experiencia propia, entre más inmiscuido y más informado se esté sobre el tema, más herramientas y entendimiento se tiene para diseñar.

# BIBLIOGRAFÍA

(1) (PDF) Diseño gráfico publicitario. Available from:

[https://www.researchgate.net/publication/302908812\\_Disenos\\_grafico\\_publicitario](https://www.researchgate.net/publication/302908812_Disenos_grafico_publicitario)  
[accessed Dec 26 2018].

Interactividad <http://www.interactivestory.net/papers/deeperconversations.html> [consulta julio 2014]

Este contenido ha sido publicado originalmente por Diario EL COMERCIO en la siguiente dirección:

<https://www.elcomercio.com/opinion/columnista-opinion-lectura-pais.html>. Si está pensando en hacer uso del mismo, por favor, cite la fuente y haga un enlace hacia la nota original de donde usted ha tomado este contenido. ElComercio.com

# ANEXOS

## Anexo 1 Análisis PEST

### Político

#### LEY ORGÁNICA DE CULTURA DEL ECUADOR 27 de diciembre de 2016

#### TÍTULO I.- DEL OBJETO, ÁMBITO, FINES Y PRINCIPIOS Capítulo único

Art. 3.- De los fines. Son fines de la presente Ley (...)

**Innovación.** Se entiende la innovación como el proceso creativo desarrollado por actores u organizaciones de los sectores de la producción cultural y creativa, mediante el cual se introduce un nuevo o modificado bien, servicio o proceso con valor agregado;

#### TÍTULO II.- DE LOS DERECHOS, DEBERES Y POLÍTICAS CULTURALES Capítulo 1.- De los derechos culturales

Art. 5.- Derechos culturales.

e) Libertad de creación. Las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones artísticas y culturales tienen derecho a gozar de independencia y autonomía para ejercer los derechos culturales, crear, poner en circulación sus creaciones artísticas y manifestaciones culturales.

Art. 7.- De los deberes y responsabilidades culturales.

c) Poner en conocimiento de la autoridad competente, para fines de registro e inventario, la posesión, tenencia o hallazgo de bienes del patrimonio cultural nacional;

#### TÍTULO VIII.- DEL SUBSISTEMA DE ARTES E INNOVACIÓN

Capítulo 2.- De las definiciones y ámbitos del Fomento de la Cultura, las Artes y la Innovación.

Art. 106.- De los ámbitos de Fomento de las Artes, la Cultura y la Innovación. Se considerarán como ámbitos de fomento los siguientes:

c) Creación en artes literarias y narrativas; y producción editorial;

Art. 108.- De la Innovación en Cultura. Se reconoce al proceso de innovación en cultura como un factor generador de valor agregado, de índole simbólico o económico, a partir de la introducción del componente cultural como un elemento diferenciador en los procesos de creación. La innovación en cultura está orientada a generar impactos sociales, económicos, artísticos y culturales que fomenten el Buen Vivir.

## **PLAN NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL LIBRO Y LA LECTURA José de la Cuadra**

Quito, Octubre, 2017

### Objetivo general del PNPLL:

Facilitar el acceso al libro y la lectura, a través del fomento a la libre creación, la difusión del patrimonio literario y de los saberes ancestrales, para elevar el acceso al conocimiento cultural y científico.

1. Estímulo al lector: orientado a la ciudadanía, a través de actividades de aproximación al libro (...)

b. Desarrollar competencias creativas, reflexivas y valorativas que permitan leer no solo textos sino contextos.

3. Fomento al sector editorial.- orientado a promover el desarrollo y enriquecimiento de la industria editorial, mediante el uso de prácticas equitativas y sostenibles de producción,

distribución, circulación y comercialización de productos y servicios, con base en las políticas públicas de cultura del Ecuador, a través de acciones y herramientas que amplíen los canales de distribución y la venta de literatura ecuatoriana en el ámbito nacional e internacional, junto a otras literaturas del mundo.

a. Producir diversos tipos de publicaciones destinadas a los diversos sectores de la población.

### Líneas estratégicas de acción del PNPLL (2018-2021)

1. Formación de comportamientos lectores Objetivo: fortalecer los comportamientos lectores en la ciudadanía a través de la formulación de actividades formativas, generadoras de curiosidad e interés en temas literarios y científicos.

Actividad: Dotar de publicaciones a la Red Ecuatoriana de Bibliotecas del Ecuador (REBE)

2. Publicaciones Objetivo: producir y editar publicaciones en español, lenguas nativas e idiomas del mundo.

Actividad: Producir diversos tipos de publicaciones, destinadas a los más variados sectores de la población (...); textos seleccionados de autores clásicos y contemporáneos de la literatura universal; (...) entre otros.

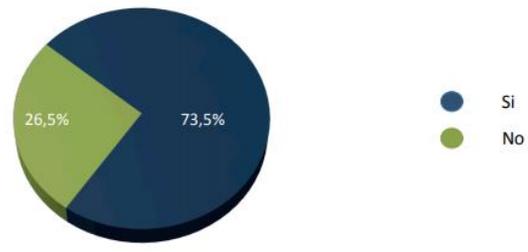
## **Social**

### Comportamientos lectores

El 26,5% de los ecuatorianos no dedica tiempo para leer, de ellos el 56,8% no lo hace por falta de interés y el 31,7% por falta de tiempo, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

# Hábito de lectura en Ecuador

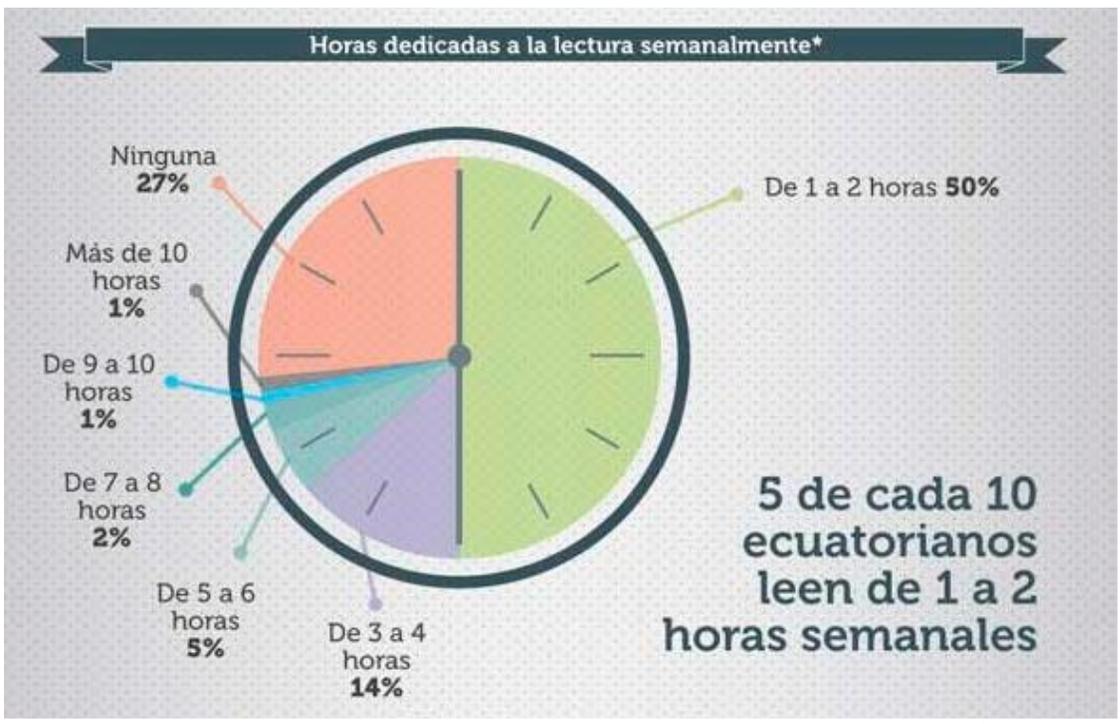
El 27% de los ecuatorianos no tiene el hábito de leer



Sistema Integrado de Encuestas de hogares **Elaborado por:** INEC

**Fuente:**

Esta información, que es parte del Sistema Integrado de Encuestas a Hogares, tiene una muestra de 3.960 viviendas e investigó a las personas mayores de 16 años en Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato. Según el estudio, el 50,3% de los ecuatorianos lee de 1 a 2 horas a la semana, mientras el 13,5% lo hace de 3 a 4 horas.

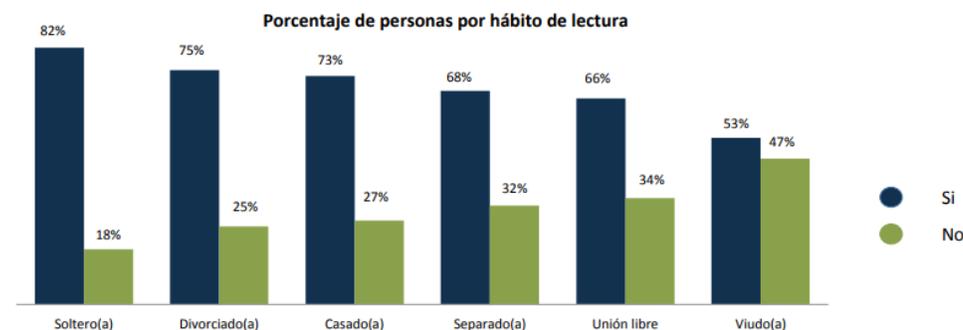


**Fuente:** Sistema Integrado de Encuestas de hogares **Elaborado por:** INEC

De acuerdo al estado conyugal, el 82% de los solteros le dedican tiempo a la lectura, convirtiéndole en el grupo que más lee, mientras los viudos son los que menos leen con el 53% de su población.

## Hábito de lectura por estado conyugal

Según estado conyugal, los solteros son los que más leen con el 82% de ellos, mientras los que menos leen son los viudos con el 53%.

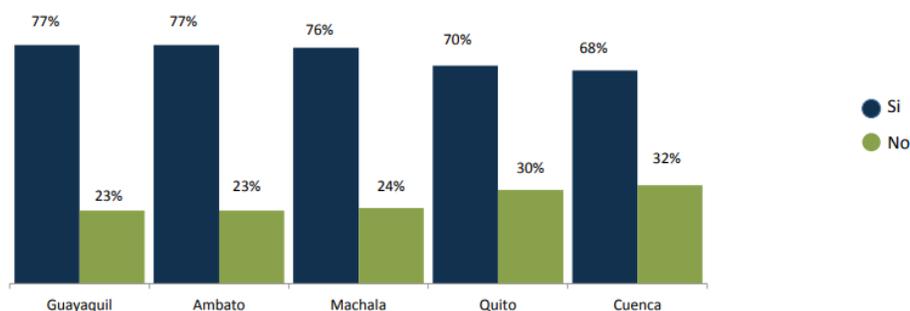


Fuente: Sistema Integrado de Encuestas de hogares **Elaborado por:** INEC

Por ciudades, Ambato y Guayaquil son las ciudades en donde el 77% de su población desarrolla el hábito de la lectura, mientras Cuenca tiene el menor porcentaje de población con este hábito con el 68%.

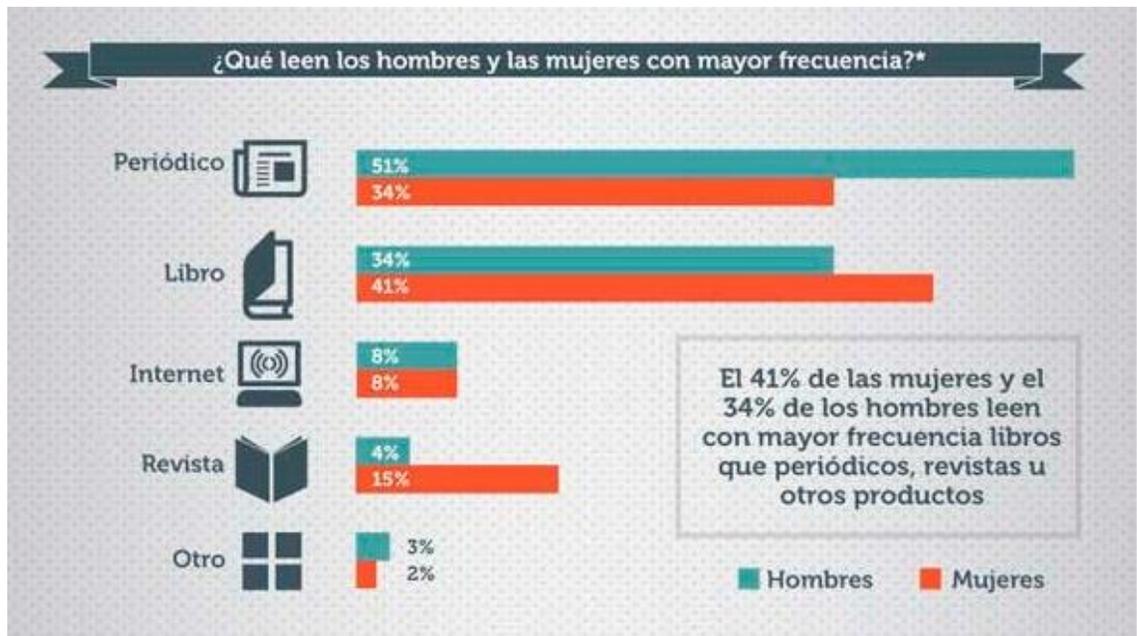
## Hábitos de lectura por ciudad

Los guayaquileños y ambateños son los que más leen con el 77% de ellos, mientras los que menos lo hacen son los cuencanos con el 68%.



Fuente: Sistema Integrado de Encuestas de hogares **Elaborado por:** INEC

De acuerdo al sexo, el 75% de los hombres dedica al menos una hora a la semana a la lectura frente al 72% de las mujeres. La investigación también refleja la preferencia de lecturas, en el caso de los hombres el 51% lee el periódico y el 34% libros mientras que en el caso de las mujeres el 41% prefiere los libros y el 34% los periódicos.

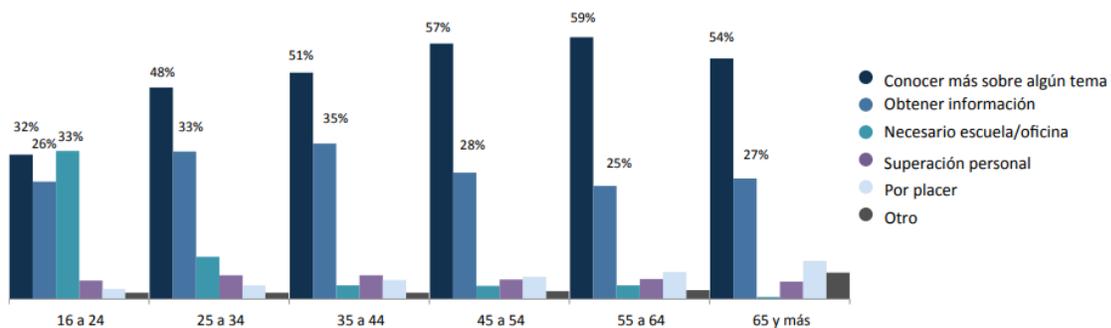


Fuente: Sistema Integrado de Encuestas de hogares **Elaborado por:** INEC

Finalmente, los datos reflejan que la principal razón que tienen para leer las personas de 25 años y más es por conocer más sobre algún tema, frente a la necesidad escolar de los jóvenes de 16 a 24 años. El INEC presenta este estudio a la ciudadanía, en el cual se puede acceder a los principales resultados, en el marco de la democratización de la información y ratificando nuestro compromiso con el país de entregarle cifras de calidad, de manera adecuada y oportuna.

## Razones para leer por edad

El 33% de los jóvenes que leen lo hacen por atender las obligaciones académicas, mientras el 32% lo hace por conocer sobre algún tema. En general, ningún grupo etario lee por placer o superación personal

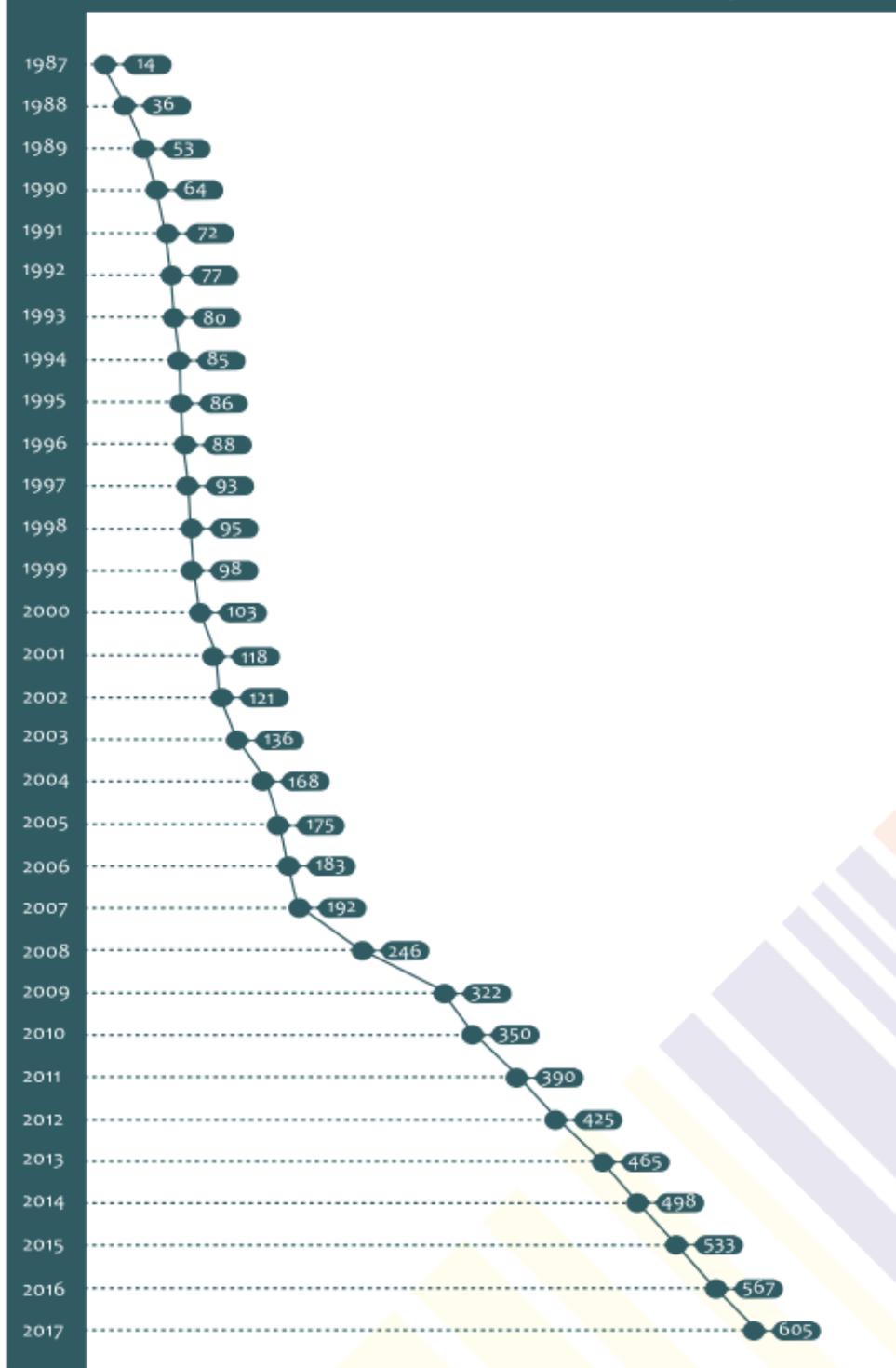


Fuente: Sistema Integrado de Encuestas de hogares **Elaborado por:** INEC

## **Económico**

Crecimiento del mercado: Según la cámara ecuatoriana del libro núcleo Pichincha, el país ha experimentado un vertiginoso incremento en el mercado editorial en los últimos años comparado con las décadas anteriores, a pesar de ello el año 2017 sufrió un notable decaimiento en este rubro con respecto al 2016, donde el mercado sufrió una recesión considerable.

## Crecimiento editorial 1987 a 2017



Fuente: Cámara

ecuatoriana del libro **Elaborado por:** Estadísticas y datos ISBN 2017

Según un estudio publicado por EL Comercio en su base de datos electrónica se concluyó que:

La literatura para niños se mantiene en el primer lugar de producción de títulos de libros en los últimos seis años (2012-2017) con una tasa de crecimiento anual del 7%, sin tomar en cuenta los textos académicos. Sin embargo, de forma general este mercado muestra altibajos en este período. El número de títulos de libros, en general, apenas creció 4% anual; mientras la cantidad de ejemplares tuvo una contracción del 1% en ese mismo período.



Fuente:

La publicación de ejemplares de primeras ediciones, reimpressiones y ediciones sumaron 9,1 millones de ejemplares en el 2012; los tres años siguientes, esta producción se mantuvo en un promedio de 7 millones y en el 2016 alcanzó un pico de 11,2 millones.

Producción de títulos y ejemplares clasificados por temática Comparativo 2016 - 2017				
Tema General	2016		2017	
	Títulos	Ejemplares	Títulos	Ejemplares
Generalidades	194	141.531	155	77.846
Filosofía y Psicología	187	154.193	148	141.626
Religión	91	154.745	86	142.107
Ciencias Sociales	2.745	5.981.890	2.452	3.370.122
Lenguas	142	171.871	120	53.645
Ciencias Naturales y Matemáticas	268	159.924	266	179.165
Tecnología (Ciencias aplicadas)	617	430.737	684	505.520
Las Artes Bellas y Artes Decorativas	165	125.102	172	116.564
Literatura y Retórica	858	3.756.119	998	1.999.330
Geografía e Historia	125	139.916	165	118.306
<b>Total</b>	<b>5.392</b>	<b>11.216.028</b>	<b>5.246</b>	<b>6.704.231</b>

Fuente:

Cámara ecuatoriana del libro **Elaborado por:** Estadísticas y datos ISBN 2017

Pero al cierre del 2017 descendió un 40% respecto al 2016, principalmente, en primeras ediciones y reimpressiones. En el momento no hay una estadística actualizada del consumo de libros de los ecuatorianos.



Cámara ecuatoriana del libro **Elaborado por:** Estadísticas y datos ISBN 2017

La última encuesta sobre hábitos de la lectura realizó el INEC en el 2012; en esta se concluyó que se lee medio libro al año, en promedio. Actualmente, en el país se producen tres libros por cada 10 000 habitantes, lo cual le ubica en la media de la región. Tras la literatura infantil ha crecido el número de títulos de novelas y poesía nacional y en temas generales los que más se publican son los de ciencias sociales. Uno de los datos más llamativos es que el 22,2% corresponde a títulos publicados por editoriales de universidades públicas y privadas. El crecimiento de este sector también se ve reflejado en un mayor número de editoriales, mientras en el 2012 eran 425 ahora son 605. Sus ingresos al término del último año fueron de USD 38 millones, tres millones más que lo registrado en el 2012.

Este contenido ha sido publicado originalmente por Diario EL COMERCIO en la siguiente dirección:

<https://www.elcomercio.com/pages/ecuador-leen-libros-infantiles-novelas.html>. Si está pensando en hacer uso del mismo, por favor, cite la fuente y haga un enlace hacia la nota original de donde usted ha tomado este contenido. EIComercio.com

En Guayaquil

El municipio de la ciudad no ha escatimado esfuerzos para promover la lectura entre sus ciudadanos, una muestra de esto es el éxito que tuvo la IV Feria Internacional del Libro que tuvo lugar el pasado

“Con un promedio de 7.000 personas que han ingresado diariamente a la feria dando una asistencia de más de 25.000 personas, con la cual se ha superado la expectativa de años pasados, que naturalmente se ha superado la asistencia dando a la feria un total éxito”, acotó Tatiana Landín, miembro del Comité Organizador de la Feria Internacional del Libro 2018

EL

UNIVERSO

<https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2018/09/09/nota/6946697/mas-25000-visitantes-tuvo-feria-internacional-libro>

## **Tecnológico**

El libro digital

En 2016, el libro digital ganó participación frente al año anterior dentro del total de títulos registrados (2,6%). Por cada 100 libros registrados hubo 23 libros digitales, uno más que el año anterior. Los países que más libros digitales registraron fueron Brasil (21.519), México (7.774), Argentina (4.401) y Colombia (4.361).

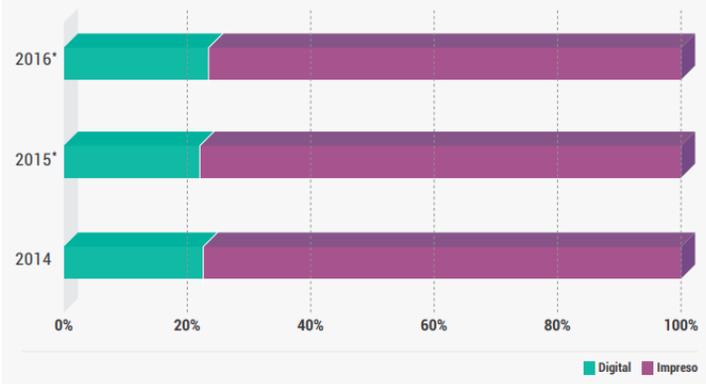
Gráfica 6

**Distribución por formato de los títulos registrados en América Latina (2014-2016)**

Fuente: agencias nacionales del ISBN.

Cálculos: Cerlalc.

\* Cifras preliminares.



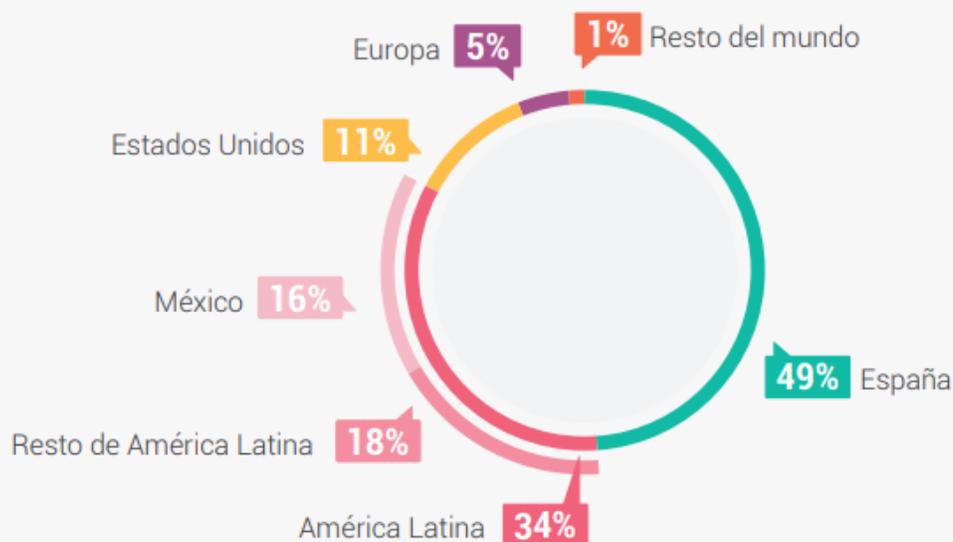
Fuente: Sistema Integrado de Encuestas de hogares Elaborado por: INEC

**PRODUCCIÓN Y CIRCULACIÓN DEL LIBRO Edición digital en habla hispana en 2017**

Dosdoce.com, empresa consultora para el uso de nuevas tecnologías en el sector cultural, publicó en mayo la tercera edición del estudio Spanish Markets Digital Evolution Report 2017. Éste presenta información sobre ventas, canales de distribución, modelos de negocio y dinámicas de precio, en el periodo 2015-2016, en el segmento de libros electrónicos de las más de doscientas pequeñas y medianas editoriales de habla hispana que comercializan sus títulos a través de Bookwire. De acuerdo con el informe, en 2016 se publicaron más de cincuenta mil nuevos títulos digitales en los mercados de América Latina y España, y los editores experimentaron un incremento del 41% en sus ventas entre 2015 y 2016. En 2016, el 49% de los libros electrónicos publicados por las editoriales hispanohablantes registradas en Bookwire se vendió en el mercado español. El 51% restante se distribuyó así: América Latina, 34%; Estados Unidos, 11%; Europa, 5%, y el resto del mundo, 1%.

## Distribución por países de las ventas de libros digitales de las editoriales de América Latina y España (2016)

Fuente: Bookwire y Dosdoce.com, Spanish Markets Digital Evolution Report 2017.



Fuente:

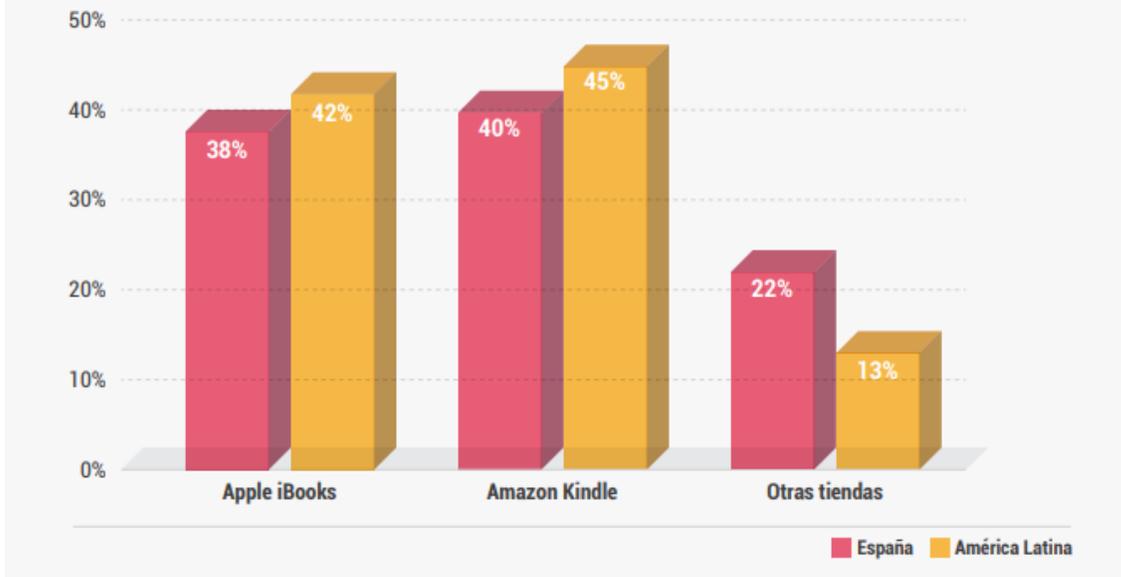
Sistema Integrado de Encuestas de hogares Elaborado por: INEC

Los editores latinoamericanos tuvieron un crecimiento en ventas del 110% en 2016 frente al año anterior. El informe atribuye esta alza a factores como la ampliación de los catálogos y la relevancia de los contenidos en los mercados locales, así como a estrategias de precio competitivas frente a las grandes editoriales. El 61% de las ventas de libros en formato digital de los editores latinoamericanos se realizaron dentro de los propios países de la región. El 39% restante en Estados Unidos (25%), España (8%), Europa (5%) y el resto del mundo (1%). Del 61% de ventas registradas en América Latina, casi el 40% se produjeron en México, lo que equivale al 24% del total de las ventas en el mundo.

En relación con los canales de venta, se encontró que en 2016 el 40% de las ventas digitales de las editoriales españolas y el 45% de las latinoamericanas se realizaron a través de Amazon. Mientras que a través de Apple las editoriales españolas vendieron el 38% y las latinoamericanas el 42%. Las ventas digitales restantes se distribuyeron entre Kobo, Casa del Libro y Google Play Store (22% para el caso de las editoriales españolas y 13% para las de América Latina).

### Principales canales de venta de libros digitales de las editoriales españolas y latinoamericanas (2016)

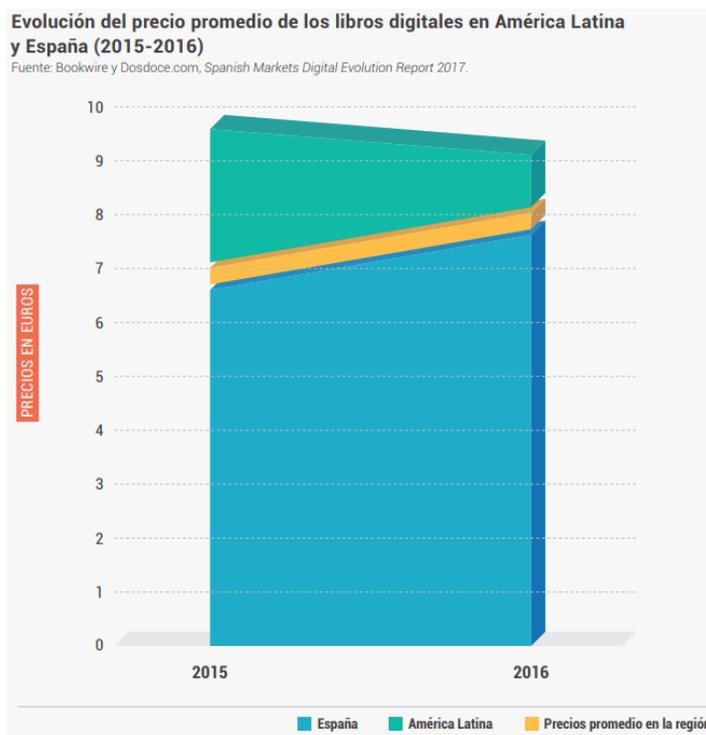
Fuente: Bookwire y Dosdoce.com, Spanish Markets Digital Evolution Report 2017.



Fuente:

Sistema Integrado de Encuestas de hogares Elaborado por: INEC

En 2016, el precio promedio del libro electrónico pasó de 6,91 a 7,83 euros en España y América Latina. El rango de libros digitales que registró mayor crecimiento fue el de los libros con precios entre 4,99 y 9,99 euros. Los libros electrónicos de precio inferior a los 4,99 euros perdieron participación en el total de las ventas: representaron el 40% dentro del total de unidades vendidas en el año, frente al 60% registrado en 2015. Aquellos de precios superiores a los 9,99 euros presentaron, en cambio, un crecimiento; en este rango se encuentran en especial libros académicos y de nicho.

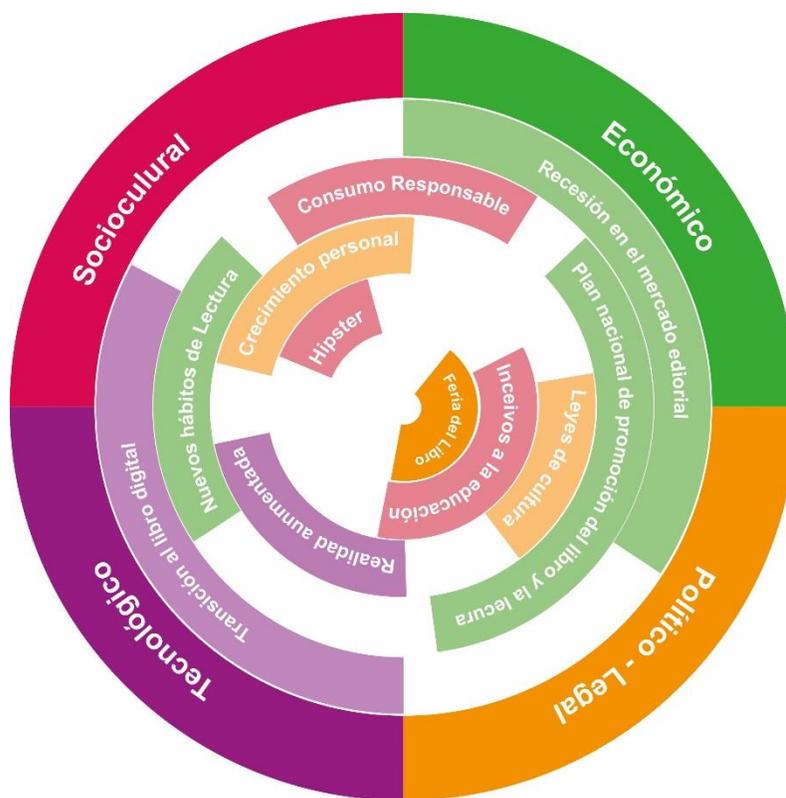


Fuente: Sistema Integrado de Encuestas de hogares **Elaborado por:** INEC

Libros electrónicos y audiolibros El mercado anglosajón experimentó caídas en las ventas de libros electrónicos. Cifras de Nielsen indican que, entre 2015 y 2016, las ventas en Estados Unidos de libros en este formato disminuyeron el 16%, mientras que las de libros impresos se incrementaron el 3,3%. En Europa continental el informe The Global E-book Report 2017, realizado por Wischenbart, que reunió datos de varios agregadores, reveló la existencia de dos segmentos en el mercado del libro electrónico, definidos por el precio de venta al público (retail price). El primero reúne los libros con precios por debajo de los cinco euros y el segundo, los libros entre los diez y los trece euros. El segmento de los libros digitales con precios bajos está compuesto en su mayoría por libros autopublicados y por libros usados en campañas promocionales. Estos dos segmentos tuvieron, por ejemplo, un crecimiento significativo tanto en ventas (13%) como en unidades vendidas (16%) en Holanda, entre 2015 y 2016, según evidenciaron cifras del mayor distribuidor de libros digitales en ese país, Centraal Boekhuis.

**En Ecuador** Durante el periodo 2007-2014, el valor agregado del segmento de libros y publicaciones alcanzó los 300,7 millones de dólares. El segmento consiguió una producción total acumulada de 739,9 millones de dólares en ese mismo período. La producción experimentó una tasa de crecimiento promedio del 2% interanual, con una caída del 7% entre 2008 y 2009. La participación de los subsegmentos es la siguiente: publicación de periódicos, diarios y revistas, 71%; publicación de libros, 16%; otras publicaciones, 12%.

Fuente: [http://www.cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES\\_OLB\\_El\\_libro\\_en\\_cifras\\_11\\_310817.pdf](http://www.cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_El_libro_en_cifras_11_310817.pdf)



Fuente: Racines y Seiva Elaborado por: Racines

## Anexo 2. Formato de encuesta

### Encuesta

#### Sobre filosofía para estudiantes universitarios

Agradecemos por responder es siguiente cuestionario. Toda la información proporcionada será anónima y se utilizará solamente como referencia para un proyecto integrador de la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

**Edad:**

**Género:**

**1. ¿Tiene usted conocimiento sobre filosofía?**

Mucho  Algo  Poco  Nada

(Si la respuesta fue nada: fin de la encuesta)

**2. Nombre un filósofo famoso que conozca:**

---

**3. ¿Dónde aprendió sobre filosofía?**

Escuela  Colegio  Universidad  Cuenta propia

**4. ¿Qué tan interesante le resulta el tema?**

Mucho  Algo  Poco  Nada

**5. ¿Conoce Ud. al filósofo francés Guille Deleuze?**

Sí  No

**6. Según su criterio, ¿pueden el arte y la filosofía estar relacionadas?**

Sí  No

**7. Si la respuesta es sí, ¿qué tan relacionadas considera que estén?**

- Muy relacionadas
- Algo relacionadas
- Poco relacionadas
- Muy poco  relacionadas

**8. En breves palabras describa como cree Ud. Que están relacionadas arte/filosofía**

---

---

---

---

---

---

**9. De las siguientes opciones, ¿Cuál cree que es el mayor obstáculo para aprender filosofía?**

- Poco material disponible
- Falta de interés en el tema
- Contenido difícil de entender
- Muy aburrido de leer

**Anexo 3. Formato de entrevista con experto**

¿Quién es? ¿Cuál es su historia?

¿A qué se dedica? ¿Qué hace?

¿Qué lee? ¿Cuáles son sus influencias?

¿Cómo llegó a la filosofía? ¿y a Deleuze?

¿Qué importancia tiene la filosofía en su vida diaria?

Experiencias clave, cómo el formato de un libro puede afectar su aprendizaje

¿Se puede aplicar la filosofía en el diseño, así como en el arte?

¿Es el diseño arte?

¿Cuáles son sus metas como docente de filosofía?

¿Qué aspectos son los que más valora al buscar material sobre el tema?

#### Anexo 4. Presupuesto

Etapa de investigación				
Cantidad	Descripción	Tiempo	Precio unitario	Subtotal
2	Encuestas, Bocetos, Machote.	1 mes	600	1.200
Construcción del producto				
1	Diagramación	2 semanas	300	300
25	Diseño de collage	2 semanas	500	500
10	Fotografías	1 semana	150	150
Implementación				