



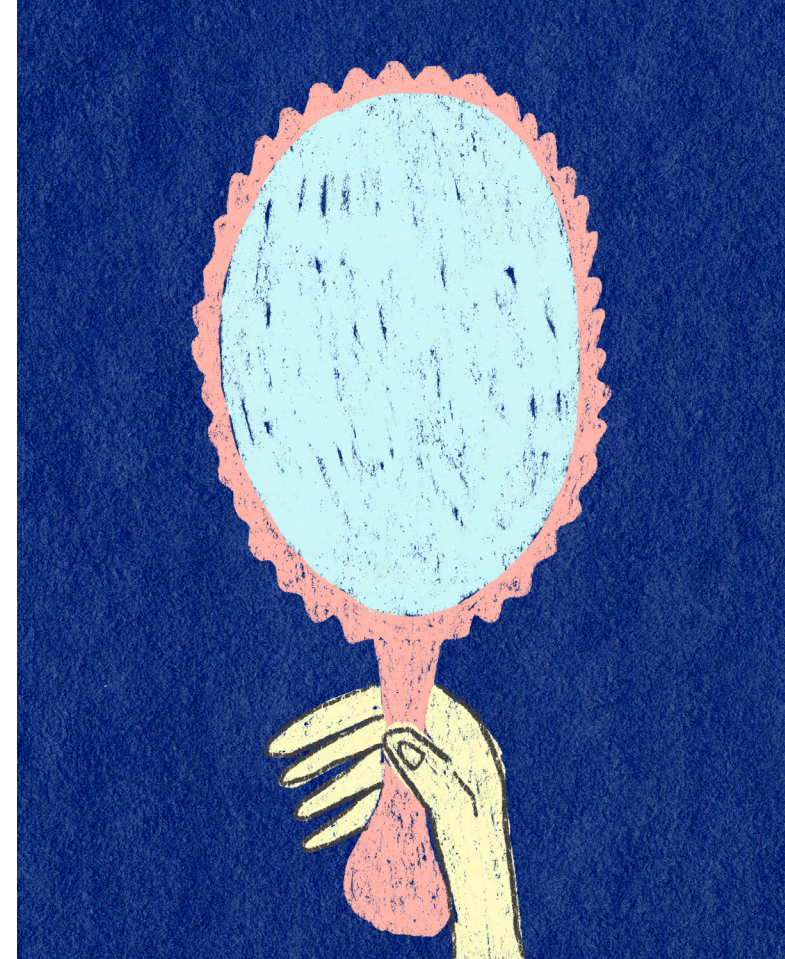
Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Pregrado

¿Qué veo en mi reflejo?

*Una publicación móvil experimental para adolescentes
en proceso de construcción de identidad*

Proyecto para optar al título profesional de
Diseñadora con mención en Visualidad y Medios

Santiago de Chile, 2024



KARLA ARAYA GARCÍA

Profesor guía: Eduardo Castillo

Profesora invitada: María Paz Morales

ME MIRA EN EL ESPEJO

¿QUIÉN SOY?



EMPIEZO MI VIAJE



Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Pregrado

¿Qué veo en mi reflejo?

Una publicación móvil experimental para adolescentes
en proceso de construcción de identidad

Proyecto para optar al título profesional de
Diseñadora con mención en Visualidad y Medios

KARLA ARAYA GARCÍA

Profesor Guía
Eduardo Castillo

Profesora Invitada
María Paz Morales

Santiago de Chile
2024

Dedicado a las adolescencias

AGRADECIMIENTOS

*A Claudia y Jorge
a Fernanda,
a Cariño Los Sueños,
por su apoyo incondicional desde siempre
a mis amigas,
por todo su amor en este proceso,
a Constanza, que me sugirió la idea de pop-up
a Luciana y Boris
a Sofía
por su infinita ayuda
a Rossana e Igor
a Maria Paz por su guía,
que fue clave para la creación de esta publicación.*

Resumen

La presente investigación buscó comprender la importancia de la adolescencia en el proceso de construcción de identidad. Este proceso está caracterizado por una serie de cambios emocionales, físicos y mentales que deben afrontar los jóvenes al transitar de la niñez a la adultez. En paralelo, se exploró la relación entre estos aspectos y la moda, la cual sirve como medio de expresión personal y constituye una forma no verbal de transmitir opiniones, valores, gustos y rasgos de la personalidad del individuo.

Este estudio se realizó con el objetivo de desarrollar un marco teórico y conceptual para la creación de una publicación experimental móvil de acompañamiento para adolescentes en el proceso de construcción de identidad.

Para alcanzar este objetivo, se llevaron a cabo diversas tareas de estudio, incluyendo la revisión y análisis de un amplio catálogo internacional de libros móviles, entrevistas a expertas tanto de la psicología infanto-juvenil como docentes del Lenguaje, dos testeos en un colegio dirigido al público objetivo, así como también una revisión bibliográfica de temas pertinentes a la investigación.

Este análisis detallado permitió identificar tendencias y preferencias específicas del público objetivo, así como los elementos clave que contribuyen a que esta publicación sea llamativa para los adolescentes.

Como resultado, se confeccionó una publicación móvil experimental ilustrada, con mecanismos de papel integrados acompañados de una narrativa que potencia el mensaje que busca transmitir: Reflexionar sobre la identidad. El resultado final es una herramienta de acompañamiento tanto educativa como expresiva, diseñada para los adolescentes en su viaje hacia el conocimiento y la autoexpresión a través de la moda.

Palabras clave: Adolescencia, identidad, libro móvil, autoexpresión.

Índice

PRIMERA PARTE: Investigación 9

1. PRESENTACIÓN 9

1.1. Introducción 10

1.2. Motivación personal 12

2. FUNDAMENTACIÓN 13

2.1. Planteamiento del problema 14

2.2. Justificación 18

3. PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 19

3.1. Objetivos 20

3.2. Preguntas de investigación 20

4. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA 21

4.1. Estado del arte 22

4.1.1. Literatura juvenil e identidad a través de la narración literaria 22

4.1.2. Libros móviles 24

4.1.2.1. Orígenes e historia

4.1.2.2. Ejemplos Clave de los primeros pop-up en la historia

4.1.2.3. Tipos de Libros móviles

4.1.2.4. Recopilación catálogo de libros móviles

4.1.3.- Conclusiones preliminares 43

4.2. Marco teórico 44

4.2.1. Psicología Adolescente 44

4.2.1.1. Desarrollo de la identidad en la adolescencia

4.2.1.2. Autoimagen y Autoestima adolescente

4.2.2. Moda en la construcción de imagen 47

4.2.2.1. La moda como forma de comunicación

4.2.2.2. La ropa como medio de expresión de identidad

4.2.2.3. El consumo de la moda en el mundo adolescente

4.2.3. Discurso Visual y verbal en los libros 52

4.2.3.1. Relación entre texto e imagen en la construcción de significados

4.2.3.2. Impacto persuasivo de las imágenes y su uso en la comunicación

4.2.3.3. La creación del discurso para adolescentes

5. MARCO METODOLÓGICO 58

5.1. Instrumentos de investigación 60

5.1.1. Focus group 60

5.1.2. Entrevista a docentes 61

5.1.3. Consulta a psicóloga adolescente 61

5.1.4. Análisis de libros móviles 61

5.1.5. Focus group 2 62

5.2.- Levantamiento de información en el contexto local 63

5.2.1.- Testeo en colegio 63

5.2.1.1.- Primera parte: Hábitos de lectura

5.2.1.2.- Segunda parte: Sobre Pop-up y formatos no-tradicionales

5.2.1.3.- Conclusiones testeo

5.2.2.- Entrevistas a expertos 71

5.2.2.1.- Docentes de Lenguaje

5.2.2.2.- Psicólogas Infanto-Juvenil

SEGUNDA PARTE: Desarrollo de proyecto 78

1. PRIMERA ETAPA DE DESARROLLO 78

1.1. Encuesta Experiencia Adolescente 82

1.1.1. Conclusiones finales encuesta 86

1.2. Definición temáticas 87

1.3. Definición de mecanismos 92

1.3.1. Prototipo 00 92

1.3.2. Prototipo 01 94

1.4. Orden Final de páginas: Prototipo 02 95

2. SEGUNDA ETAPA DE PROYECTO 97

2.1. Prototipo 03 - Proceso 98

2.1.1. Testeo 2 107

2.1.2. Conclusiones testeo 110

2.2. Texto del libro 112

2.2.1. Entrevista Tera ideas 112

2.2.2. Creación de texto 113

2.2.3. Análisis del texto: Consulta a expertos 115

2.2.4. Tipografía y diagramación 119

2.3. Título del libro 120

2.3.1. Diseño de portada 120

2.3.2. Diseño de guarda 122

3. PROTOTIPO FINAL 123

3.1. Correcciones 124

4. PROYECCIONES 126

4.1. Gestión de proyecto 127

4.2. Presupuesto 128

5. CONCLUSIÓN 129

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 132

// PRIMERA PARTE

INVESTIGACIÓN

PRESENTACIÓN

1.1. Introducción

Este proyecto de investigación surge de la necesidad de comprobar la relevancia de la adolescencia en el proceso de construcción de la identidad y, a su vez, aportar desde el diseño con recursos de acompañamiento a personas que están pasando por este período, para así ayudarles a fortalecer sentido de pertenencia, autoconocimiento y autoestima, aspectos fundamentales para enfrentar los retos emocionales y sociales propios de esta etapa.

La adolescencia es un periodo crucial del desarrollo humano y se caracteriza por una serie de cambios físicos, emocionales y sociales que contribuyen de manera significativa a la formación de la identidad personal y social.

Las discusiones sobre progreso y los nuevos paradigmas socioculturales siempre han sido influenciados por las nuevas generaciones y los valores y principios que ellas manifiestan, revolucionando gradualmente la sociedad y las formas en que ésta interactúa.

La moda y las maneras de vestir constituyen una de las formas más visibles de expresión personal en los adolescentes. La moda, entonces, se erige como un espacio que no se limita solamente a lo físico de por sí, sino que regula los cambios y preferencias de los individuos regidos por la actualidad y hace notar cambios dentro de la sociedad contemporánea. Esta concepción, particularmente en rela-

ción a las juventudes, manifiesta un punto crítico respecto a construcciones simbólicas significativas de estos sujetos.

En este contexto, surge la necesidad de explorar cómo los adolescentes reconocen su identidad a través de la moda y cómo esto influye en su percepción personal y su relación con el entorno sociocultural.

Esta investigación tiene como objetivo principal valorar estas conexiones entre la moda y la identidad desde la adolescencia, para fomentar y apoyar la expresión personal, el autodescubrimiento y la aceptación de la diversidad, a través de una publicación experimental, haciendo hincapié en los procesos psicológicos y emocionales que influyen en esta conformación identitaria. De esta manera se pretende representar, a través de una publicación, la importancia del proceso formativo de la identidad en la adolescencia, captando la atención de los usuarios tanto desde la emocionalidad como desde el reconocimiento y reflexión personal donde la adolescencia aparece como un punto de inflexión para el desarrollo de la identidad y la autoestima, y un adecuado acompañamiento puede proporcionar el apoyo necesario para navegar estos desafíos de manera saludable, fomentando relaciones saludables, una autoestima robusta y decisiones conscientes sobre el futuro.

El diseño, como disciplina, tiene la capacidad de observar, diagnosticar y proponer soluciones a problemáticas sociales, y esta investigación busca llenar un vacío disciplinar al ofrecer un recurso específico y accesible para guiar a los adolescentes en su autodescubrimiento a través de la moda, proponiendo la creación de una publicación móvil experimental.

Este documento comienza revisando el contexto actual de la literatura juvenil y recientes debates en torno a la literatura dirigida a adolescentes. A continuación, se realiza un análisis detallado de los libros móviles, abordando su terminología y explorando su evolución desde los primeros ejemplos registrados hasta su desarrollo actual en la industria editorial.

Por otro lado, se clasificaron por tipologías de los diferentes libros móviles que existen, explorando sus estructuras y mecanismos para proporcionar una visión amplia de su diversidad y aplicaciones prácticas. Posteriormente, se detalla el proceso de recopilación de datos en el entorno local, incluyendo *focus group* en colegios y entrevistas a expertos del lenguaje y de la psicología adolescente. Se describe la metodología y los resultados obtenidos de pruebas y observaciones realizadas en colegios locales para

entender la recepción y el impacto de los libros móviles entre los adolescentes de hoy.

Se obtuvo un marco teórico que sustentó la creación del prototipo para una publicación móvil experimental, maquetas que posteriormente fueron testeadas en un colegio para luego confeccionar la publicación en su totalidad, adecuando tanto la narrativa como lo visual en colaboración con los expertos mencionados anteriormente para asegurar el entendimiento y óptima recepción del público objetivo.

La investigación cierra con conclusiones y proyecciones extraídas del trabajo realizado y una breve descripción y planificación de este proyecto de diseño.

1.2. Motivación personal

Desde pequeña, la moda ha sido para mí un medio de expresión de mi propia identidad hacia el mundo que me rodea, por lo que siempre ha estado dentro de mi interés estudiarla y comprenderla como un lenguaje que se sobrepone a lo físico. Mi propia adolescencia estuvo marcada por la búsqueda constante de un estilo que reflejara quién era y quién quería ser, donde al mismo tiempo enfrentaba una constante lucha con mis profesores y cuidadores, debido a las restricciones impuestas por el colegio: no se permitía alterar el uniforme, pintarse las uñas o el pelo ni llevar perforaciones, y, en una sociedad como la nuestra, todo lo que se sale de la norma tiende a ser reprimido. Este viaje personal me hizo consciente de lo importante que es para los jóvenes contar con recursos que los guíen y acompañen en la formación de su identidad. Esta es la mayor motivación de esta investigación de diseño, con el objetivo de crear un libro que sirva como compañero y guía para adolescentes que, como yo en su momento, buscan definirse y expresarse a través de la ropa. Así, ofrecerles una herramienta que no solo los inspire, sino que también los aliente en este proceso y de alguna forma les de la confianza necesaria para explorar y construir su propio estilo de manera consciente y auténtica.

2

FUNDAMENTACIÓN

2.1. Planteamiento del problema

MODA Y JUVENTUD VS IDENTIDAD Y ADOLESCENCIA.

La adolescencia es el período de tránsito entre la infancia y la edad adulta. En este período, los adolescentes experimentan una serie de cambios físicos, hormonales, emocionales y sociales que influyen en la formación de su sentido y en la búsqueda de su lugar en el mundo.

La adolescencia se define habitualmente como “transición evolutiva” dado que supone, en el marco más amplio del ciclo vital, un período de cambio, crecimiento y transformación desde la inmadurez infantil a la madurez física, psicosocial y sexual de la edad adulta (Kimmel y Weiner, 1998, p. 8)

Históricamente, cuando se reflexiona en torno a las juventudes y su identidad, se establece una conexión instantánea con conceptos relacionados a todo espacio empírico, del descubrimiento y destape respecto a la vida, la libertad y las promesas del futuro. Las discusiones sobre progreso y los nuevos paradigmas socioculturales han sido, a su vez, influenciadas a lo largo de los años por los propios valores y principios que manifiestan las juventudes y revolucionan paulatinamente el habitar y las formas de interactuar como sociedad. Sin embargo, esta percepción de la “juventud”, desde los fenómenos sociales más contemporáneos, con la instauración de la era digital y la sociedad de consumo

desde finales del siglo XX y comienzos del presente siglo, se ha explotado e instaurado como un objeto de referencia de gran relevancia para el funcionamiento de las lógicas de consumo en el cual operan los sistemas económicos y culturales actuales en todo el mundo, donde la juventud representa aquello que es novedoso, y a la vez efímero y deseado, y que se configura en torno a un conjunto de ideales que soportan todo aquellos valores que promueven la circulación de productos que representan esta construcción simbólica de la juventud, la cual, tal como mencionan los Sociólogos Margulis y Urresti (1995), en su investigación titulada *Moda y Juventud*, “no es una condición natural sino una construcción histórica que se articula sobre recursos materiales y simbólicos” (p. 109). Uno de los medios más visibles y accesibles a través del cual los adolescentes expresan su identidad es la moda y la elección de su estilo. En este sentido, una de las industrias que más se respalda a través de este símbolo es la industria de la moda, la cual podemos entender como un espacio que:

No se limita a la vestimenta, sino que consiste en una lógica temporal que regula los cambios y reemplazos en las preferencias de los sujetos sociales. Como tal, está signada por la actualidad: se trata del constante predominio de lo reciente sobre lo antiguo, del encumbramiento de lo novedoso sobre lo pasado”. (Margulis y Urresti, 1995, p.110).

Esta concepción entonces se inserta desde principios frágiles respecto a lo que representa a un grupo social en un contexto determinado, y principalmente si se relaciona a las juventudes. Y es desde ahí que se genera un punto de inflexión y de problematización clave respecto a las construcciones simbólicas significativas de estos sujetos, insertos en este sistema socioeconómico y cultural basado en lo efímero y vertiginoso: ¿cómo es que se reconocen las mismas juventudes desde la Moda y cómo esto influye en la percepción personal y la construcción de identidad de estas personas? y desde allí ¿cómo esto altera su propia percepción en relación a su entorno sociocultural? A través de esta reflexión, para efectos de la investigación, se hace relevante reconocer a la adolescencia, en contraste al concepto de juventud, como el eje central que permite hacer una revisión más profunda y realista respecto a cómo es que se construye en la práctica los símbolos identitarios, en esta etapa etaria de las personas, a través de la moda. Comprendiendo que:

Parece claro que los adolescentes y los jóvenes son especialmente sensibles a su situación en el mundo. Por eso dependen estrechamente – aunque a veces no lo parezca – de la consideración de los otros y buscan, por infinidad de medios, construir su

propio estatus relacional. De aquí su trabajo incansable sobre la apariencia, la ropa, los modos y modas, y su habitual tendencia a significarse. (Costa, et al., 1996, p. 13)

Esta revisión a su vez, permitirá resignificar estas conexiones entre la moda, como medio de expresión y comunicación, a través de enlaces más significativos con la juventud desde la adolescencia, haciendo hincapié en los procesos psicológicos y emocionales que influyen en esta conformación de identidad temprana. Tal profundización daría espacio a un nuevo aporte a este nicho de investigación, dentro del área de la psicología y sobre todo del diseño, donde respecto a este último, cabe destacar que en la actualidad no existen trabajos desarrollados que involucre al adolescente directamente con la reflexión y construcción de su identidad en relación a la moda. Por consiguiente se identifica un vacío disciplinar, y una gran oportunidad creativa para abordarlo. Es desde allí, que el proyecto buscará hacerse cargo de esta problemática desde el diseño, a través de la creación de un libro experimental en formato pop-up, el cual no solo informa, sino que también sitúa y orienta al lector respecto a la experiencia adolescente en la conformación de su identidad desde la moda. Lo anterior, como una propuesta que adopta la disrupción implicada en el uso de este formato y en relación al tema, ya que el

formato pop-up es reconocido popularmente como uno de los más atractivos dentro del público infantil (Serrano, 2015). Por lo que al tratar sobre adolescencias, se busca resignificar e incluir al formato como acto simbólico de esta transición de la niñez a la adultez que representa la adolescencia. Además, busca contraponerse desde lo análogo y extravagante, frente a los formatos convencionales actuales que frecuentan y consumen los adolescentes a la fecha: la tecnología digital. De esta manera, es que esta investigación pretende representar desde una propuesta gráfica, innovadora e interactiva, la nobleza de este proceso formativo por medio de una visión integral centrada en el adolescente. Que logre captar la atención de los usuarios (lectores), tanto desde el acercamiento a su emocionalidad, como también del reconocimiento y reflexión de los procesos personales de cada lector en relación al contenido del libro.

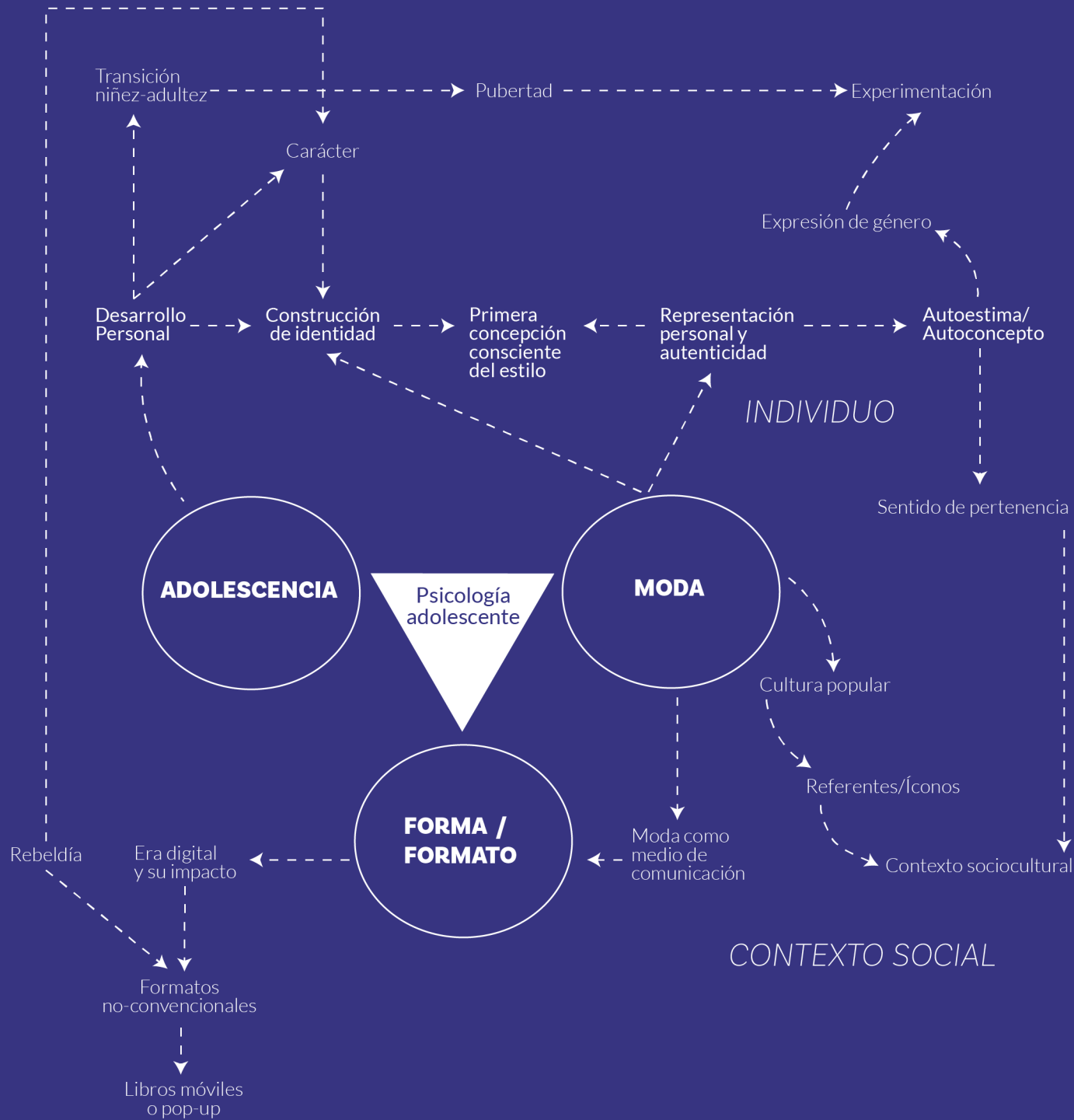


Figura 1.
Mapa conceptual.
Elaboración propia.

2.2. Justificación del problema

La adolescencia es un momento de vulnerabilidad, exploración y una fase crítica para el desarrollo del individuo, de su identidad y por tanto de su autoestima.

La formación de la identidad personal se da a lo largo de la vida a partir de ocho etapas y es durante la adolescencia cuando la construcción de la identidad alcanza su punto más álgido. Esto es debido a que es el momento donde la persona busca y necesita ubicarse en la sociedad en la que está inmersa (Bonachera et al. 2013, p. 213).

El entorno en que se desenvuelve el adolescente tiene un gran impacto para su desarrollo y un acompañamiento adecuado puede proporcionarle el apoyo y la orientación necesarios para navegar estos desafíos de manera saludable. Sin un debido acompañamiento los adolescentes pueden llegar a sentirse perdidos, inseguros y desconectados con su entorno, lo que podría perjudicar su salud mental y llevarlo a conductas de riesgo y decisiones impulsivas que podrían tener consecuencias a largo plazo. Un acompañamiento adecuado, además de fomentar un desarrollo emocional y psicológico positivo, les ayudaría a establecer relaciones saludables, desarrollar una autoestima robusta y tomar decisiones conscientes sobre su futuro. En ese sentido, el diseño como disciplina tiene la capacidad de observar, diagnosticar y proponer soluciones a problemáticas socia-

les y culturales. Así, en esta investigación se establece una clara conexión entre las formas intuitivas (como la moda) en las que se desarrollan las identidades en la vida cotidiana y las maneras de consumir información, pero, ¿son estos medios efectivos en la absorción y manejo de esta? Existe una carencia de recursos específicos y accesibles que guíen y acompañen a los adolescentes durante su proceso de autodescubrimiento a través de la moda, sobre todo si se lleva a lo tangible, a lo físico, a lo real. El desarrollo de una publicación experimental dirigida a este propósito podría llenar parte de este vacío y proporcionar una herramienta valiosa para acompañar a los adolescentes en el viaje que significa la construcción de identidad.

3

PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Objetivos

OBJETIVO PRINCIPAL

Valorar el proceso de desarrollo de la identidad en la adolescencia y su relación con la moda para fomentar y apoyar la expresión personal, el autodescubrimiento y la aceptación de la diversidad, a través de una publicación móvil experimental.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Definir la importancia de la construcción de la identidad en la adolescencia y su impacto en el desarrollo personal.
2. Analizar la autoexploración y su relación con la vestimenta, para comprender el uso de la moda como medio de expresión personal.
3. Identificar la forma y contenido en la que una publicación editorial experimental sirva de acompañamiento para la expresión personal durante el periodo de la adolescencia.

3.2. Preguntas de investigación

1. ¿Qué tan primordial es la adolescencia el desarrollo de la identidad?
2. ¿Cómo incide la moda y la vestimenta en la construcción de la identidad en la adolescencia?
3. ¿De qué manera se puede crear una publicación experimental para acompañar y reflejar la experiencia adolescente en relación con la identidad y la moda?



REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

4.1. Estado del arte

4.1.1. Literatura juvenil e identidad a través de la narración literaria

Cuando se presenta la pregunta respecto a cómo se conecta la construcción de la identidad y la literatura, aparecen diversas posturas que coinciden en la capacidad de la narración literaria de historias como un medio clave en la construcción de identidad personal y colectiva. Es allí donde el factor que más incidencia tiene, es el uso de un lenguaje literario, el cual se identifica como una forma narrativa que opera desde recursos subjetivos que no pretenden comunicar de manera literal, sino a través de alusiones o elementos narrativos que alteran la forma de entender el relato, en contraste con un lenguaje científico, el cual maneja la información de manera literal y tajante, tal como menciona Tornero (2021):

A diferencia del uso científico del lenguaje, el literario es connotativo, lo cual significa que emplea figuras retóricas y asociaciones; este tipo de lenguaje es “opaco”. El científico, por su parte, es “transparente”, denotativo, y nos guía directamente a lo que se refiere. El lenguaje en el uso cotidiano puede echar mano de figuras retóricas y giros, pero no crea un sistema ni es autotético, como el literario, que se justifica en sí mismo. (p.52)

En este sentido, la subjetividad de la narración a través del lenguaje literario permite abrir un amplio espacio de reflexión y problematización de la realidad, diferenciados según los recursos retóricos con los cuales se desarrollen los discursos, pero que coinciden al presentar fragmentos de ciertas realidades culturales, tanto de manera directa como indirecta, y que por medio de estos, es posible generar conexiones con lo narrado y la experiencia personal, de manera que se refuerza paulatinamente una percepción personal en torno a la identidad, en cuanto se entiende esta última como “una noción de nosotros mismos, en función o en comparación con otros que no son como nosotros [...], que no tienen ni las mismas costumbres, hábitos, valores, tradiciones o normas” (Castellón y Araos, 1999, p. 122)

En relación a esta última idea en torno a la identidad y la narración, el filósofo y antropólogo Jean Paul Ricoeur, en el texto *La identidad narrativa contenido en Historia y narrativa* (1999), profundiza sobre esta conexión relevante entre la narración de historias y la construcción de identidad, puesto que reflexiona sobre cómo la identidad por sí misma se construye a través de una narración, siendo este proceso de construcción una instancia no estática, sino que se construye y comprende a través de un proceso narrativo, en el cual es posible organizar los espacios temporales de

una historia entre el pasado, presente y futuro, de manera coherente, tal como se formula en un texto literario. En este sentido Ricoeur plantea que el reconocimiento identitario a través de la narración se hace por medio de un proceso de acercamiento ante diversas semejanzas del texto con las experiencias formativas del lector, o por el contrario, a través de un contraste mediante la ficción y lo imaginario, que le permite tomar distancia de la realidad, reforzando lo que reconoce como propio e identitario, en relación a esta como un conjunto de normas personales que conforman al individuo en relación al resto de la sociedad. Ante esto Mansilla (2006), explica que:

El texto se convierte, así, en una máquina productora de efectos de extrañeza cuyas consecuencias, en el terreno de la relación literatura-identidad, se hacen visibles en el hecho de que entonces la literatura promueve la dimensión “procesual” de la identidad; vale decir, la literatura ofrece experiencias de realidad que conducen a repensar, reimaginar, reconfigurar lo propio a través de la visibilización de sus fisuras, vacíos, carencias, incluyendo, sobre todo, los vacíos, carencias y deseos de los discursos que hablan de lo propio (p. 134.)

En relación a las juventudes dentro de los espacios literarios, existe en la actualidad una discusión activa respecto a cómo se aborda su categorización dentro de los géneros

literarios, siendo su categoría más conocida la de literatura infantil y juvenil (LIJ), de la cual diversas investigaciones han discutido la encapsulación de estos períodos etarios en uno solo, y las diferencias que en la práctica presentan, tal como menciona Baumgärtner (1974), en su texto *El libro juvenil alemán hoy*, explicando que “quien se proponga escribir o hablar sobre la literatura juvenil se verá abocado a la curiosa situación de tener que explicar previamente cuál es en realidad el objeto que va a abordar” (p.11).

Ante esto, aún existe un debate respecto a la existencia de una literatura juvenil como tal, debido a que no es posible establecer un consenso en el rango etario, ya que a pesar de existir cartas internacionales que buscan delimitar esta problemática, como lo fue en 1985 la Asamblea General de las Naciones Unidas, que dió origen al texto *Juventud*, 1985, en donde se determina a los jóvenes como las personas entre los 15 y 24 años de edad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], s.f), se reconoce una complejidad mayor, al estar fuertemente influenciada por los contextos socio-culturales, económicos y políticos específicos.

Sin embargo, Piaget e Inhelder (2015), en su texto *Psicología del niño*, reconocen que desde los 12 años las personas dan inicio a la realización de la personalidad y el desarrollo de

una capacidad cognitiva que les permite situar el yo en un contexto externo, para enfrentarse a la realidad que los rodea, a la vez de desarrollar la capacidad de abstracción y generación de conclusiones y resoluciones en torno a su experiencia con la realidad, y que solo a través de ese proceso cognitivo, que es en general hasta los 14 o 15 años, es posible en relación a la lectura, la maduración suficiente para la lectura plena.

A pesar de esto, Cerrillo (2015) hace énfasis en que “la literatura juvenil está condicionada por el mercado editorial que, como otros mercados (ropa, música, actividades de ocio), se dirige expresamente a ellos, pues ve en los jóvenes potenciales clientes, al ser un sector de la población con cierta independencia para adquirir sus productos” (p.215) Sin embargo, la literatura juvenil es capaz de reflejar los contextos sociales y culturales de su época, adaptándose a las necesidades y preocupaciones de los jóvenes. Según Cerrillo, “la literatura juvenil se convierte en un espejo de la sociedad, abordando temas contemporáneos y relevantes que resuenan con las experiencias de los jóvenes” (Cerrillo & Sánchez, 2006, p.11). Este enfoque permite que los jóvenes se vean reflejados en las historias que leen, facilitando una mayor conexión emocional y comprensión de su entorno.

4.1.2. Libros móviles

Los libros móviles, también conocidos como libros pop-up, libros desplegados o libros animados, son aquellos que al abrir y pasar sus páginas, revelan ilustraciones y/o elementos que se levantan, mueven o transforman. Estos libros incluyen mecanismos en su interior, realizados con distintas técnicas en papel, para producir efectos de movimiento, profundidad, tridimensionalidad, efectos ópticos, etc.

Este tipo de libros se consideran fuera de los formatos tradicionales (en los que predomina el texto) ya que con su dinamismo, involucran al lector como un participante activo de la historia, no sólo de forma física de acuerdo a su interacción con el objeto mismo, sino también de manera cognitiva a través de la experimentación, su curiosidad y su obligada participación, donde el lector va construyendo su propio significado de la obra.

En el pasado, estos libros solían ser etiquetados como lectura exclusiva para niños, incluso menospreciados dentro del ámbito editorial, debido a que su materialidad y sus efectos visuales no parecían aportar en términos discursivos, a menudo siendo clasificados como simples juguetes.

Hoy en día, constituyen un género en sí y la mentalidad ha evolucionado al respecto, Marta Serrano (2015), en su tesis doctoral *¡Pop-up! La arquitectura del libro móvil ilustrado infantil*, menciona que “ahora son respetados y considerados más seriamente como algo mucho más rico, incluso contrario a lo que podría ser un juguete. Podemos verlos como un modesto trabajo artístico que aunque inicialmente está dirigido a los niños, pueden ser estética e intelectualmente interesantes” (p.34)

El término “Pop-up” se origina de la onomatopeya anglosajona que describe páginas que se despliegan o saltan, y fue acuñado en 1932 por la editorial Blue Ribbon Books para designar una de sus colecciones infantiles de estas características (Hernández, 2019, p.51)

Al tener varias denominaciones para estos formatos es necesario hacer hincapié en cuáles serían las diferencias terminológicas entre unas y otras para diferenciarlas. Esta es una tarea difícil ya que esta clase de libros normalmente contienen más de un solo tipo de pop-up.

Al comparar el pop-up con el libro móvil, estos se diferencian principalmente en que el primero hace alusión a páginas que saltan automáticamente al pasarlas, mientras que el segundo requiere que el espectador manipule algo en la página (una rueda, solapas, lengüetas, etc).

Para efectos de esta investigación, utilizaremos la conceptualización de la autora mencionada anteriormente, Marta Serrano (2015), para la caracterización de lo que se entenderá como libro móvil:

Por lo tanto, aunque el epíteto ‘pop-up’ se suele aplicar actualmente a cualquier libro tridimensional o móvil, aplicaremos más apropiadamente el término “Libro Novelty” para todos aquellos libros con mecanismos bidimensionales e interactivos en su mayoría (...). Y el término ‘Libro Pop-up’ a los que contienen en su mayoría mecanismos tridimensionales basados en estructuras autoeréctiles que surgen con la apertura de la página y son generalmente más visuales que interactivas. Dicho esto, y dado que los libros móviles modernos suelen combinar muchos mecanismos a la vez (como no ocurría antes) ya sean bidimensionales o tridimensionales, podríamos considerar que todos estos libros entrarían en el concepto de “Libro Móvil”, ya que todos implican el movimiento de los mecanismos y del papel para crear su magia (p.35).

Entonces, en el marco de esta investigación se considerará el concepto de libro móvil como el término que abarca todos los tipos de pop-up. Además, se incluirán dentro de la recopilación de libros, algunos libros-objeto, considerados también dentro de los formatos no-convencionales y que constituyen obras con vocación tridimensional, es decir, se oponen a los libros tradicionales desde su objetualidad,

forma, materialidad, etc. Son estructuras espaciales por medio de la cual es posible la manipulación, desarrollo de la actividad sensorial y la recreación (Maldonado, Córdova y Lemas, 2021).

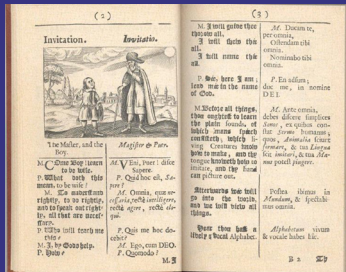
4.1.2.2.- Ejemplos claves de los primeros Pop-up en la historia

Los libros de pop-up que se conocen en la actualidad son frutos de una extensa evolución desde simples solapas y pestañas hasta escenas complejas tridimensionales. Y, si bien, no existe una fecha exacta en que aparecieron los libros pop-up ni se sabe quién confeccionó por primera vez un mecanismo de papel, hay algunos ejemplares de libros que surgen desde el siglo XII.

A continuación se dará a conocer una línea de tiempo a modo de esquema representativo de la historia del libro móvil rescatando la recopilación presentada por Marta Serrano (2015). [VER FIGURA 2]

LÍNEA TEMPORAL DE LIBROS MÓVILES EN LA HISTORIA





S.XVIII

S.XIX

1658
ORBIS SENSUALIUM PICTUS
- Jan Amos Komenski (Comenius)

Enciclopedia con 150 ilustraciones, para aprender latín y con ideas e información sobre el mundo.

Se considera el primer libro ilustrado para infancias.

1730
VORSTELLUNG EINES ZERSTÖRTEN SCHLOSSES MIT GEISTER
-Martin Engelbrecht

Por el más famoso creador de los "Peep-shows", que fueron el origen de los ahora conocidos como libros túnel. Una novedad en cuanto a formato: una caja de madera con agujeros en los que se observaban imágenes.

1744
El editor John Newberry comienza a vender libros para niños convirtiéndose en el primer editor de libros exclusivamente infantiles.

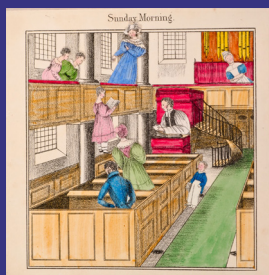
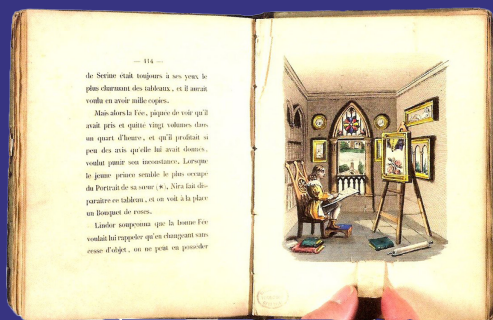
1750
LIBRO TÚNEL DE ENGELBRECHT "PEEP-SHOW BOX"
- Alemania

1765
Robert Sayer produce libros móviles para niños creados especialmente para entretener en Londres. Llamados en un principio "Metamorfosis" y luego "Harlequinades" y consistían en hojas sueltas con imágenes cortadas y dobladas en cuatro partes, con "bisagras" para combinarlas de maneras distintas e ir desarrollando la historia.

En este siglo se generalizan los libros con figuras móviles para ubicar escenas, así como también los teatros de papel, derivados de los peep-shows.

1810
THE HISTORY OF LITTLE FANNY
- S. & J. Fuller, Londres.
"Paper Dolls"

Libro con troqueles con muñecas para vestir que se levantan y pueden ser incorporadas a escenarios. Publicaron 19 ejemplares entre 1810 y 1812 y eran coloreados a mano.



1820

Se crean en Inglaterra, Francia y Alemania los primeros "Peep Shows" como "Paper Toys"

William Grimaldi crea los "Toilet Books" perfeccionando mecanismos móviles en libros infantiles.

1821

THE TOILET
- William Grimaldi, Londres.

Libro ideado como juego para fiesta familiar, dibujó varios objetos creando solapas que descubren una virtud debajo de ellos.

1830

THE PAIGNION
- F.C Westley.

Mejoró la idea de las "paper dolls" y elaboró este libro de 12 escenas con ranuras para poder introducir cualquiera de las 65 figuras troqueladas incorporadas.

1831

LIVRE JOUJOU AVEC FIGURES MOBILES
"Libro Juguete"

Jean-Pierre Brés, el primero en idear que tiras se unan a imágenes para moverlas, creando las lengüetas, siendo este de los primeros libros considerados como interactivos.

1837

Aparecen los primeros "Toy Books"

Se crea la editorial de libros y cartillas escolares Dean & Son, siendo estos los primeros en dedicarse exclusivamente al mercado de estos libros, publicando toda una serie de "Toy Books", dando lugar a los primeros verdaderos libros móviles producidos en gran cantidad. Entre 1860 y 1900 produjeron cerca de 50 títulos.

1856

Aparición de los "Scenic Books" (Teatrillos)

Primeros libros con escenas en tres dimensiones.

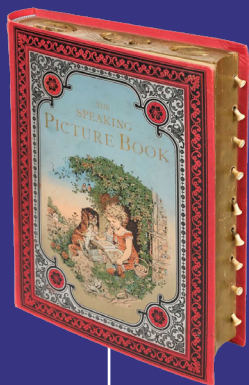
Dean & Son, Londres

1859

DEAN'S MOVEABLE BOOK OF CHILDREN'S OLD WOMAN AND HER SILVER PENNY

-Dean & Son, Londres.

Libro con solapas



S.XVIII

1885-1893
THE SPEAKING PICTURE BOOK. A SPECIAL BOOK WITH PICTURE, RHYME AND SOUND FOR LITTLE PEOPLE.

-*Christophe Leutbreyer*

Se publica el primer libro con efectos de audio. Contiene imágenes y texto, donde a través de un mecanismo se reproduce el sonido de cada ilustración.



1887 app.
INTERNATIONALER ZIRKUS

-*L. Meggendorfer.*

Teatrillo tridimensional de un metro de largo con 6 escenas de un circo en el que sus 450 personajes cobran vida al tirar de una lengüeta. Este autor produjo muchos alrededor de 100 títulos, siendo el más célebre de los creadores de libros móviles del S.XIX

1890
REVOLVING PICTURES

Ernest Nister, Nuremberg.

Este autor se especializó en libros móviles perfeccionando la calidad de estos. Crea un mecanismo de metamorfosis de imágenes en forma de rueda donde al comienzo aparece una ilustración y al manipular la rueda se disuelve esta y aparece otra imagen sobre ella.

S.XX

1914-1918

Primera Guerra Mundial

Marca el fin de la primera Edad de Oro de los libros móviles.



1929
BOOKANO STORIES (BOOK + MECCANO)

-*S. Louis Giraud*

Este autor provocó el nacimiento de los verdaderos pop-up, con lo que él llamaba "maquetas auto eréctiles" que incorporó en publicaciones anuales infantiles. Luego, publicó una serie de libros "Cuentos de Bookano" con 17 tomos.



1939

Serie de 10 títulos "Jolly Jump-Ups" de Geraldine Clyne, la primera mujer en recibir créditos como ilustradora en un libro pop-up.

1939-1945

Segunda Guerra Mundial.



Figura 2. Línea de tiempo de la historia del libro móvil, extraída de “¡Pop-up! La arquitectura del libro móvil ilustrado infantil” [Tesis doctoral]. Elaboración Propia. pp 26-30.

1952
EL BARCO PIRATA
-Editorial Molino,
Barcelona 1952.

1956
**LA PEQUEÑA CAPE-
RUCITA ROJA**
Serie de libros de
pop-up producidos
por la agencia estatal
de importación/expor-
tación Artia, Praga,
Checoslovaquia.
V. Kubasta creó más
de 120 libros pop-up.

1960
Segunda Edad de Oro
de los libros móviles.

1964
Se funda la empresa
Graphics Interna-
tional, marcando el
origen del concepto
de “packager”, siendo
este el proceso de
producción de libros
pop-up conecta a ilus-
tradores con ingenie-
ros de papel, impre-
sores y fabricantes,
facilitando la venta
de libros a múltiples
editoriales en todo el
mundo.

1967
INDEX BOOK
-Andy Warhol
Los libros pop-up
tocan directamente el
arte contemporáneo,
surgiendo creadores
que ven en ellos un
nuevo soporte con los
llamados “libros de
artista”.

1994
**ANN MONTANA-
RO FUNDA LA**
“MOVABLE BOOK
SOCIETY”
Agrupa artistas, edi-
tores y entusiastas de
libros móviles de todo
el mundo. Publica “the
movable stationary”

2000
La producción de li-
bros pop-up se reduce
drásticamente y otra
época de oro llega a su
fin. Y actualmente, la
calidad de los pop-up
que hay en el mercado
es muy alta y se han
vuelto cada vez más
complejos y experi-
mentales.

4.1.2.3. Tipos de libros móviles

Para comprender en profundidad los libros móviles, es esencial conocer sus diversas tipologías y clasificaciones. En esta investigación, se definirán dos categorías generales: pop-up tridimensionales y mecanismos bidimensionales.

Dentro de los pop-up tridimensionales, se incluyen las siguientes subcategorías:

1) Libro-Objeto: Los libros objeto, como se mencionó anteriormente, son libros donde su forma predomina y por tanto su estructura se configura de manera que añade valor al concepto del libro a los ojos del lector.

El libro *“Our Seasons”* [VER FIGURA 3 Y 4], de la autora Sue Lowell Gallion e ilustrado por Lisk Feng, trata sobre las estaciones del año. Este libro, cuando está cerrado, presenta la forma de un semicírculo con una base. Al abrir sus páginas, se transforma en un globo tridimensional autoportante. Este diseño se implementó para evocar la imagen del planeta Tierra en la mente del lector, proporcionando una representación visual y tangible del ciclo estacional.

2) Teatrillo de 90°: Este tipo de libro pop-up recibe su nombre debido a su capacidad para, al ser abierto de manera vertical, crear una especie de teatro en 90 grados, con

una página actuando como “suelo” de la escena y la página opuesta como “fondo”. Estos libros despliegan escenas que poseen múltiples planos, y mediante el corte y plegado de diversos elementos, proporcionan una experiencia visualmente dinámica.

Un ejemplo destacado de este tipo de libro móvil es *“Blancanieves”* (título original: *Królewna Śnieżka*), del autor e ilustrador Vojtěch Kubašta, publicado en Checoslovaquia en 1967. [VER FIGURAS 5 Y 6]

Este libro narra el clásico cuento de Blancanieves y los siete enanitos, utilizando el formato de teatro tridimensional para crear escenas con planos que cobran vida al pasar las páginas.

3) Teatrillo de 180°: Esta es una variación del ejemplo anterior, pero a diferencia del teatrillo de 90°, este tipo de libro se despliega de manera horizontal y se abren completamente, en 180 grados, representando espacios compuestos por distintos planos paralelos entre sí y de diversas maneras.

Un ejemplo destacado de este tipo de libros es *“Cuentos silenciosos”* (Título original: *Il état une fois...*) de Benjamín Lacombe. [VER FIGURAS 7 Y 8]

Es un libro móvil con homenajes a cuentos clásicos como Pulgarcita y Pinocho dándoles vida y volumen de manera que parece mágica.

4) Libros Túnel: Los libros túnel, originalmente conocidos como “*Peep-shows*”, se caracterizan por ser una estructura donde el contenido se despliega como un acordeón cuadrado. Estos libros están compuestos por paneles troquelados que forman un escenario en capas, ofreciendo una experiencia visual y narrativa que se despliega secuencialmente, permitiendo visualizar (por un orificio o ventanilla) todos los planos desde un extremo, creando la escena.

El libro “*Gato Encerrado*” de José Gordon [VER FIGURAS 9, 10 Y 11], posee ejemplos de túneles en su interior.

5) Libro acordeón o Leporello: Estos libros, como su nombre indica, están plegados en zigzag creando una estructura similar a un acordeón. Generalmente, sus páginas consisten en una única tira continua de papel o cartón, que no está encuadernada ni cosida. Aunque las portadas pueden variar en diseño y material, el interior siempre se despliega siguiendo este mecanismo característico.

El diseño en acordeón no solo facilita el despliegue y la visualización simultánea de múltiples páginas, sino que

también permite la creación de escenas extensas y detalladas que se desarrollan a lo largo de la longitud del libro.

Algunos ejemplos de este formato son los libros “*El regreso de los lobos*” de Nadja Belhadj [VER FIGURAS 12 Y 13] y la versión del cuento clásico “*Los músicos de Bremen*” de la editorial Una Luna. [VER FIGURA 14]

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA



Figura 3. "Our Seasons" de Sue Lowell, 2022.

Figura 4. "Our Seasons" de Sue Lowell, 2022.



Figura 7. "Cuentos silenciosos" de Benjamín Lacombe, 2013.

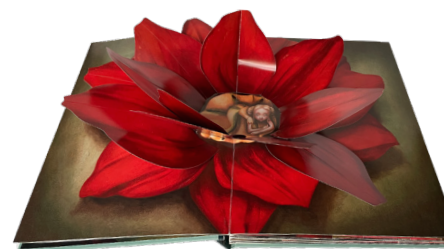


Figura 8. "Cuentos silenciosos" de Benjamín Lacombe, 2013.



Figura 5. "Królewna Śnieżka" de Vojtěch Kubašta, 1967



Figura 6. "Królewna Śnieżka" de Vojtěch Kubašta, 1967.

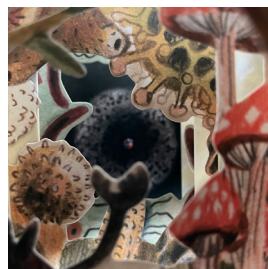


Figura 111. "Gato Encerrado" de José Gordon, 2019.

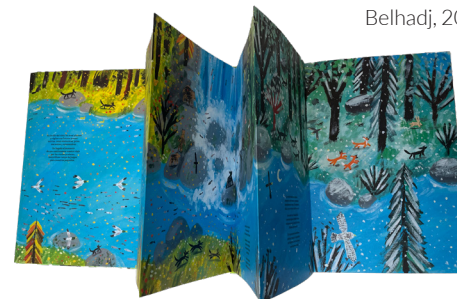


Figura 12. "El regreso de los lobos" de Nadja Belhadj, 2022.

Figura 13. "El regreso de los lobos" de Nadja Belhadj, 2022.

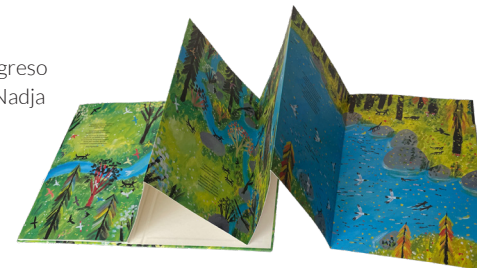


Figura 9. "Gato Encerrado" de José Gordon, 2019.

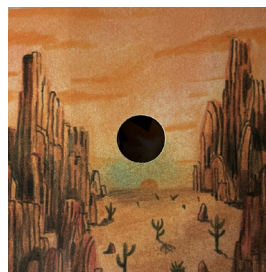


Figura 10. "Gato Encerrado" de José Gordon, 2019.



Figura 14. "Los músicos de Bremen" editorial UnaLuna.

Figura 15. "Estrambólicos" de José Jorge Letria, 2013.



Figura 21. "Little Tree" de Jenny Bowers, 2014.

Figura 16. "Estrambólicos" de José Jorge Letria, 2013.



Figura 22. "Little Tree" de Jenny Bowers, 2014.



Figura 25. "¡En la selva!" de Ingela P. Arrhenius, 2019.



Figura 27. "El regreso de los monstruos patas arriba" de Agnese Baruzzi, 2018.



Figura 26. "¡En la selva!" de Ingela P. Arrhenius, 2019.



Figura 28. "El regreso de los monstruos patas arriba" de Agnese Baruzzi, 2018.



Figura 17-18. "¿Qué hay detrás de la puerta?" de Agnese Baruzzi, 2018.

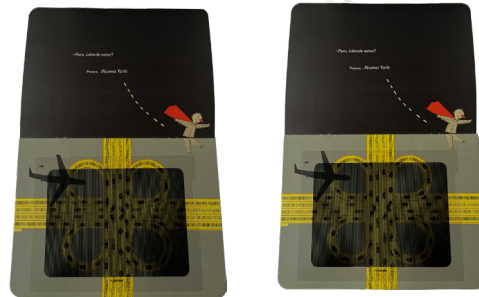


Figura 23-24. "Nueva York en pijamarama" de Michaël Leblond y Frédérique Bertrand, 2012.

Figura 33-35. "¡Piu!" de María José Ferrada, 2018.



Figura 29. "El regreso de los monstruos patas arriba" de Agnese Baruzzi, 2018.



Figura 19. "¿Quién ha sido?" de Jaume Copons, 2019.



Figura 20. "¿Quién ha sido?" de Jaume Copons, 2019.



Figuras 30,31 y 32. "Revolving Pictures" de Ernest Nister, 1979.

Dentro de la categoría de libros móviles bidimensionales, se pueden distinguir los siguientes mecanismos:

1) Libro a tiras: También conocidos como “*Mix and Match Books*”, son libros donde las páginas están cortadas en dos o más partes y unidas en su encuadernación, para que, al pasarlas, se puedan combinar libremente. Usualmente, estos libros poseen ilustraciones con personajes o animales con cortes que fragmentan su cuerpo, para que al combinarlas se generen muchísimas mezclas de personajes nuevos.

Un ejemplo de libro a tiras es “*Estrambólicos*” del autor portugués José Jorge Letria. [VER FIGURAS 15 Y 16] En este libro se presentan criaturas extrañas y multiformes que pueden cambiar tanto su aspecto como su nombre al combinar sus partes.

2) Troquel: Este tipo de libro contiene perforaciones en sus páginas que actúan como ventanas estratégicamente diseñadas, revelando partes específicas e intencionadas de la siguiente página.

El libro “*¿Qué hay detrás de la puerta?*” de Agnese Baruzzi ejemplifica este mecanismo [VER FIGURAS 17 Y 18]. En este libro, un troquel incorporado crea una especie de cerradura que da la ilusión de que en la página siguiente hay un

monstruo. Sin embargo, al pasar la página, se revela una imagen que desmiente la apariencia inicial de un monstruo.

3) Lengüeta: Este tipo de mecanismo posee imágenes que se activan mediante una tira de papel (o cinta, cuerda, etc.), que al tirar ella, la ilustración se pone en movimiento, aparece, se levanta o sobresale tridimensionalmente. En algunos casos, la lengüeta puede estar combinada con un troquel, donde inicialmente aparece otra imagen y al ejercer movimiento aparece otra a través de la perforación.

Cabe destacar que el mecanismo de lengüeta puede estar incorporado en otros tipos de pop-up al ser una herramienta que sirve para desplazar o mover elementos, como por ejemplo, en la rueda disolvente que será mencionada a continuación en el ensayo.

En el libro “*¿Quién ha sido?*” de Jaume Copons, las lengüetas se integran de manera ingeniosa en la narrativa misma del libro. Este trata sobre la identificación del responsable de diversas acciones, donde al tirar de cada lengüeta se revela quién realizó cada acción específica. Aquí, el mecanismo revela el elemento sorpresa y obliga al lector a participar en la historia. [VER FIGURAS 19 Y 20]

4) Solapas: Conocidas en inglés como *flaps*, las solapas son una de las formas más simples y sencillas de libro móvil. Una

pieza de papel o cartón fijada a la base revela una ilustración, texto o pop-up que está bajo ella. Hace aparecer un elemento oculto hasta ese momento a los ojos del lector.

En *“Little Tree”* de Jenny Bowers, las solapas desempeñan un papel principal como elemento interactivo. Este libro explora las estaciones del año, cada doble página presenta una ilustración de una estación específica con solapas que revelan elementos y palabras relacionados con cada temporada. [VER FIGURAS 21 Y 22]

5) Ilusión óptica - Efecto Moiré o Muaré: Algunos libros móviles incorporan ilusiones ópticas, como el efecto moiré, para crear animaciones visuales. Este efecto se logra mediante una serie de líneas dispuestas de manera que, al manipularlas, generan una ilusión óptica de movimiento. Estos libros a menudo incluyen una lámina de acetato o acrílico con las líneas necesarias. Al colocar esta lámina sobre las ilustraciones y moverla, las imágenes cobran vida, ofreciendo una experiencia interactiva donde el lector puede disfrutar de efectos visuales dinámicos.

Un famoso ejemplo de libro con este efecto es *“Nueva York en pijamarama”* de los autores Michaël Leblond y Frédéric que Bertrand. En esta publicación, el efecto es el agente principal y aparece de manera transversal en el libro, de

manera que el lector puede dar movimiento a cada página al mover la lámina añadida. [VER FIGURAS 23 Y 24]

6) Plegado en “V”: Otra de las formas más básicas de pop-up, son libros con piezas de papel dobladas en dos partes (no necesariamente iguales) formando una “V”. Cuando se abre la página se despliega y toma forma. Este mecanismo es ampliamente utilizado en libros pop-up debido a su simplicidad, siendo especialmente frecuente en publicaciones dirigidas al público infantil.

En el libro para primera infancia, *“¡En la selva!”* de Ingela P. Arrhenius, se muestran animales de la selva que sobresalen con este mecanismo. [VER FIGURAS 25 Y 26]

7) Volvelles: Estos dispositivos fueron de los primeros mecanismos inventados de pop-up. Consisten en discos o ruedas giratorias diseñados para ser manipulados y revelar información. En siglos pasados, se utilizaron para cálculos de diversa índole en manuscritos antiguos.

Un actual ejemplo de libro móvil con volvelles es *“El regreso de los monstruos patas arriba”* de Agnese Baruzzi. La publicación trata sobre monstruos. En un comienzo se muestra un objeto común y corriente, y al accionar la rueda este se transforma en un monstruo. [VER FIGURAS 27, 28 Y 29]

8) Rueda disolvente: En este mecanismo, creado por Ernest Nister en 1895, se posicionan dos ilustraciones circulares que comparten el mismo centro con cortes a lo largo de los radios, resultando las ilustraciones divididas de manera triangular. Al accionar la rueda, la imagen inicial se entrecruza con la que se encuentra debajo, disolviéndose gradualmente y resultando expuesta la imagen subyacente.

Actualmente se encuentran en el mercado reproducciones de publicaciones del autor de este mecanismo. “*Revolving Pictures*” de Ernest Nister, contiene seis ruedas disolventes compiladas junto con poemas. [VER FIGURAS 30, 31 Y 32]

9) Ventana disolvente: Esta es una variación del mecanismo mencionado anteriormente, la principal diferencia está en su morfología, que en este caso aparece en forma de ventana o persiana. De igual manera, se presentan dos imágenes superpuestas que se disuelven entre sí al accionarlas.

En “*¡Piu!*”, de la autora María José Ferrada, se muestran ventanas que despliegan distintas ilustraciones de aves. En este caso, el mecanismo está desarrollado para que al pasar las páginas se accionen las ventanas automáticamente cambiando la ilustración. [VER FIGURAS 33, 34 Y 35]

Estas son las tipologías de libros móviles estudiadas en esta investigación. Aunque algunos libros pertenecen ex-

clusivamente a cierto tipo de pop-up, por lo general, estos mecanismos se entrelazan en numerosas publicaciones, combinando múltiples tipos en una misma obra.

4.1.2.4. Recopilación catálogo de libros móviles

Los libros pop-up actuales son el fruto de una larga evolución y desarrollo en el estudio de los mecanismos de papel. Hoy en día, estos libros móviles han establecido su propio género distintivo en el mercado editorial. Para comprender mejor el panorama del mercado de libros pop-up, es crucial recopilar una selección de libros disponibles para un análisis detallado. Esto permitirá investigar las tipologías más utilizadas, los géneros y temas abordados, así como el público al que suelen dirigirse.

En este estudio, se consultó la colección privada de la Dudo Ediciones, la cual posee más de 50 libros móviles internacionales, de los cuales 37 fueron registrados fotográficamente y analizados a través de una ficha para detallar los datos esenciales de cada libro.

Cabe destacar que se eligió esta colección debido a su amplia variedad de títulos experimentales móviles y juveniles, lo que la convierte en una colección valiosa difícil de encontrar en otro lugar, abundante para explorar las posibilidades narrativas y estéticas del libro móvil.

Este proceso permitió tanto nutrir esta investigación con referentes que serán utilizados al momento de crear la publicación adolescente, como también obtener una mirada panorámica de la oferta de libros móviles que han sido lanzados al mercado.

De 37 libros pop-up analizados, 32 pertenecen al género infantil/juvenil, es decir, en su mayoría los libros móviles son creados para un público infantil.

Los libros que no pertenecen al género infantil, son principalmente publicaciones que contienen mecanismos muy complejos, como por ejemplo *"The Walking Dead: The Pop-Up Book"*, de S.D. Perry, desarrollado por los ingenieros de papel Becca Zerkin y David Hawcock. En este libro aparecen ilustraciones de zombies bastante explícitas, que claramente no podrían estar dirigidas a un público infantil. [VER FIGURAS 36 Y 37]

Otro de los libros que no pertenecen a este género es el libro a tiras *"1,029 Private Prayers for Worldly Christians"*, Libro donde las páginas están separadas en tres. La parte superior contiene un salmo u oración, la parte del centro tiene imágenes y la parte de abajo tiene slogans. Se pueden crear 1.090 combinaciones de oraciones e imágenes. [VER FIGURAS 38 Y 39]

Por su materialidad y complejidad, este tipo de libros, que en su mayoría están dirigidos a niños, es común que se recomiende o sea necesario que sean leídos en compañía de un adulto/mediador que los supervise debido a su fragilidad.

Figura 38. "1,029 Private Prayers for Worldly Christians" por Gerard A Pottebaum, 1968.



Figura 39. "1,029 Private Prayers for Worldly Christians" por Gerard A Pottebaum, 1968.

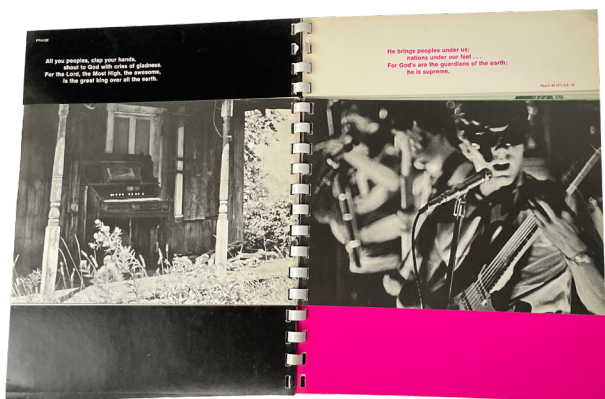


Figura 36. "The Walking Dead: The Pop-Up Book" de S.D. Perry. 2015.

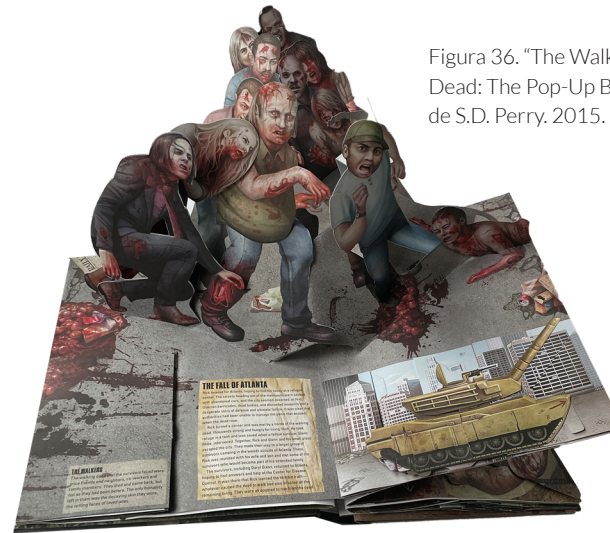


Figura 37. "The Walking Dead: The Pop-Up Book" de S.D. Perry. 2015.



Se agruparon según la tipología de cada libro móvil; estas fueron las siguientes con la respectiva cantidad de libros asociados a dichas tipologías:

- Acordeón o Leporello: 4 publicaciones
- Efecto óptico (efecto Moiré): 2 publicaciones
- Híbridos (Contiene combinaciones de varios tipos de pop-up): 4
- Libro a tiras: 3
- Libro con Lengüetas: 1
- Libro con solapas: 5
- Libro con troqueles: 3
- Libro con volvelles: 1
- Libro objeto: 3
- Pop-up en V: 2
- Rueda disolvente: 1
- Teatrillo de 90°: 2
- Teatrillo de 180°: 4
- Ventana disolvente: 2

Por tanto, las solapas son el mecanismo más utilizado dentro de los libros móviles recopilados. Esto podría deberse a la simplicidad que implica este sistema, el cual además se podría inferir que por la cantidad de material utilizado, no aumenta en mayor medida los costos de producción, como sí pasa por ejemplo en los mecanismos más complejos de pop-up. En ese sentido, los clasificados como híbridos también constituyen una mayoría dentro de los libros registrados, los que por el contrario a las solapas son libros mucho más complejos en su morfología, y a su vez poseen un alto valor en el mercado.

Otra de las tipologías utilizadas de manera más frecuente son los libros de acordeón y los clásicos teatrillos 180°.

Asimismo, a través de la ficha técnica utilizada, se logró clasificar cada libro por género y temática. Como se mencionó previamente, la mayoría pertenecen al ámbito de la literatura infantil, pero es notable la variedad de temáticas contenidas entre ellos.

Las temáticas abordadas en los libros móviles recolectados fueron las siguientes: Naturaleza, cuentos clásicos, animales, novela gráfica, ciencia/espacio, poemas ilustrados, arte, ciudad, cultura popular, relatos/vivencias.

Destaca que la mayoría (11 libros) están centrados en la naturaleza y los animales para niños, seguidos de libros educativos sobre ciencia y espacio, que fueron los más recurrentes. Esto refleja la prevalencia de estas temáticas dentro de la literatura infantil y educativa.

Por otro lado, se encontraron un par de publicaciones que abordan temas más sensibles, como son la migración y el holocausto:

“*Migrar*”, del mexicano José Manuel Mateo. Libro tipo acordeón que narra la historia de un niño emigrante. [VER FIGURA 40 Y 41]

“*Pitchipoi*”, de Jacqueline Goldberg. Libro de formato triangular. Al abrirlo se crea un cuadrado que enmarca la historia y sus sutiles ilustraciones. [VER FIGURAS 42, 43 Y 44]

Estos casos ejemplifican el cómo se pueden abordar temas difíciles en libros destinados a niños, utilizando un enfoque que los hace accesibles y fáciles de comprender, manteniendo al mismo tiempo la sensibilidad y el respeto por la complejidad de las temáticas tratadas.

Figura 40. “Migrar” de José Manuel Mateo, 2012.



Figura 41. “Migrar” de José Manuel Mateo, 2012.



Figura 42. “Pitchipoi” de Jacqueline Goldberg, 2019.

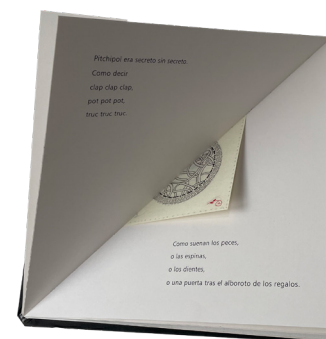


Figura 43. “Pitchipoi” de Jacqueline Goldberg, 2019.

Figura 44. “Pitchipoi” de Jacqueline Goldberg, 2019.

4.1.3. Conclusiones preliminares

El registro y recopilación realizado revela la amplia variedad de tipologías de libros móviles que existen en el mercado. Desde los más simples como son el uso de solapas y pop-up en “V” hasta los más complejos que aparentan ser un rompecabezas tridimensional para quienes los observan. Esta diversidad permitió explorar la amplia diversidad de opciones creativas que son publicadas dentro del ámbito editorial. Esta colección de libros evidentemente servirá de referente para la posterior creación propia de una publicación experimental que integre el pop-up como herramienta visual para los jóvenes.

Aunque la mayoría de los libros analizados pertenecen a la literatura infantil, hay una apertura a temáticas más maduras y complejas como la ciencia, el espacio, el arte y relatos personales. Para esta investigación el reconocimiento de esta apertura invita a reflexionar los modos en que se tratarán los temas en la publicación propia.

Por último, este estudio proporcionó una base sólida en cuanto a referentes tanto visuales como sintéticos para la creación de un libro móvil dirigido a adolescentes, enfocándose en ofrecer una experiencia de lectura enriquecedora y didáctica para el acompañamiento y apoyo en el proceso de desarrollo de identidad para los adolescentes de hoy.

4.2. Marco teórico

4.2.1. Psicología Adolescente

Para adentrarse a describir de qué va la psicología adolescente, se debe comprender que el ser humano a lo largo de su vida atraviesa por diferentes etapas, las cuales aportan al desarrollo tanto a nivel biológico como a partir de la experiencia y el aprendizaje. Este proceso no termina hasta llegado el momento de la muerte. Una de las disciplinas que se ha dedicado a estudiarlo es la psicología, específicamente la rama de la psicología evolutiva o del desarrollo.

Desde su definición general y más actual, tomando también en cuenta Jean Piaget como uno de sus precursores, se tiene que el ciclo vital del ser humano se divide en 4 grandes etapas: niñez, adolescencia, madurez y senectud, centrándose en los diferentes factores que inciden en la formación del individuo, desde su desarrollo físico, socio-afectivo, comunicativo y cognitivo principalmente (Morris & Maisto, 2005).

Si bien, con el paso del tiempo, se han generado una serie de teorías y modelos en relación a la psicología evolutiva, en esta ocasión resulta importante destacar el aporte hecho por Erik Erikson desde una perspectiva psico-social del desarrollo, puesto que trae a la discusión la existencia de

crisis, teoría que propone una división de etapas distintas a las propuestas por Piaget, quien las aborda desde lo cognoscitivo.

J. PIAGET	E. ERIKSON
Sensorio-Motora (0-2 años)	Confianza vs Desconfianza (0-2 años)
Pre-operacional (2-7 años)	Autonomía vs Vergüenza y duda (2-3 años)
Operaciones concretas (7-12 años)	Iniciativa vs Culpa (3-6 años)
	Laboriosidad vs Inferioridad (6-12 años)
Operaciones formales (12 años-adultez)	Búsqueda de identidad vs Confusión de identidad/roles (12-20 años)
	Intimidad vs Aislamiento (20-40 años)

Figura 45. Tabla comparativa de teorías de psicología adolescente entre J. Piaget y E. Erikson. Elaboración propia.

4.2.1.1.-Desarrollo de la identidad en la adolescencia

Una de las arterias principales que articula esta investigación se centra en el reconocimiento de los factores psicológicos que intervienen en la construcción de la identidad de los humanos en su etapa de desarrollo adolescente. Ante esto, se vuelve relevante en primera instancia establecer las definiciones, tanto de los conceptos de identidad como de adolescencia, con el objetivo de dar un marco general de las aproximaciones con las que será abordado la totalidad del trabajo.

Volviendo al psicólogo y psicoanalista Erik Erikson, quien dentro de las ocho etapas que propone en su teoría para analizar el desarrollo psicosocial del individuo, donde uno de los ejes centrales es la formación de la identidad, la cual actúa como el principal desafío frente a la confusión de roles originada alrededor de los 12 años y prolongada hasta aproximadamente los 20 años. En ese sentido, es que entiende la identidad como “un proceso localizado en el centro del individuo, así como en el centro de su comunidad y cultura” (Erikson, 1980, p.22). La identidad implica una sensación subjetiva de mismidad que permite la diferenciación personal y el establecimiento del yo frente a las demás personas (Erikson, 1993).

Dentro de toda la revolución fisiológica que implica la adolescencia, empezando por la pubertad, es que estos cambios inciden directamente en la imagen corporal y la identidad del yo, lo que provoca cierta atención y confusión del adolescente hacia lo que parecería ser “ante los ojos de los demás” (Erikson, 1993, p.228), tendiendo a juzgarse a sí mismo en comparación a ese otro y en el marco de los modelos culturales dominantes a los cuales está sometido. Lo anterior debido a la búsqueda (y necesidad) de ubicarse dentro de esa sociedad, lo cual se concreta alcanzando la propia identidad (Rice, 1997).

Específicamente serían dos las etapas claves, según Erikson, para la formación de la identidad. La resolución exitosa de esta etapa resulta en una identidad coherente y estable, mientras que la falta de resolución puede llevar a la confusión de roles y una identidad difusa. (Bordignon, 2005):

Adolescencia (Identidad vs. Confusión de Roles)

Los adolescentes comienzan a ser más conscientes de que tienen una identidad y de lo que ello implica. Exploran diferentes roles y aspectos de su identidad, preguntándose sobre sus propósitos, roles dentro de relaciones, quiénes son. Buscan establecer un sentido coherente de sí mismos, un equilibrio entre lo que desean ser y lo que su entorno espera que sea.

Adulthood Temprana (Intimidad vs. Aislamiento)

Los jóvenes adultos se enfrentan al desafío de formar relaciones íntimas y comprometidas, priorizando unas sobre otras de acuerdo a su propia valoración, en búsqueda de compañía, seguridad y confianza, lo cual consolida aspectos importantes de su identidad.

Es en este sentido, que “síntomas” de la adolescencia pueden confundirse con síntomas y episodios neuróticos, sin embargo es importante recalcar que sólo es una crisis normativa, en otras palabras, “una fase normal con una suerte de conflictividad, caracterizada por una aparente fluctuación de la fuerza del ego, así como por un elevado potencial de desarrollo” (Erikson, 1980, p. 140).

Por otro lado, James Marcia (1980) amplió el trabajo de Erikson sobre la identidad y se centró específicamente en la formación de la identidad durante la adolescencia, fruto de un intenso proceso de autoexploración llamado crisis de identidad. Para explicar aquello propone cuatro posibles resultados de aquel proceso, en función del grado de exploración y compromiso, sintetizados en:

- **Difusión de Identidad:** Falta de exploración y compromiso.

- **Exclusión de Identidad:** Compromiso sin exploración.
- **Moratoria de Identidad:** Exploración sin compromiso.
- **Logro de Identidad:** Exploración seguida de compromiso.

En síntesis, las teorías de Erik Erikson y James Marcia son las más explícitas y dirigidas en cuanto a la importancia de la adolescencia para el desarrollo de la identidad. Erikson ve la adolescencia como el período en el que se resuelve la crisis de identidad vs. confusión de roles, acogiendo factores psicosociales determinantes, mientras que Marcia amplía esta idea con sus estados de identidad dependiendo del nivel de autoexploración y compromiso, otorgándole importancia a la decisión consciente que realiza el adolescente para formar su identidad.

4.2.1.2.-Autoimagen y Autoestima adolescente

Conceptos como la autoimagen y el autoestima son claves en el desarrollo de la identidad en la adolescencia, puesto que son el reflejo esencial de su percepción personal inserta en un contexto sociocultural, y que se encuentran fuertemente influenciados por sus amistades, grupos escolares y familia, quienes refuerzan y comparten con

el adolescente su propia percepción de estos, lo que en conjunto de su propia exploración personal, conforman un conjunto de ideas, tanto externas como internas sobre su propia identidad, que alteran la realidad del adolescente de manera significativa en relación a su lugar en el mundo.

Ante esto, el autor Laurence Steinberg, en su texto *Adolescencia* (2011), fundamenta la relevancia de estos conceptos en la formación de la identidad adolescente, describiendo por un lado a la autoimagen como “la colección de rasgos y atributos que utilizan para describirse o caracterizarse a sí mismos.” (p. 210) y a la autoestima como “el grado en que los individuos se sienten positiva o negativamente acerca de sí mismos.” (ídem). En ese sentido, el autor explica que estos factores se encuentran fuertemente vinculados entre sí, puesto que por un lado, durante la adolescencia se experimentan cambios tangibles como son los físicos, los cuales pueden influenciar tanto de manera positiva como negativa en la autoimagen del adolescente, lo que interviene directamente en su autoestima. Junto con esto las observaciones y expectativas de sus entornos sociales intervienen significativamente en la autoimagen de los adolescentes, la cual menciona el autor, puede tener un impacto significativo en su autoestima.

4.2.2. Moda en la construcción de imagen

4.2.2.1.-La moda como forma de comunicación

“En la moda todo es comunicación”. (Chavez, 1986, p.96)

Cuando se habla de moda desde una perspectiva contemporánea, se hace relevante reiterar en que podemos entenderla como algo que “no se limita a la vestimenta, consiste en una lógica temporal que regula los cambios y los reemplazos en las preferencias de los sujetos sociales. Como tal está signada por la actualidad: se trata del constante predominio de lo reciente sobre lo antiguo, del encumbramiento de lo novedoso sobre lo pasado”. (Margulis y Urresti, 1983, p.110).

Desde esa perspectiva, es posible reconocer una evolución del concepto, que trasciende a su función primaria, que es el vestir, transformándose en un fenómeno social capaz de comunicar mensajes en torno a la identidad y pertenencia social. Aquel cambio de paradigma establece a la moda como una poderosa forma de comunicación a través de lo visual, que permite la trasmisión de significados profundos y variados.

En ese sentido, diversos autores han destacado la capacidad comunicadora de la moda, Barthes (1978) afirma que “esa capacidad de la moda de informar o desinformar se debe a que se trata de un lenguaje de signos, un sistema no verbal de comunicación plagado de mensajes y significados”. (p. 226), junto con esto, Bernard (2002) refuerza esta idea, mencionando que “la moda es una forma de comunicación simbólica que implica significados profundos y conexiones emocionales” (p. 18).

Ante esta última postura, se hace relevante destacar a la moda como un componente cultural que está fuertemente ligado con las artes, lo cual le otorga una mayor profundidad en relación a su capacidad de transmitir ideas y posturas de manera estética y sensible, como también desde una mirada reflexiva y crítica, tal como menciona Sanchez-Contador (2016):

La capacidad de expresión de la moda y su valor como vehículo de cultura, provienen de la naturaleza artística de la moda y con ella de su capacidad de reflejar la realidad y evolucionar con ella. Así la moda evoluciona con el uso que las personas que dan, pero también con los significados que le añaden. (p. 134).

Y es esta cualidad de la moda, la que no solo permite transmitir mensajes, sino también explorar cuáles discursos

y posturas transmitidos por medio de esta son los que se reconocen como parte de los principios de quien la experiencia, lo que permite profundizar en la realización de la identidad personal, a la vez de reconocer a aquellos que comparten sus ideales, de manera que se genera un espacio para construir redes, colaborando a la socialización de cada individuo.

4.2.2.2.-La ropa como medio de expresión de identidad

Hemos de ser conscientes que la configuración de identidad a través de la moda es mucho más que el uso de prendas como símbolo de clase o estatus, se trata de la forma en la que cada individuo dispone de estos para transmitir mensajes simbólicos a otros mediante vista, tacto, olfato... (Davis, 1992, p.16).

Al afirmar la moda como un medio de comunicación, se puede entender también como un medio de expresión. La vestimenta expresa ideas que se relacionan tanto con los espacios externos al que la habita, como también de los internos, externos en cuanto se busca otorgar sentido a la vida en sociedad e insertarse en un medio interactivo que funciona constantemente a través del reconocimiento de códigos de pertenencia, e internos en relación a lo que un individuo busca representar y comunicar de sí

mismo a través de ella. Es por esto que en la dimensión de la identidad, tanto personal como colectiva, la moda se hace presente como el conjunto de intereses personales que se transmiten hacia el exterior en la búsqueda de representación y cohesión con el mundo que nos rodea, operando como un mecanismo clave para la comunicación y expresión de la identidad personal de una persona y de la sociedad en la que habita en un contexto sociocultural específico. Sobre esta idea Hollander (1978), sustenta que:

Como parte de lo que llamamos cultura, la moda nos ayuda a ser conscientes de nosotros mismos y nos ayuda a construir nuestra imagen individual relacionada con la imagen de los ideales socialmente aceptados, esta imagen, junto con el mensaje que transmite la misma, tiene una enorme importancia tanto desde el punto de vista comunicativo como psicológico y social, pues ambas conforman la identidad (p. 14-15).

Por otro lado, es preciso reconocer las dificultades que ha presentado la moda como medio estético de diferenciación personal y de construcción identitaria cuando se sitúa dentro del mundo moderno, y los modelos socioeconómicos que han alterado las formas en las que se accede y se intercambia la moda, comprendiendo que en la actualidad esta circula a través de una masiva industria cultural, mediada por los sistemas de consumo modernos,

las cuales se apoyan de la generación de necesidades ante la adquisición de productos, enfocando la producción de las indumentarias textiles en una constante producción de tendencias, que por el contrario de generar improntas que estimulen la diversidad de expresión por medio de ellas, se soportan por medio de discursos visuales frágiles y carentes de mensaje emocional y simbólico. Sobre la problemática de la moda inserta en la sociedad de consumo, Margulis y Urresti, (1983), reflexionan en torno a la capacidad de obsolescencia que le otorga la industria a la moda actual, mencionando que:

El valor de uso material de los objetos es más perdurable que su valor de uso simbólico; este último es más frágil, sustentado en la competencia por la distinción y alimentado por la propaganda. Es el terreno en que la moda contribuye a la valorización del capital, erosionando el valor-signo de bienes que conservan aspectos funcionales de su valor de uso material (p.112).

Sin embargo, a pesar de aquella realidad que inhibe en cierto nivel a la moda como constructor de identidad, diversos autores insisten en el poder de expresión y representación original de ésta, tal como reflexiona Sanchez-Contador (2016) en relación a Abruzzese (2010), mencionando que el objetivo principal de la moda no ha cambiado durante el tiempo, siendo este el enseñar a las personas a moldear su

propia identidad, a la vez de aprender a habitar el mundo, ya que “el hecho de que alguien no esté a la moda significa que ocupa otro lugar en el mundo: que es espontánea e intencionalmente diferente, excéntrico, alternativo, pero que igualmente ocupa un lugar dentro de las formas de habitar” (Abruzzese, 2010, p.16).

De esta manera, la autora da a entender que de la moda es posible de sacar provecho, de manera diferenciada a esta como sinónimo de tendencia, dando espacio a la exploración del gran abanico de posibilidades y experiencias que otorga el mundo de la moda a las personas, para que profundicen e indaguen en este formato de expresión para la conformación de su propia identidad, que por su propia naturaleza, fluctúa en el presente, de la misma manera que las identidades lo hacen, acompañándose mutuamente en todos los procesos formativos, aportando significativamente a la adquisición de sentido a la vida y del ser. Sánchez Contador (2016), complementa en relación a esta misma postura, que:

La dificultad se presenta en la manera de vivir y experimentar la moda y en la necesidad de una educación relacionada a con la misma que ponga en relieve los beneficios que pueden extraerse de ella, y que en la mayoría de los casos, solamente puede obtenerse a través de las publicaciones o blogs de moda, que no siempre

tienen el bienestar y el consumo responsable y saludable entre sus objetivos, pues a menudo responden a intereses comerciales y funcionan como un altavoz al servicio de la Industria. (p.144)

4.2.2.3.-El consumo de la moda en el mundo adolescente contemporáneo

La moda como tal, siempre ha dependido de su capacidad como medio de comunicación para mantenerse vigente, puesto que continuamente la oferta de nuevas ideas captura a las personas en su necesidad de actualización y desarrollo de personalidad, modo por el cual la industria se sustenta y mantiene activa y circulante, enfatizando en que “sin la presencia de la cultura visual y de los individuos que difunden ideas, sentimientos o acciones que representan a la sociedad, la moda no existiría”. (Toribio, 2020, p.23).

Bajo esta perspectiva, al situarse en la actualidad, la era digital ha transformado considerablemente las formas de consumo de la cultura visual, en donde el acceso a lo que la moda mundial ofrece se ha acelerado de manera significativa, permitiendo conectar y tener alcance de las distintas tendencias y referentes de manera inmediata y expedita, lo que ha significado para el mercado de la moda una redefinición radical de sus estrategias de marketing y

difusión de sus productos, en donde las juventudes juegan un rol crucial puesto que “los adolescentes y jóvenes de hoy son considerados nativos digitales, ya que han crecido rodeados de tecnología y poseen un dominio y comprensión de la misma que supera a generaciones anteriores.” (Piscitelli, 2009, p.12)

Es por esto, que las redes sociales y el internet son los medios por los cuales se tiene mayor alcance ante este grupo etario, entregando una mayor horizontalidad en el alcance visual de las nuevas tendencias, en donde uno de los fenómenos más transformadores de este cambio cultural es la conformación de nuevas figuras influyentes, que se separan de aquellas figuras de alta clase, tales como actores, modelos e ídolos mediáticos tradicionales, de las cuales históricamente la moda siempre ha dependido para generar interés en la sociedad, abriendo paso a los *influencers*, los cuales pueden definirse como “personas que han adquirido la fama a través de los medios de comunicación y redes sociales, y realizan colaboraciones con la industria de la moda (desde la ‘Alta Costura’ hasta el comercio local), divulgando prendas y complementos por medio de sus redes sociales (Erner, 2005 citado por Toribio, 2020, p.215).

Por medio de estos, es que las juventudes identifican a aquellos que difundan aquellas preferencias que más los identifique, y establecen una red de referentes activos, que se relacionan de manera cotidiana con su vida, de manera que existe una presencia paulatina de estos modelos, afirmando y transformando aquellos elementos identitarios que se actualicen a medida que estas figuras difunden las nuevas tendencias. Sobre este fenómeno Toribio (2020) sintetiza mencionando que:

“El sistema de la moda se encuentra vigente en la cotidianidad adolescente a través de los medios de comunicación, redes sociales e Internet. El creciente uso de dispositivos electrónicos permite el seguimiento diario de las tendencias de la vestimenta, así como de los gustos y preferencias que se comparten con el resto de iguales. Mediante esas preferencias, la juventud estructura la identidad personal definiendo una imagen con referencias de la cultura visual, en la que los ídolos adquieren gran importancia para la transmisión y posterior adaptación de un estilo de vestimenta juvenil concreto”. (p.17)

Sin embargo, se vuelve relevante hacer énfasis en que existen actualmente discusiones respecto a esta horizontalidad, o democratización de la moda desde lo digital, ya que se presume que se sigue manteniendo una diferenciación en la difusión de la moda, lo que cuestiona las reales in-

tenciones detrás de la industria cultural que media estas instancias, bajo la premisa de que las lógicas de consumo que la movilizan en la actualidad, se mantienen vigentes y sus objetivos comerciales no varían, es decir, la generación de la necesidad de consumo por parte de los receptores es la principal meta, tal como sustenta Toribio (2020), en línea con otros autores, argumentan que “El objetivo al fin y al cabo es que la sociedad se habitúe al sistema de la moda y a su consumo”.(p.216)

4.2.3. Discurso visual y verbal en los libros

Considerando el tema y objetivos de esta investigación, en la cual se busca valorar el proceso de desarrollo de la identidad en la adolescencia y su relación con la moda, fomentando la expresión personal y el autodescubrimiento, por medio de una publicación editorial experimental, es que resulta relevante hacer una revisión bibliográfica que atienda no sólo al discurso verbal dentro de los libros, sino que también del discurso visual. Puesto que es allí es donde se abren las posibilidades para comunicar y generar una narrativa que tenga una llegada cercana e interesante para los adolescentes.

4.2.3.1.- *Relación entre texto e imagen en la construcción de significados*

En primera instancia, para entender cómo se conforman el discurso visual y verbal hay que centrarse en la base de la relación entre texto e imagen, lo que inevitablemente lleva a la controversial pregunta de qué es la imagen, especialmente para tener un acercamiento a los estudios visuales y la disciplina del diseño.

Es en el siglo XX, donde producto de la proliferación de imágenes en la cultura y comunicación disparada con la aparición de los nuevos medios y las nuevas tecnologías, se comenzó a concebir la necesidad de comprender y entender dichas formas icónicas desde su relación con las personas y el entorno (García, 2017) . En esa línea, es W.J.T. Miftchell (1992) quien pronostica e insiste en una transformación de la “cultura de las palabras” en una “cultura de las imágenes”, la cual no sólo determinaría una forma de comunicación, sino que también la forma en que se aproxima la realidad y cómo se concibe.

Asimismo, Martin Seel (2010), en su búsqueda por esbozar un qué son las imágenes, propone una serie de tesis (trece) que desarrollan a modo general las imágenes materiales, definiéndolas principalmente como “objetos que, en el uso

que hacemos de ellos mismos como imágenes, adquieren una dinámica propia e independiente del arbitrio de quienes lo aprecian como tales.” (p.242). En otras palabras, las imágenes aparecen ante las personas como un tipo particular de signo, ya que muestran algo visible en ellas. No son simplemente lo que son, sino que se refieren a algo. En ese mismo sentido, esta capacidad de la persona de ver-algo como algo implica una distinción mediante conceptos y significados que trasciende la mera percepción.

Por otro lado, Flusser (2011) habla de que las imágenes técnicas (o materiales para Seel) “no son espejos, sino proyectores” (p.49). Estas proyectarán significados, los cuales sus receptores tomarán como proyecciones de la vida misma y que, a medida que las reciben, deberán reaccionar ante ellas, no simplemente absorbiéndolas u observándolas.

Ambos autores concuerdan con que, en la estructura social actual, las imágenes han tomado protagonismo y ya no basta sólo con entender la sociedad desde las palabras y las personas, es momento de también considerar y comprenderla desde la relación de las imágenes con las personas. Sin embargo, tal como comenta Ana García Varas (2011), esto no ha resultado en un abandono de la

lengua, la palabra o el texto, “por lo que observamos que la atención de quien contempla una imagen está guiada por indicadores que remiten a subtextos o textos anteriores de muy diversos tipos, que son exteriores a la propia representación” (p.94)

Ahora bien, en el caso de las relaciones texto-imagen, se tomarán en cuenta los planteamientos que Roland Barthes (1971) propone. El autor identifica tres posibles relaciones según la funcionalidad de cada elemento y su incidencia entre ellos.

La primera se define como *Ilustración*, en la cual la imagen aclara un texto, por lo que la imagen sería necesaria para que el texto cobre sentido; la segunda llamada *Anclaje*, en la cual la relación sucede al revés, siendo el texto el que dilucida la imagen, alejando otras interpretaciones que se podrían dar si es que sólo se contará con la imagen. Por último, se tienen las relaciones de *Relevo*, donde son estos dos elementos (texto e imagen) los que se encontrarían al mismo nivel, teniendo como ejemplo lo que sucede con el cine al estar diálogos y filmación situados paralelamente.

Lo anterior, puede comprenderse en cuanto relaciones de (des)igualdad, dependiendo de la situación de estatus del

texto y la imagen, implicando cierta modificación de uno en relación al otro, y por lo mismo, cierta dependencia (Chiuminatto, 2011).

Así es que se evidencia como ambos discursos ,visual y verbal, se van entrelazando para construir significados, en especial dentro de los procesos de lectura de libros del tipo álbum u objeto (publicaciones que incluyen de manera predominante imágenes), con un carácter “que juega con los recursos de la expansión y proyección que se pueden producir entre el texto y la imagen” (p.64).

4.2.3.2.-Impacto persuasivo de las imágenes y su uso en la comunicación

Para Barthes (1971), en su ensayo *Retórica de la imagen*, la imagen va más allá de la imitación o representación, ya que se convierte en un vehículo potente de significado y comunicación, transmitiendo ideas, emociones y valores. A través de la imagen y los elementos visuales utilizados en ella, se puede crear una conexión profunda con el receptor, quien la observa, ya que estos no sólo representan o limitan algo, sino que también comunican lo que el creador de esa imagen quiere que el receptor piense o sienta.

No es sólo comunicación, aparece también la persuasión, debido al poder que contiene la imagen, de provocar respuestas profundas. Allí radica la importancia de los elementos visuales que componen a la imagen, no es mera decoración, sino que van sumando significados que resultan en un sistema de signos de gran complejidad, según la funcionalidad e intencionalidad comunicativa y persuasiva que tenga (Joly, 2009). Viéndolo desde el diseño, refiere al uso del color, las formas y líneas, las texturas, entre otros.

Se trata de pensar las imágenes como formas de representación o modos de producción de sentido, que piden ser interpretadas, no sólo percibidas. Lo que, en palabras de Cortés (1993), también implica el hecho de que “la imagen logra sustituir a la realidad gracias a su capacidad de persuadir, de convencer, de seducir...” (p.38)

En el caso de las imágenes dentro de medios de comunicación, se tiene una amplia gama que incluye desde el cine o televisión, pasando por los medios digitales, considerándose en un boom de la era digital (y efímera), hasta lo más sencillo y clásico como lo sería un libro con imágenes en su interior. Para el propósito de esta investigación, se centrará principalmente en este último, siendo específicamente foco de interés las publicaciones experimentales, ya

que estas nos permiten explorar formas más llamativas y creativas referentes al uso de la imagen y su potencialidad comunicativa.

Como se ha mencionado anteriormente, los libros objetos o libros álbumes, son un ejemplo de cómo se vincula el texto y la imagen al momento de generar una narrativa y querer comunicar un mensaje. Dentro de este tipo de libros, destacan los ya denominados libros pop-up, los cuales al sumar el factor movimiento en la experiencia de la lectura, combinan y transforman las imágenes para proyectar significados pregnantes (Ramos & Ramos, 2014). En definitiva, “son artefactos que estallan delante de los ojos como si tuvieran vida y proponen una interacción que difiere de la relación que se establece con los libros tradicionales” (Bonino, 2018). Lo cual permite tener una mejor llegada al público y comunicar eficientemente el mensaje que se quiere transmitir

4.2.3.3.-La creación del discurso para adolescentes

Considerando que en esta investigación el público son los adolescentes y, teniendo en cuenta como ha sido mencionado anteriormente, que esta etapa de desarrollo es compleja en cuanto a construcción de identidad y socialización con

otros, es que se dedica esta parte para abordar específicamente la creación de un discurso eficiente, persuasivo y que posibilite la conexión real con los adolescentes.

Desde el área de la psicología y salud mental infanto-juvenil, se suelen realizar abordajes multidisciplinares que incluyen a psiquiatras, psicólogos(as), enfermeros(as) e incluso trabajadores(as) sociales.

Según un estudio realizado por Jiménez y Aguado (2017), como resultado de estos abordajes se logran extraer claves para poder conectar con los adolescentes, los cuales entregan lineamientos que servirán no sólo a padres, sino que también a educadores, creadores de contenido, entre otros. De dichas claves son rescatables tres de ellas:

- **Empatía:** Generar que el adolescente se sienta comprendido, por lo que se sugiere evitar el proteccionismo e intentar un diálogo “de tú a tú”.
- **Confianza:** “Para ganar su confianza, se debe hablar su mismo idioma” (p.300), por lo mismo, conviene evitar el paternalismo. Resulta importante tanto interesarse por ellos, como que ellos lo perciban.

- **Conectar con las emociones:** Es valioso y necesario poder entregarles herramientas a los adolescentes para que validen y expresen sus emociones, así ellos podrán manejarlas de mejor manera.

Asimismo, cabe destacar que todo discurso (para adolescentes o no) está inmerso en un universo social y forma parte de un proceso de producción de sentidos, del cual es necesario asumir, según Stuart Hall (1997), que se configura por medio de las prácticas discursivas y artísticas. Forma una relación excluyente, no se puede asumir una sin la otra: “toda producción de sentido es necesariamente social y todo proceso social es un proceso de producción de sentido” (Barrios & Mendoza, 2018, p.3). Es allí donde los fenómenos sociales dejan ver su dimensión significativa y el sentido expresa sus determinaciones sociales.

Ahora bien, el libro y la lectura puede ser un medio útil para conectar discursivamente con los adolescentes, aún dentro de este boom digital en constante crecimiento, la literatura infantil juvenil (LIJ) no ha desaparecido (Diel, 2019) y, es allí, donde podemos observar cómo la lectura adolescente permite aportar a la construcción de identidades individuales y colectivas.

Manresa (2012) comenta, en relación a los adolescentes, que la lectura como actividad individual “les ofrece poder identificarse con historias y personajes de los libros o ampliar su vida cotidiana” (p.2), mientras que como práctica colectiva, la lectura “puede contribuir a construir su identidad personal formando parte de un grupo de lectores” (p.2) sintiéndose seguros al reflejarse en las acciones y opiniones de los demás. Es así que la identidad individual también puede tomar forma a través de la colectividad, puesto que la necesidad de socialización en el adolescente es imperante, lo cual le sirve para conformar la imagen de sí mismo: autoconcepto.

En ese sentido, es que los jóvenes debieran enfrentarse a textos literarios de mayor complejidad, que les propongan desafíos, estimulando su comprensión e interpretación. Sobre todo en esta etapa, se necesitan libros que los inviten a plantearse preguntas, que despierten emociones en ellos, que los orienten y aporten nuevo conocimiento (Margallo, 2012).

Aquí es donde los libros pop-up aparecen como una posibilidad creativa y reflexiva para la lectura adolescente.

Los recursos visuales y narrativos que componen el discurso de este tipo de libros se basan en tres ejes: el texto,

la imagen y el movimiento, elementos que relacionados entre sí permiten construir una línea discursiva sólida y atractiva (Barrios & Mendoza, 2018). Asimismo, Mariel Rabasa y María Marcela Ramírez (2013) destacan que la producción de sentidos que fomentan los libros pop-up se asocia a la dinámica de dos clásicos juegos: la escondida y las adivinanzas; “la sorpresa es la clave de la propuesta y no un recurso narrativo más” (Bajour en Rabasa & Ramírez, 2013, p. 56).

Si junto a esto último, se considera que, a la hora de leer por placer, los jóvenes lectores tienen “una clara preferencia por la lectura de libros en papel en lugar del soporte digital, enfatizando la dimensión sensorial del objeto, el afecto que despierta, la confianza en el texto, la profundidad en la comprensión y por carecer de distracciones” (Diel, 2019, p.4), resulta evidente la potencialidad de una publicación experimental, de tipo móvil o pop-up, como medio para poder llegar al público adolescente y poder fomentar la expresión personal, el autodescubrimiento y la aceptación de la diversidad, al mismo tiempo que se pone en valor el proceso de desarrollo de la identidad y su relación con la moda.

5

**MARCO
METODOLÓGICO**

La metodología de esta investigación será principalmente de carácter cualitativo, integrando técnicas e instrumentos que permitirán caracterizar a los adolescentes, los cuales serán los usuarios del proyecto de diseño, pudiendo identificar sus necesidades e intereses respecto a la construcción de la identidad de ellos en relación a la moda. Además, otorgará los lineamientos de tipologías de libros móviles que serán elegidas para llegar al prototipo final.

Se plantea entrevistar a expertas sobre psicología adolescente (relacionadas específicamente a materias de identidad) considerando un enfoque con perspectiva de género, con el objetivo de entender la importancia de la construcción de la identidad y su cruce con la moda, entendiéndose como una de las formas de expresión utilizada por los adolescentes. También, la misma psicóloga hará una revisión del contenido de la maqueta final, a modo de respaldar el mensaje expuesto en la publicación.

Asimismo, se establecerán conversaciones con profesores de Lenguaje de Enseñanza Media, lo que dará luces sobre la manera en que las juventudes consumen información y se relacionan con la lectura. Además, la revisión del texto final de la publicación por un docente del área respaldará la calidad lingüística, la pertinencia educativa y la claridad comunicativa del libro, asegurando que sea adecuado para su público objetivo.

Por otro lado, se harán testeos en establecimientos educacionales para realizar un seguimiento directamente

con los estudiantes, lo cual en un principio, los acercará a diversos formatos de libros con la intención de comprender su vinculación con la lectura, su acceso a los diferentes formatos (impreso y digital) para finalmente, identificar sus preferencias e intereses personales. Posteriormente, se retomarán estas instancias presenciales para involucrarlos dentro del proceso de creación y maquetación de la publicación final, exponiendo una maqueta que ellos evaluarán y brindarán sus apreciaciones para la creación de la maqueta final.

Por último, para atender el ámbito del diseño, se recopilará y analizará, mediante una ficha técnica, una muestra de publicaciones de tipo móvil, obteniendo así un amplio catálogo de referencias, en cuanto a las diferentes tipologías que lo componen.

Para esta investigación se definirán dos unidades de análisis, las que al cruzarse permitirán abordar en su totalidad el proyecto de diseño.

Por un lado, se tienen a los adolescentes de 16-18 años como muestra, tomando la psicología adolescente como eje principal al momento de levantar información. Mientras que, por otro lado, se tiene un catálogo de libros móviles internacionales, considerando un total de 37 libros, con la finalidad de tener un espectro de referencias para la etapa de selección y creación, vinculándolo con la muestra de adolescentes al momento de interactuar con ellos.

5.1. Instrumentos de investigación

5.1.1. Focus group 1

Para la primera unidad de análisis se trató directamente con adolescentes realizando un focus group en el Colegio Marista de Los Andes. El nivel del curso seleccionado como muestra fue cuarto medio.

En la fase inicial del diálogo fue entregado un tríptico [VER ANEXO] que los aproximó al concepto de libros móviles, su función, su materialidad y fueron expuestos 18 libros pop-up, con diversas tipologías, siendo las siguientes:

Libros pop-up tridimensionales

1. Teatrillo 180°
2. Teatrillo 90°
3. Acordeón o Leporello

Libros pop-up bidimensionales

1. Ilusión óptica - Efecto Moiré
2. Libro a tiras
3. Troquel
4. Lengüeta
5. Solapa
6. Rueda/Ventana disolvente

Esto les da un acercamiento a los jóvenes con los libros móviles, donde a partir de ese encuentro, posteriormente se les fue entregada una ficha para ser rellena por los mismos con el fin obtener los datos necesarios para la investigación.

Esta ficha tiene tres secciones, la primera es de caracterización donde nos entregan su edad y su género. La segunda parte busca recopilar datos sobre sus hábitos de lectura, su motivación por leer y el acceso que tienen los estudiantes a los diversos formatos de libros (digital - impreso). Finalmente, para la tercera parte los estudiantes brindan sus opiniones y pareceres sobre lectura digital o impresa, así como también sobre los formatos de libros móviles expuestos. De esta forma se darán a entender sus preferencias que serán tomadas en consideración al momento de la maquetación del producto final. [VER FICHA EN ANEXOS]

5.1.2. Entrevista a docentes

Paralelo al focus group, se entrevistó a una docente de lenguaje del colegio Pierre Teilhard de Chardin, Romina Andrea Salas Lillo, de 32 años. Esto permitió obtener una perspectiva más amplia y proporcionó una visión más clara y directa sobre los hábitos de lectura de los adolescentes. Estos encuentros ofrecieron insights valiosos sobre las preferencias de los estudiantes, los desafíos que enfrentan al fomentar la lectura y las estrategias que han resultado efectivas en su práctica docente.

Además de explorar los hábitos de lectura, se indagó sobre cómo los adolescentes interpretan y se relacionan con los diferentes formatos de materiales de lectura, tanto impresos como digitales. Los profesores compartieron sus observaciones sobre las tendencias emergentes en el consumo de información entre los jóvenes y cómo estos hábitos influyen en su proceso de aprendizaje y desarrollo de identidad. [VER ESTRUCTURA DE ENTREVISTA EN ANEXO]

5.1.3. Consultas a psicóloga adolescente

Para indagar aún más dentro de las temáticas atinentes a esta investigación, se dialogó con una profesional de la psicología juvenil, Rossana Alzugaray de 53 años.

Realizar esta entrevista sirvió principalmente para obtener información detallada y una perspectiva experta sobre la importancia de la adolescencia en la construcción de la identidad, con un enfoque específico en la influencia de la moda como forma de expresión. Además, ayudó a comprender con mayor profundidad cómo este período afecta el futuro desarrollo emocional y psicológico de los individuos. [VER PAUTA DE ENTREVISTA EN ANEXO]

5.1.4. Análisis de libros móviles

Para la segunda unidad de análisis se seleccionaron 39 libros móviles, recopilados de la colección privada de Dudo Ediciones y de librerías infantiles. De esta muestra se obtuvieron datos importantes sobre el formato y la forma de cada libro, como también la editorial y los nombres de sus respectivos autores e ilustradores. Estos datos fueron recopilados mediante una ficha técnica para su posterior análisis y clasificación.

La ficha posee la siguiente estructura :

Título de la obra	
Título original	
Autor/a/es	
Ilustrador/a/es	
Ingeniería de papel	
Idioma	
Año de la edición	
Editorial	
Género / Temática	
Número de páginas	
Tamaño	
Tipo de encuadernación	
Tipología de libro móvil	
ISBN	
Breve descripción	

5.1.5. Focus group 2

Para la segunda fase, relacionada directamente con la creación de la publicación experimental móvil, se recurrió nuevamente a los mismos adolescentes del focus group 1, esto con el fin de brindar continuidad y relacionar ambos testeos. Se presentó una maqueta de proceso la cual los jóvenes debieron analizar y manipular. Luego se les fue entregada y explicada una guía que ellos llenaron según sus apreciaciones. Esta guía fue diseñada para obtener información crucial en medio del desarrollo de la publicación. [VER ANEXO]

Figura 46. Ficha de clasificación de libros móviles. Elaboración propia.

5.2. Levantamiento de información en el contexto local

5.2.1.-Testeo en colegio

El *focus group 1* de la investigación se llevó a cabo el 17 de junio de 2024 a las 9:30 horas en el Colegio Marista de la ciudad de Los Andes. El curso que se visitó fue el cuarto medio B, compuesto por 31 estudiantes, de los cuales 13 eran de género femenino y 18 de género masculino. La mayoría de los participantes (26 estudiantes) tenía 17 años, mientras que 4 tenían 18 años y solamente uno tenía 16 años.

Durante la sesión, se realizó a los estudiantes una introducción detallada sobre los libros móviles, incluyendo una explicación sobre su concepto, historia y los diferentes tipos de pop-up existentes. Esta presentación fue complementada con ejemplos prácticos de libros móviles traídos para la ocasión. Además, se distribuyó un tríptico que resumía la información presentada, para que los estudiantes pudieran llevar a casa. También se les entregó una ficha para recopilar información sobre sus hábitos de lectura, así como sus opiniones y preferencias respecto a los libros pop-up.

Los resultados fueron los siguientes:

5.2.1.1.-Primera parte: Hábitos de lectura

En relación con los hábitos de lectura, 16 estudiantes declararon dedicar menos de una hora a la semana a la lectura, representando aproximadamente el 52% del grupo. Por otro lado, 13 estudiantes (42%) indicaron que dedican entre una y dos horas semanales a la lectura, constituyendo la segunda mayoría. A continuación, se presenta un gráfico representativo de las respuestas, dividido por género.

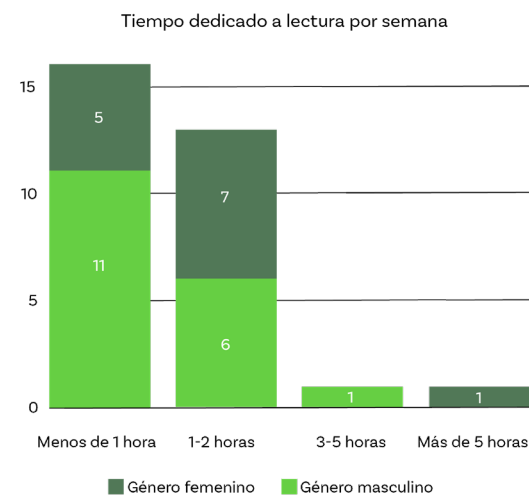


Figura 47. Gráfico 1 testeo. Elaboración propia.

Con respecto a las motivaciones, la principal razón mencionada por los encuestados al momento de leer es la obligación escolar, representando el 45% de las respuestas. A esta le sigue la lectura por entretenimiento, con un 25%, mientras que un 18% de los estudiantes leen con motivos de aprendizaje. Finalmente, el 12% de los encuestados indicaron que leen para relajarse. [VER FIGURA 48]

De estos resultados se entiende que los estudiantes leen más por obligación que por placer, lo cual puede estar vinculado a meras exigencias académicas donde hay una desconexión entre los estudiantes y la lectura. Esto podría indicar que los estudiantes no asocian la lectura con actividades de ocio y bienestar, espacios que podrían ser una oportunidad de fomento a la lectura como una actividad recreativa y de relajación.

Según el estudio Hábitos de lectura y consumo de información de los adolescentes en el ámbito digital (Taberner, Álvarez & Heredia, 2020), se concluye que es posible que los adolescentes lean mucho más de lo que reconocen pero no relacionan estos actos a leer como tal. (Considerando la lectura digital y las horas que estos pasan en internet) Esto porque para ellos leer lleva adscrito obligaciones

posteriores bajo parámetros académicamente asumidos que terminan creando una distancia entre el adolescente y la lectura.

En relación con las formas de acceso a los libros, los estudiantes del cuarto medio B indicaron que su fuente principal es la descarga o compra online de libros digitales. La compra en librerías ocupa el segundo lugar, mientras que el préstamo en bibliotecas es la tercera fuente principal de acceso a libros para estos estudiantes. Por otro lado, los alumnos del colegio indicaron que la mayoría accede a libros nuevos con una frecuencia mensual o anual.

Principal motivación por la que los estudiantes leen

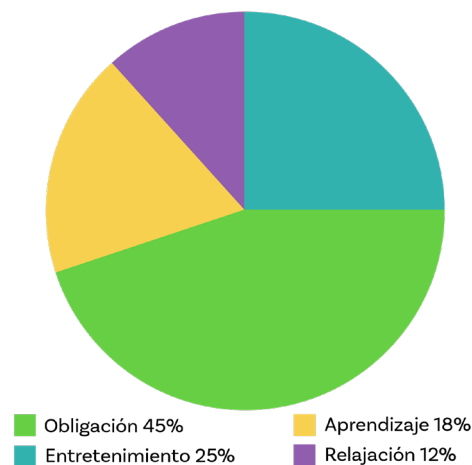
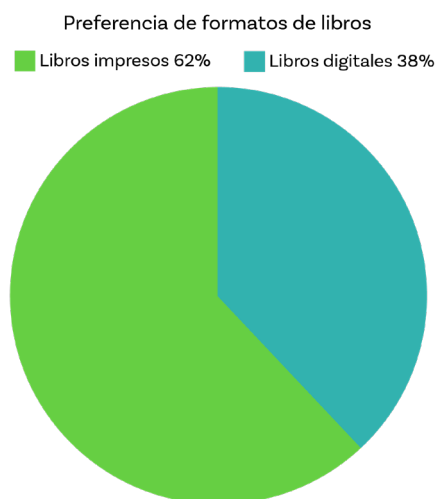


Figura 48. Gráfico 2 testeo. Elaboración propia.

Respecto a las preferencias al consumir libros:

Al consultar sobre preferencias de formato contrastando libros físicos versus libros digitales (*E-books*, audiolibros), hubo una clara preferencia por libros tradicionales impresos.

Figura 49. Gráfico 3 testeo.
Elaboración propia.



Este resultado coincide con los resultados del estudio mencionado anteriormente, donde sus autores concluyen que:

En cuanto a la elección de los jóvenes entre uno y otro formato (analógico-digital), hemos de afirmar que la lectura en papel sigue dominando en el cosmos adolescente.

La preferencia por lo analógico es muy significativa y, aunque sus niveles son menores que en adultos, la supremacía es todavía muy reseñable. Las prácticas lectoras continúan teniendo una profunda querencia al libro, a lo físico y manipulable.

Además, se consultó a los adolescentes sobre sus preferencias respecto a géneros literarios, observándose similitudes significativas entre alumnas y alumnos. [VER FIGURA 50]

Los resultados indican que los géneros literarios que los encuestados más tienden a consumir son fantasía/ficción (30%) y cómics/mangas (27%). El primero, puede reflejar un interés por el escapismo y la exploración de mundos imaginarios en la literatura y el segundo podría indicar una preferencia por formatos visuales y narrativas gráficas entre los estudiantes.

En el contexto de esta investigación, estos resultados son altamente relevantes. El lenguaje del cómic emerge como una opción destacada para ser explorada y potencialmente integrada en el proyecto, lo que podría representar una decisión de diseño significativa. Esto sugiere la importancia de considerar cómo los elementos visuales y narrativos característicos de los cómics pueden enriquecer y comunicar eficazmente el contenido del estudio o proyecto en cuestión.

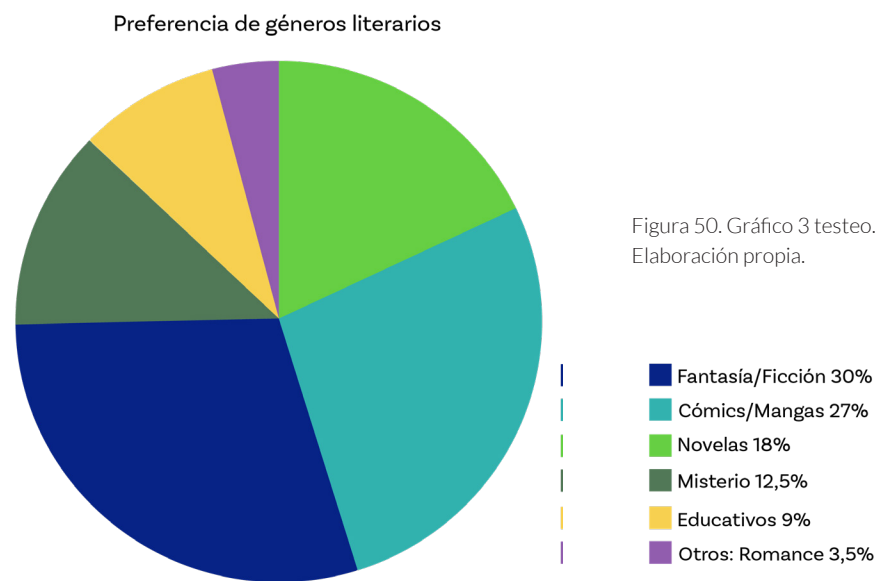


Figura 50. Gráfico 3 teste. Elaboración propia.

5.2.1.2.-Segunda parte: Sobre Pop-Up y formatos no-tradicionales

Del grupo total de 31 estudiantes, el 65% manifestó haber leído o manipulado libros pop-up antes de participar en el focus group, mientras que el 35% restante indicó no haberlo hecho.

Por otra parte, un 85% de los encuestados aseveró estar familiarizado con formatos de libros no convencionales.

Al preguntar sobre qué aspecto de los libros pop-up les llamaron más la atención, los resultados muestran que un 7% de los estudiantes expresaron interés en la temática de los libros pop-up, el 8% de los estudiantes mencionaron los colores como factor destacado, mientras que el diseño y la estructura captaron la atención del 36%.

El tamaño fue relevante para el 4% de los participantes, siendo este el aspecto menos aludido, mientras que el sistema de pop-up integrado fue el factor que más predominó con un 43% de preferencia.

De estos datos se puede concluir que la forma física en sí de los libros pop-up y su capacidad para transformarse visiblemente son aspectos clave que captan efectivamente la atención de los lectores jóvenes, que además valoran la interactividad al manipularlos y el factor sorpresa que este

tipo de libros ofrecen, lo cual podría influir positivamente en su interés por la lectura y la exploración de nuevos formatos literarios.

En este testeo se presentaron 18 libros móviles seleccionados, con el propósito de ofrecer a los estudiantes un amplio espectro de diferentes tipologías de libros pop-up, y con temáticas acordes a su edad. Esto no solo buscaba proporcionar información detallada y hacer más completa la actividad, sino también permitir a los estudiantes seleccionar posteriormente sus tres libros favoritos. Estos datos se consideran fundamentales para respaldar los objetivos de esta investigación.

Los libros que expuestos fueron los siguientes:

Pipa y Otto en el arrecife - Patricia Geis	Our seasons - Sue Lowell Gallion
Blanca Nieves - Jacob Y Wilhelm Grimm	El pequeño teatro de Rebecca - Rébecca Dautremer
POP-UP BOSQUES - Fleur Daugey / Bernard Duisit	Revolving Pictures: A Reproduction from an Antique Book - Ernest Nister
Cuentos silenciosos - Benjamin Lacombe	Taller de palabras - Jeannette von Wolfersdorff
El regreso de los monstruos patas arriba - Agnese Baruzzi	The Walking Dead - S.D. Perry
Gato encerrado - José Gordon	¡En la selva! - Ingela P. Arrhenius
Królewna Śnieżka (Blancanieves) - Vojtěch Kubašta	¡Piu! - María José Ferrada
Little tree - Jenny Bowers	¿Quién ha sido? - Jaume Copons
Nueva York en pijamarama - Michaël Leblond /Frédérique Bertrand	¿Qué hay detrás de la puerta? - Agnese Baruzzi

Figura 51. Listado de libros mostrados en testeo. Elaboración propia.

De todos los libros, solo uno no fue marcado dentro de los favoritos. (Królowna Śnieżka de Vojtěch Kubašta) Todos los demás fueron elegidos por al menos un alumno/a.

Los tres libros que más destacaron fueron:

Cuentos silenciosos - Benjamin Lacombe [FIGURAS 52 Y 53]

The Walking Dead - S.D. Perry [FIGURAS 54 Y 55]

Nueva York en pijamarama - Michaël Leblond y Frédérique Bertrand [FIGURAS 56 Y 57]

Se podría inferir que los dos primeros al ser libros de pop-up tipo teatrillo 180, fueron los más elegidos por su factor sorpresa, además de la complejidad de los pop-up integrados en su diseño. Ambos tienen muy poco texto, por lo que su factor tridimensional es lo que más predomina. El tercero más elegido contiene un efecto óptico llamado efecto moiré o muaré.

Figura 56-57. "Nueva York en pijamarama" de Michaël Leblond y Frédérique Bertrand, 2012.



Figura 52-53. "Cuentos silenciosos" de Benjamin Lacombe, 2013.

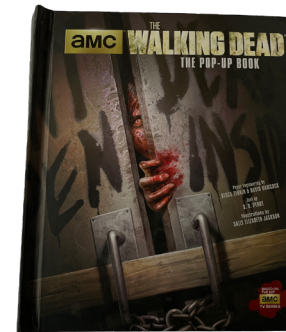


Figura 54-55. "The Walking Dead: The Pop-Up Book" de S.D. Perry, 2015.



Esto se logra a través de una lámina de acetato con líneas que al sobreponerse y moverla sobre las ilustraciones genera un efecto de movimiento donde el lector tiene el poder de generar la animación más rápido o más lento a su placer. Este efecto, al momento de la muestra de los libros, fue el que más sorprendió, los estudiantes no esperaban que un libro bidimensional pudiera adquirir movimiento mediante algo tan simple como una lámina de plástico.

Estos resultados se tomarán en cuenta para las decisiones de diseño posteriores que serán aplicadas para desarrollar la propuesta y maquetación del libro.

Por otro lado, se considera complejo agregar efecto moiré a este proyecto, debido a que la animación que adquiere con este efecto no va con los fines visuales del proyecto en cuestión.

Los estudiantes encuestados determinaron nuevamente que los factores diseño y estructura/sistema de pop-up fueron los aspectos más destacables de los pop-up y el principal motivo al elegir sus tres favoritos.

Finalmente, la encuesta incluyó una pregunta dirigida a los jóvenes sobre si consideraban que los libros móviles son más atractivos que los libros tradicionales y se les pidió que profundizaran en las razones de su respuesta.

En general, los alumnos y alumnas determinaron que los libros móviles motivaban más la lectura e invitan a interactuar con sus páginas, lo que los hace más llamativos, también por salirse del formato tradicional de los libros escolares.

Algunas respuestas destacadas fueron:

“Si son más llamativos. Al tener un sistema y una estructura fuera de lo común, siendo más interesante, interactivo, curioso, entretenido, dinámico de leer se vuelve algo menos tedioso, no como una obligación, sino algo que haces voluntariamente.”

“Si, ya que su estructura dinámica es interesante y divertida. Además de que puede ayudarnos a hacernos una idea de lo que leemos con las ilustraciones, incitando a la lectura de manera divertida. En los libros tradicionales solamente tenemos nuestra imaginación y su contenido puede llegar a aburrir.”

“Creo que son más llamativos ya que crea una nueva disposición a la lectura, dando una perspectiva no convencional al adquirir información.”

5.2.1.3.-Conclusiones testeo

El testeo realizado en el Colegio Marista de Los Andes aportó aspectos muy relevantes para esta investigación. Reveló que en su mayoría los estudiantes dedican poco o nada de tiempo a la lectura, esto debido a que la lectura por lo general está asociada a una obligación. Esto indica una clara necesidad de incorporar estrategias que asocien la lectura con experiencias más positivas y gratificantes.

A pesar de que la mayoría de los estudiantes accede a libros principalmente de manera online, la preferencia por los libros físicos es notable y puede atribuirse a varias razones que destacan los beneficios y las cualidades únicas de los libros impresos. Esto podría deberse a que los libros físicos ofrecen una experiencia sensorial que los libros digitales no pueden replicar, facilitando una comprensión más profunda y una mayor retención de lo leído.

La clara inclinación hacia formatos no convencionales y la valoración positiva de los libros pop-up indican una apertura a la innovación en los materiales educativos. Integrar tecnologías emergentes y formatos no tradicionales podría ser una estrategia efectiva para revitalizar el interés por la lectura y mejorar los hábitos de lectura entre los estudiantes. Este enfoque podría ser particularmente

útil para mostrar contenidos que de otra manera podrían parecer aburridos o difíciles de captar.

Estos hallazgos subrayan la utilidad de los libros pop-up como herramientas educativas y recreativas que no solo atraen visualmente, sino que también promueven la interacción activa con el contenido, fomentando así el disfrute y el aprendizaje entre los jóvenes lectores.

5.2.2. Entrevistas a expertos

5.2.2.1.-Primera parte: Docentes del lenguaje.

Para complementar esta investigación y proporcionar una mirada más experta y contextualizada en Chile, se ha conversado con una docente del lenguaje que aportó con su experiencia, entrevistada en junio de 2024.

Romina Salas Lillo es profesora de lengua y literatura. Lleva 8 años impartiendo cursos de lenguaje y cursos electivos de taller de literatura en el colegio Pierre Teilhard de Chardin, en La Florida.

La entrevista inició reflexionando en torno a los hábitos de lectura en los adolescentes de enseñanza media. Sobre esto, Romina asegura que las características en estos hábitos dependen del año que los adolescentes están cursando,

y, que después de la pandemia hubo un claro perjuicio en los hábitos de estudio donde la mediación es un factor fundamental en el aula para que el estudiante se interese en la lectura. También menciona que las lecturas obligatorias en el colegio suelen generar el efecto contrario de alejarlos de la lectura en vez de atraerlos.

La docente afirmó que hay varias diferencias notables entre los estudiantes con respecto a los hábitos de lectura, y que responden a varias situaciones. Siendo la principal, el entorno familiar.

Por otro lado, estableció que los antecedentes económicos también son un factor relevante a la hora de poder comparar estos hábitos de comprensión lectora o hábitos de lectura, ya que una familia que posee los recursos al alcance de los estudiantes, también puede de alguna forma promover este acceso a la lectura y que no se vea truncado.

Sobre el fomento a la lectura, Romina declaró que ese ha sido el mayor desafío con respecto al trabajo que ha realizado con los estudiantes, donde lograr que aquellos estudiantes que no tienen interés alguno en los libros puedan ir escogiendo lecturas y formar una trayectoria con base a lo que a ellos les llama la atención. **Y ha descubierto a lo largo del tiempo que lo peor es imponer una lectura sin que ellos conozcan y sin generar actividades.**

Con esto, la profesora indica que, al otorgarles esa autonomía y poder de decisión al momento de escoger las lecturas, se trabaja la habilidad de comprensión lectora de manera implícita y eso resulta más efectivo. Asimismo, el trabajar de manera didáctica y no solamente responder preguntas o cuestionarios ha resultado beneficioso, mencionando que muchos de los estudiantes se interesan mucho más por la lectura cuando hay un proyecto en forma de trabajo práctico que sea distinto a una evaluación.

Acerca de la posible existencia de un patrón en los géneros que prefieren los adolescentes, expresó que son las adolescentes quienes tienen un mayor interés por la lectura, y suelen leer bastante. Estas estudiantes de 15 o 16 años, leen novelas extensas asociadas a los bestsellers juveniles, con temáticas que quizás son simples de abordar pero que poseen cierta complejidad al tratar temas como el romance, donde muchas veces rompen con la heteronormatividad, o libros que se relacionan con alguna serie de modas, sobre todo los que tienen relación con el anime.

También hace mención a aquellos textos biográficos de personajes que a ellos les interesan, como Messi u otros influencers que van relacionados con su generación. De la misma forma, novelas que son más cercanas a los intereses de la cultura popular predominante del momento, pero que

también van relacionadas a las vivencias o experiencias personales o cómo ellos proyectan las relaciones amorosas a futuro, que por ejemplo, puede provocar mayor cercanía un libro de literatura juvenil LGBTQ+ donde se propone esta nueva visión de amor.

Al hacer un contraste entre libros digitales y formatos impresos, la profesora de lenguaje destaca el valor del formato digital y el fácil acceso a libros como E-books y audiolibros al contrastarlos con los formatos impresos. Los estudiantes poseen un mayor alcance para adquirir estos textos de manera digital, donde muchos de ellos tienen la ventaja de descargarse gratuitamente. Sin embargo, considera la debilidad de este formato a causa de las distracciones que vienen asociadas con el uso de un computador o un celular.

Al mismo tiempo, pone en valor al formato impreso porque este permite justamente ojear, retroceder, marcar, y reflexiona que **dentro del libro impreso se da un espacio de intimidad donde la concentración se va directamente al formato, es decir, los estudiantes se pueden concentrar mucho más.**

Salas reflexiona sobre el contexto actual y su relación con la tecnología indicando que la generación de jóvenes que

habita hoy en las escuelas es una generación que ha crecido dentro de un entorno digital completamente distinto al que podría corresponder a las generaciones anteriores. En ese sentido, son jóvenes que desde pequeños han sido navegantes de internet, han crecido con los estímulos de la televisión, de los videojuegos. Por lo tanto, un formato que incorpore imágenes o que salga del sistema tradicional puede ser mucho más familiar y atractivo para ellos en ese sentido

En lo que respecta a libros pop-up, Romina indica que los libros móviles no han sido trabajados en sus clases debido a que el sistema educacional se rige bastante por las pruebas estandarizadas como son el SIMCE o la PAES. No obstante, considera que podría ser bastante atractivo para ellos con respecto a otros textos que han sido distintos y que han trabajado en clases, como cómics o novelas gráficas y que incorporan los dibujos y han tenido mejor resultado que otros.

Romina considera que darles la oportunidad a estudiantes de crear es un aprendizaje mucho más significativo que solamente el leer o el imponer hacer algo.

Conclusiones y hallazgos

La conversación con una docente de lenguaje que trabaja actualmente con adolescentes brindó a esta investigación una mirada actualizada sobre los hábitos de lectura de los jóvenes, y cómo responden estos a los nuevos formatos.

Asimismo, se lograron identificar varios puntos relevantes en cuanto a la educación y el fomento a la lectura, como son la influencia del entorno familiar y los recursos económicos factores que ejercen gran influencia en los hábitos de lectura, lo que subraya la importancia de un apoyo temprano para fomentar el interés por los libros desde una edad temprana.

Además se pudo confirmar, como se evidenció también en los resultados del testeó, que la lectura por obligación tiene un impacto sumamente negativo en el compromiso de los estudiantes con la lectura. Por lo tanto, es necesario incorporar actividades prácticas que fomenten la lectura desde la autonomía y el poder de elección de lo que se lee es fundamental para establecer una conexión entre los adolescentes y los libros, ya que estos métodos resultan más efectivos que las lecturas impuestas.

Por otro lado, la clara preferencia, explicitada por los estudiantes, por formatos alternativos como novelas

gráficas, cómics y mangas revela como la combinación de texto e imagen puede hacer la lectura significativamente más atractiva y accesible para los jóvenes de hoy en día. Con este enfoque, destaca la importancia de adaptarse a los intereses contemporáneos y tecnológicos de los estudiantes, quienes encuentran mayor afinidad con lecturas visuales y dinámicas.

En cuanto a los formatos pop-up, se pudieron reconocer como un potencial educativo y motivacional, sobre todo por su capacidad de desarrollar habilidades creativas entre los adolescentes. Esto sugiere una oportunidad para innovar en términos de educación literaria, promoviendo la exploración de nuevos formatos que pueden captar el interés de los adolescentes y enriquecer su experiencia como lectores.

5.2.2.2.-Segunda parte: Psicóloga infanto-juvenil.

Para enriquecer esta investigación y brindar una perspectiva más especializada, se ha incorporado la opinión de una profesional de la psicología, entrevistada en junio de 2024.

La psicóloga infanto-juvenil de la Universidad de la Frontera, Rossana Alzugaray lleva 20 años ejerciendo dedicada a la línea de protección infantil y juvenil, y ha brindado su

punto de vista como profesional que trata día a día con adolescentes.

Sobre la importancia de la adolescencia en el proceso de construcción de identidad, Rossana afirma que si bien la construcción de la identidad se inicia en la infancia al interactuar con otros, es un continuo.

Es decir, no es algo que ocurra en una sola etapa de la vida, pero que dentro del desarrollo evolutivo del ser humano, la adolescencia es efectivamente donde ocupa un lugar preponderante en esa construcción de la identidad.

En relación con los factores esenciales en la construcción de la identidad durante la adolescencia, la psicóloga afirma que el autoconcepto y la autoestima son fundamentales. Sostiene que la identidad del adolescente se forma en función de los grupos, personas o valores con los que se identifica, y es a través de esta identificación que construye su sentido de quién es o quién desea llegar a ser.

Sobre los desafíos que enfrentan hoy los adolescentes al momento de la construcción de su identidad, Rossana asegura que estos tienen directa relación con la tecnología y las redes sociales.

También menciona la pandemia, durante la cual tanto los adolescentes como el resto de la población se vieron obligados a permanecer en sus hogares. La interrupción de la socialización en espacios educativos, donde permanecieron prácticamente sin contacto con sus pares y profesores, obstaculizó muchos procesos. Según Rossana, uno de los más afectados fue la construcción de la identidad.

Rossana además confirma que la moda puede ayudar a elevar la autoestima en los jóvenes y adolescentes, sintiéndose mucho más seguros de sí mismos y de compartir con sus pares, lo que configura un aporte para la construcción de su identidad.

Al mismo tiempo, Alzugaray compara las nuevas generaciones con las pasadas haciendo hincapié en que hay una gran diferencia en cuanto a las similitudes entre chicos y chicas. Hoy en día todo tiende a ser unisex, a diferencia del pasado, donde se establecían normas claras y diferencias en lo que es femenino y masculino.

Conclusiones y hallazgos

Con la realización de esta entrevista, se pudo confirmar de primera fuente la importancia significativa que tiene la adolescencia en la construcción de la identidad del individuo. Y al mismo tiempo, este proceso de construcción identitaria depende en gran medida del contexto del individuo, y a su vez, a medida que el adolescente se desarrolla, también va descubriendo su lugar en el mundo. Este proceso es simultáneamente moldeado por el entorno y generado activamente por el individuo.

De la misma forma, surgió la influencia de la tecnología como un factor preponderante en este proceso de construcción de identidad, donde las generaciones actuales de adolescentes crean una vida virtual que si bien los acompaña, al mismo tiempo los aleja del presente y de sus pares en la vida real, lo que puede traer consigo problemas de identidad y dificultades del desarrollo, que traen consigo problemas de salud mental que pueden derivar en crisis y trastornos ansiosos o depresivos.

Cabe destacar que en esta entrevista se pudo reafirmar la capacidad comunicadora de la moda, que, de manera no verbal puede expresar ideales, valores, gustos, etc. Es especialmente relevante en la adolescencia, donde actúa como un agente no verbal de transmisión de ideas.

Finalmente, se ha establecido una correlación directa entre el uso de la moda y su capacidad para mejorar la autoestima al encontrar la propia identidad.

Por último, se pudo encontrar una correlación directa entre el uso de la moda y su capacidad de mejorar la autoestima al encontrar la propia identidad. Como se expuso anteriormente, si bien la moda contemporánea conlleva desafíos como los estándares de belleza fluctuantes y las tendencias efímeras, también se reconoce que la experimentación con la vestimenta al momento de construir una identidad puede ampliar el espectro para el individuo y este consigo encontrar su identidad para convertirse en quién quiere ser y, en consecuencia, sentirse él mismo y así reafirmar su autoconcepto y elevar su autoestima. Es esta conformación saludable del autoconcepto y autoestima la idea que impulsa este proyecto, que busca alentar una experimentación positiva entre los jóvenes de hoy.



XTO

ROLES DE GÉNERO

♂

pelo corto o largo

pelo corto o largo



♀



// SEGUNDA PARTE
DESARROLLO PROYECTO

**PRIMERA ETAPA
DE DESARROLLO**

Al comenzar el desarrollo de la publicación se concretaron las ideas en breves resúmenes de qué es lo que se pretende con el libro, su concepto general, el usuario, el contenido visual y textual y las materialidades. Esta etapa preliminar buscó concretar las ideas y facilitar una aproximación estructurada al proyecto.

Concepto

Publicación móvil-experimental para adolescentes, con un contenido principalmente visual y didáctico que manifieste diversidades estéticas e impulse a reflexiones en torno a esta temática.

Usuario

Jóvenes de 12-17 años que están pasando por el momento más crucial de la construcción de la identidad: la adolescencia.

Durante estos años, la búsqueda de identidad se vuelve central en sus vidas. Es un tiempo de exploración y auto-descubrimiento, donde la moda y el estilo personal juegan un papel fundamental. La ropa se convierte en una herramienta poderosa para experimentar, expresar emociones, y comunicar valores e intereses.

Sin embargo, este también es un momento en el que los adolescentes se enfrentan a la presión de conformarse con las expectativas sociales, lo que puede coartar su creatividad y libertad para explorar. Las normas sobre lo que es “aceptable” o “apropiado” a menudo se imponen de manera rígida, especialmente en contextos como el colegio o los primeros trabajos, donde lo formal se asocia con lo profesional, y estilos alternativos como piercings, tatuajes, o cabello de colores pueden ser vistos como rebeldía o falta de seriedad.

Es en este contexto que resulta crucial ofrecer a los adolescentes herramientas y conocimientos para que se sientan empoderados a través de su vestimenta. Más que simplemente seguir tendencias, se trata de que aprendan a usar la moda como un medio para explorar su identidad, abrazar su individualidad, y desafiar los estereotipos.

Al hacerlo, no solo se afianzan en quienes son, sino que también aprenden a respetar y valorar la diversidad en los estilos y las decisiones estéticas de los demás.

Contenido visual

Lo visual en esta publicación será el eje central para transmitir los mensajes de manera efectiva y atractiva para los adolescentes.

Las ilustraciones estarán diseñadas con un enfoque dinámico y didáctico, incorporando elementos de libros móviles que permitan a los lectores interactuar con el contenido.

Estas características captarán la atención de los lectores y les permitirán explorar y reflexionar sobre los temas presentados de manera tangible. Los adolescentes podrán descubrir significados ocultos y matices adicionales en cada página, profundizando en la conexión entre la moda, la identidad y la autoexpresión.

Contenido textual

Se pretende conformar un relato con diversas temáticas que aborden estos temas.

Cada doble página abordará una temática distinta relacionada con la moda y la autoexpresión durante la adolescencia. En estas se presentará una ilustración o un pop-up que visualiza la idea central, acompañado de un texto breve pero potente.

El objetivo es invitar a los adolescentes a reflexionar sobre las normas sociales que rodean la vestimenta y a cuestionar cómo esas normas afectan su identidad y creatividad.

Características/Materialidad

- Libro de tapa dura.
- Dimensiones aproximadas: 23x23 cm
- Papel de interior de alto gramaje, mate.
- Se podrían incluir diferentes texturas para subrayar y enriquecer los mensajes que se quieren transmitir.

A partir de los lineamientos establecidos en esta fase inicial, se definió una cantidad tentativa de 13 páginas para el libro. Cada doble página abordará una temática específica, permitiendo una organización coherente y estructurada del contenido.



Referencia portada.

Ilustración de Jeremy Jones para Mailchimp. <https://www.thejeremyjones.com/mailchimp>



Referencia título.

Ilustración de Margarida César, https://www.instagram.com/p/CqlAe6hoi0n/?img_index=1

Referencia personajes.

Ilustración de Larry Bowser para su libro Big Mother Goose. <https://www.peculiarmanicule.com/big-mother-goose>

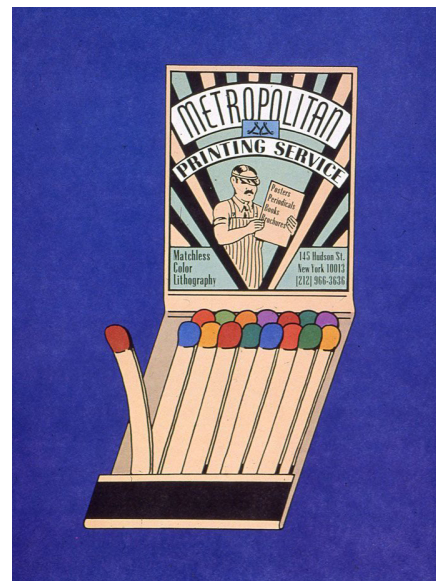
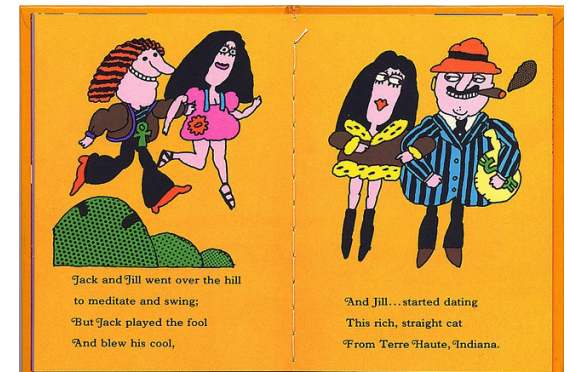
Referencia fondos: colores fuertes y vibrantes.

Ilustración de Yawen-Li. <https://www.yawen-li.com/Burn-It>



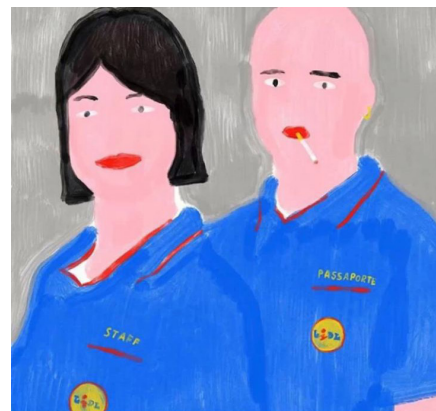
Referencia personajes.

Ilustración de Ricardo Passaporte. <https://www.itsnicethat.com/articles/ricardo-passaporte-lidl-paintings-art-260618>



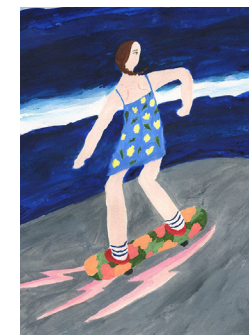
Referencia paleta de color.

Ilustración de Seymour Chwast para Metropolitan Printing Service. <http://seymourchwastarchive.com/collection/metropolitan-ad-pgg-81/>



Referencia personajes.

Ilustración de Cécile Dormeau. <https://illustrationage.com/2015/08/17/cecile-dormeau-illustrations-and-gifs-hold-nothing-back/>



Referencia personajes.

Ilustración de Nano. <https://www.itsnicethat.com/articles/nano-run-illustration-050618>

1.1. Encuesta sobre experiencia adolescente y expresión estética

Para establecer las temáticas y validar la propuesta general del libro, se realizó una encuesta en línea con el objetivo de recopilar datos que confirmarán la relevancia de la moda en la construcción de la identidad. Esta investigación también permitió identificar información clave para definir las temáticas que se abordarán en la publicación. [VER ANEXO PARA DETALLE DE LA ESTRUCTURA DE LA ENTREVISTA]

La encuesta fue respondida por 40 adolescentes de las siguientes edades:

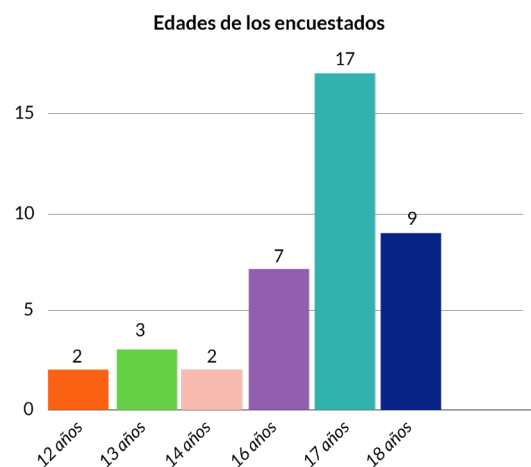


Figura 58. Gráfico "Edades de los encuestados".
Elaboración propia.

Aunque la encuesta fue distribuida a través de los canales de difusión del Colegio Marista de Los Andes, incluyendo a estudiantes de toda la enseñanza media, la participación predominante provino de jóvenes en la etapa de adolescencia media (14-18 años). Este resultado reafirma que el público objetivo más adecuado para la publicación no corresponde a la adolescencia temprana (12-14 años). Es posible que este fenómeno se deba a que los adolescentes menores aún no desarrollan una conciencia marcada sobre el concepto de moda, mientras que los adolescentes mayores tienden a mostrar un interés más profundo en estos temas.

Sobre el género de los encuestados:

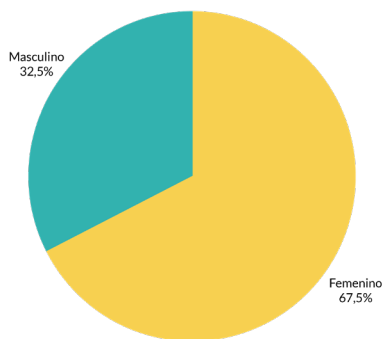
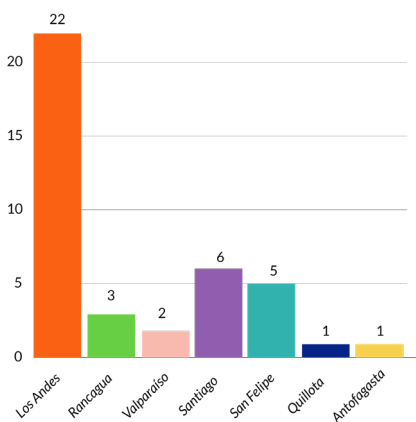


Figura 59. Gráfico "Género de los encuestados". Elaboración propia.

Sobre la procedencia de los encuestados:



Al consultar a los adolescentes si alguna vez sintieron que se les había restringido la libertad para expresarse a través de su vestimenta, el 75% de los encuestados (equivalente a 30 personas) respondió afirmativamente. De este grupo que experimentó alguna forma de limitación en su expresión a través de la ropa, el 65% indicó que esta sensación surgió específicamente durante su adolescencia, mientras que el 35% restante reportó haberlo experimentado en su infancia. Estos resultados sugieren que la percepción de restricciones en la autoexpresión mediante la vestimenta se intensifica durante la adolescencia, una etapa de transición en la cual la identidad y la autodefinición suelen cobrar mayor relevancia.

Con respecto a quienes fueron los agentes limitantes según los encuestados, estas fueron las respuestas:

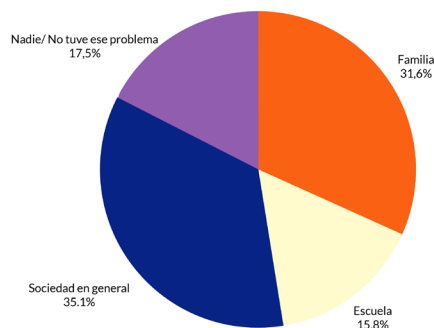


Figura 60. [DERECHA]. Gráfico "Procedencia de los encuestados". Elaboración propia.

Figura 61. [IZQUIERDA]. Gráfico "Agentes limitantes". Elaboración propia.

Al consultar si debido a estos agentes limitantes los encuestados cambiaron su forma de vestir, el 53,7% de los jóvenes encuestados afirmó haber cambiado su estilo debido a presiones externas, mientras que el 46,3% respondió que no. Aunque este último dato podría atribuirse a un rasgo característico de la adolescencia, como la rebeldía o el deseo de diferenciarse, no debe subestimarse el hecho de que aproximadamente la mitad de los encuestados reconocen haber modificado su forma de vestir o expresarse debido a influencias externas.

Estos datos no solo evidencian el impacto de las opiniones externas en una etapa clave para la construcción de identidad, sino que también expone cómo las normas sociales pueden limitar la libertad estética y la autoexpresión.

La siguiente pregunta invitaba a los jóvenes a reflexionar sobre el impacto que tuvo en su confianza o autoestima la imposibilidad de expresarse libremente a través de su estilo personal. Aunque 11 participantes señalaron no haber enfrentado esta situación, el resto de las respuestas evidenciaron una diversidad de experiencias que vale la pena destacar a continuación.

“Un impacto bastante grande (en su confianza/autoestima), ya que es muy importante en nuestra etapa de adolescencia encontrar algo con el cual sentirse identificados, y cuando eso es criticado deprime mucho”

“No sabía en que confiar, no tenía una identidad clara con la que sentir confianza y eso hizo que no tuviera claridad de quién era y no mantuviera una autoestima sana.”

“Agradecidamente me rodee de gente que no le importa hasta el día de hoy cómo me visto o como los demás se visten, así que me fui descubriendo a medida que fue pasando el tiempo y me he ido adaptando a las modas junto a mis gustos”

“Me generó un poco de vergüenza la crítica de los demás hacia mi estilo y forma de percibirme pero no le di mucha importancia, jamás cambié mi forma de ser, pero si causó muchas peleas con los profesores”

“Siento que afectó directamente en mi libertad de expresión y el poder entender quién era o soy”

“Me sentí reprimida al no poder demostrar quién era en ese entonces”

Las respuestas obtenidas demuestran que la imposibilidad de expresarse libremente a través del estilo personal tiene un impacto profundo y multifacético en la confianza y la autoestima de los jóvenes.

Por un lado, algunos participantes destacan cómo las críticas y la falta de aceptación por parte de su entorno les generaron inseguridades, vergüenza e incluso conflictos, afectando su capacidad para definirse y sentirse cómodos consigo mismos. Frases como “me sentí reprimida al no poder demostrar quién era” o “cuando eso es criticado, deprime mucho” muestran cómo la censura o desaprobación externa pueden inhibir el desarrollo de una autoestima saludable.

Por otro lado, algunos jóvenes pudieron encontrar espacios seguros que les permitieron explorar y construir su identidad, como señala un encuestado: “me fui descubriendo a medida que pasó el tiempo”. Estas experiencias positivas resaltan la importancia de un entorno social que permita la autoexploración sin juicios ni presiones.

La siguiente pregunta buscaba saber si esa experiencia influyó en cómo los jóvenes perciben la moda o se expresan en la actualidad. Los resultados revelaron que el 51,2% afirmó que sí, en cierta medida, mientras que el 12,2% manifestó que sí tuvo un impacto significativo. En contraste, el 36,6% señaló que según su experiencia, no tuvo influencia.

Al consultar sobre los aspectos físicos específicos en los que se reflejó este impacto, la mayoría de los encuestados mencionó la ropa, los estilos de peinado (especialmente el cabello corto en hombres) y el uso de piercings y accesorios como principales elementos afectados.

En la última pregunta se exploró la relevancia que los jóvenes otorgan a la moda o el estilo en sus vidas como medio de autoexpresión.

Algunas respuestas destacadas fueron:

“Siento que uno de viste como se siente, con lo que le gusta y está cómodo, siento que es como una forma de expresarse a través de los diseños, texturas y más allá de que sea solo una prenda de ropa, es como te ves, como te sientes y como das tu primera impresión”

“Lo describiría como importante, ya que considero que es una forma que realmente podría dejar ver una parte de nuestra personalidad, cómo somos y cómo nos presentamos ante los demás, nuestros gustos plasmados en moda y como queremos que los demás nos perciban.”

“Lo describiría como un medio de liberación y validación, es una forma de validar e indagar en quién soy, es auto-descubrimiento y amor a la esencia propia. Es atreverse a ser y mostrar autenticidad.”

1.1.1. Conclusiones finales de la encuesta.

En conjunto, los datos obtenidos en la encuesta evidencian que la moda tiene un papel significativo en la vida de los jóvenes, especialmente durante la adolescencia, cuando la identidad y la autoexpresión se vuelven esenciales. Las respuestas reflejan cómo la libertad o la restricción en este ámbito influye profundamente en su confianza, autoestima y desarrollo personal.

La mayoría de los encuestados experimentó en algún grado una limitación para expresarse libremente a través de su vestimenta. Estas restricciones, a menudo impuestas por agentes externos como familiares, profesores o normas sociales, generaron sentimientos de inseguridad, vergüenza e incluso conflictos con terceros. Sin embargo, también se observaron casos en los que los jóvenes lograron encontrar redes de apoyo y espacios seguros que les permitieron explorar su identidad y construir su estilo personal y expresarlo libremente.

Además, un alto porcentaje de los encuestados reconoció que estas experiencias han influido en cómo perciben la moda y se expresan actualmente, siendo la moda, según ellos, no solo una cuestión estética, sino un medio para

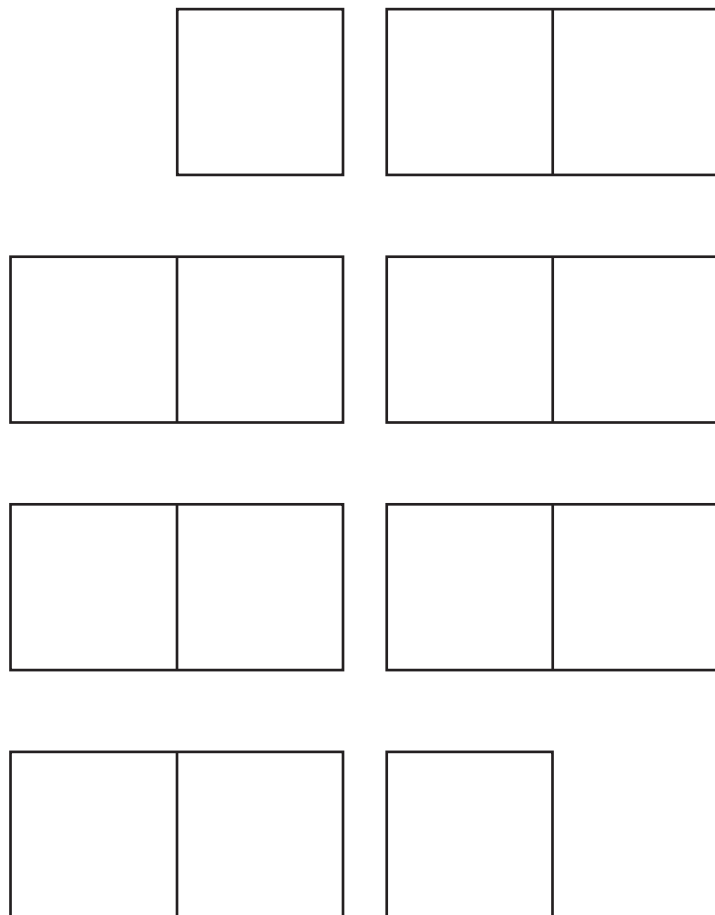
plasmarse su personalidad, explorar su identidad y comunicar cómo desean ser percibidos por los demás.

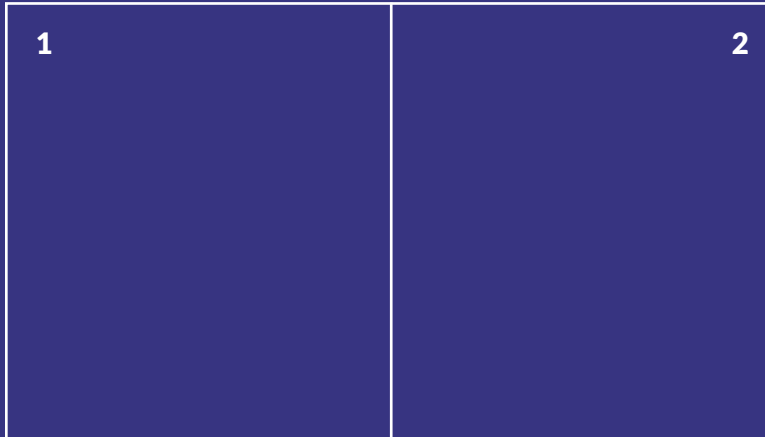
Por ende, la moda y el estilo son herramientas poderosas de autoexpresión que los jóvenes utilizan para explorar su identidad y conectarse con el mundo. Sin embargo, las limitaciones impuestas por las normas sociales o agentes externos pueden obstaculizar este proceso, siendo perjudiciales para su desarrollo personal, autoestima y autoconcepto. Es esencial para el bienestar de los adolescentes el contar con esta libertad de expresión estética.

1.2. Definición de temáticas

Tras recopilar la valiosa información brindada por la encuesta, dirigida a personas que están pasando por la adolescencia en este momento, se han definido temáticas que serán abordadas en la publicación. Dichas temáticas luego serán acompañadas por mecanismos de papel diseñados para realzar el contenido y enriquecer la narrativa.

Como se expone, se proyectan 13 páginas en la publicación, con las siguientes temáticas e ideas generales.

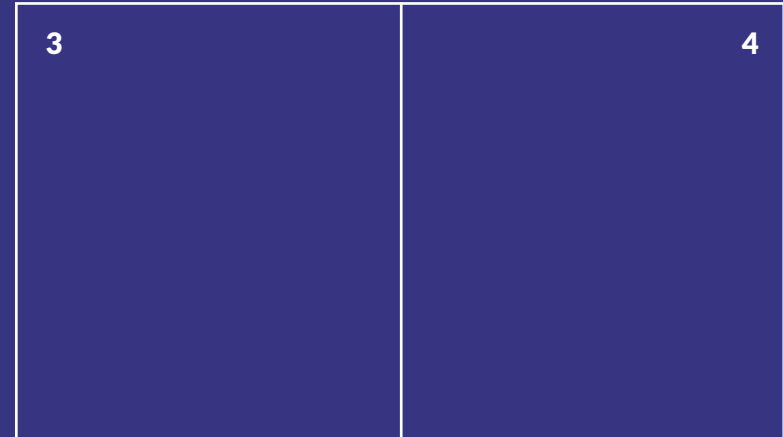




INTRODUCCIÓN AL TEMA

Exponer la temática “Vestimenta como identidad personal: Cómo la ropa y el estilo pueden ser herramientas poderosas para expresar la individualidad y las creencias personales”.

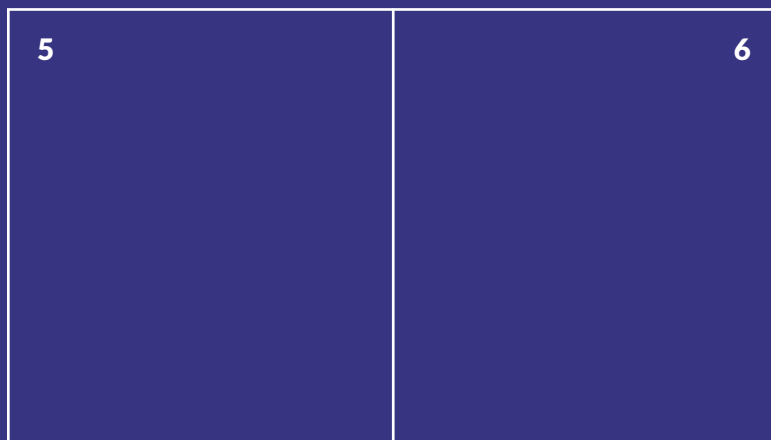
- // **Conceptos clave:** Identidad, Estilo personal, individualidad.
- // **Posibles mecanismos:** Una solapa que revele la introducción.



ESTILO PERSONAL

La Moda como Expresión Artística: Cómo la ropa puede ser una forma de arte y de autoexpresión, alentando a ver la moda como una plataforma creativa.

- // **Conceptos clave:** Personalidad, estilo, autoconcepto.
- // **Posibles mecanismos:** Un personaje “personalizable” que el lector pueda accesorizar a gusto propio.

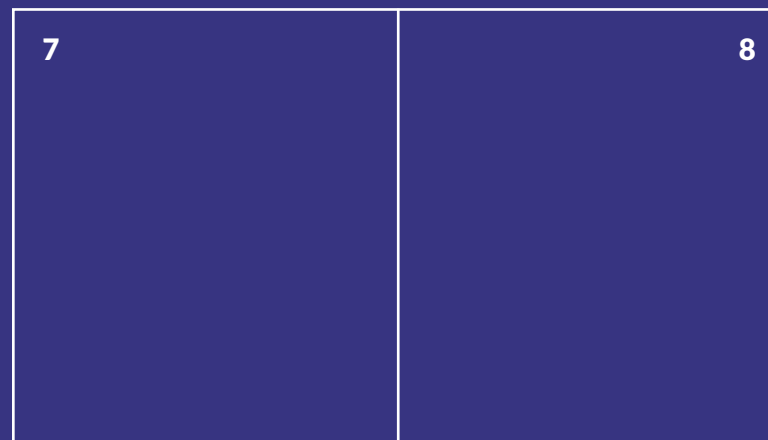


DESAFÍO DE LAS NORMAS DE GÉNERO

¿Hombres pelo corto/mujeres pelo largo? La expresión no debería limitarse por las normas de género.

// **Conceptos clave:** Roles de género, feminidad, masculinidad.

// **Posibles mecanismos:** Ventana o rueda disolvente, a modo que se expongan distintos estilos de pelo en un hombre y una mujer.

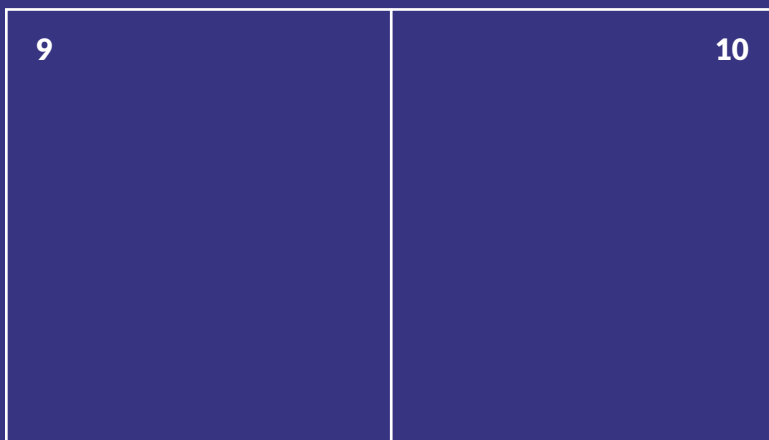


DESMITIFICANDO LO FORMAL/PROFESIONAL.

Las formas de autoexpresión pueden coexistir con lo profesional. Vestir de cierta forma no te hace más o menos profesional.

// **Conceptos clave:** Formalidad, profesionalismo, individualidad.

// **Posibles mecanismos:** Rueda o ventana disolvente, para que se muestre una persona en su “día libre” vestida de cierta forma, en contraposición de la misma persona en un ambiente laboral vestida de la misma manera.

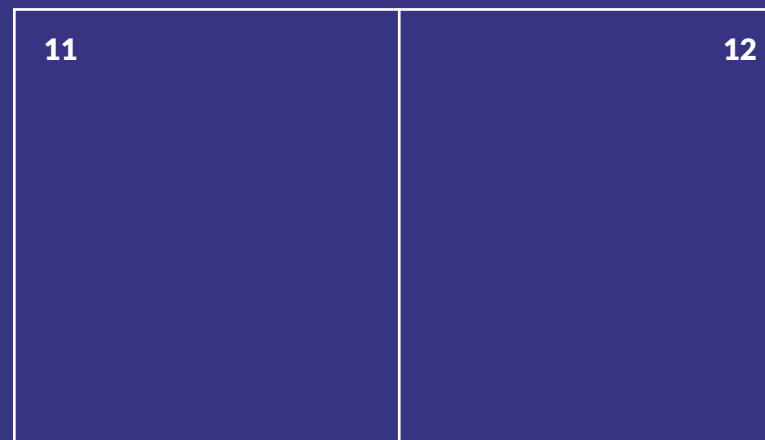


EMPATÍA Y RESPETO POR LA DIVERSIDAD ESTÉTICA

Fomentar una cultura de aceptación y respeto hacia los otros, entendiendo que la moda es una forma de expresión personal y esto al ser un amplio espectro puede variar en el tiempo.

// Conceptos clave: Diversidad, respeto, empatía.

// Posibles mecanismos: Rueda con ilustraciones (Volvelle). Con este mecanismo se exponen diversidades estéticas en conjunto con la idea de que ello puede mutar en el tiempo. La manipulación del volvelle cambia la forma en que visten los personajes.

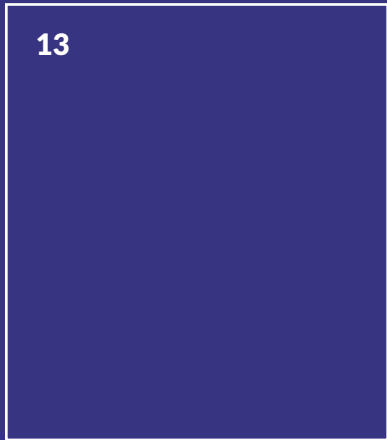


CELEBRAR LA DIVERSIDAD

Podemos vivir en comunidad y respetarnos independiente de nuestras diferencias.

// Conceptos clave: Comunidad, diversidades, respeto.

// Posibles mecanismos: Un gran pop up, que constituye una síntesis y el aprendizaje que busca dejar el libro, el vivir en comunidad y el respeto a todas las diversidades estéticas.



MANIFIESTO DE DESPEDIDA

¿Quién eres? ¿Quién quieres ser? La moda como herramienta de empoderamiento personal.

// Posibles mecanismos: A modo de cierre, se presenta la idea de una carta personal que escribirá el lector para sí mismo en el futuro. Esta Carta invita a reflexionar sobre el tema presentado y además deja para el lector una especie de objeto conmemorativo que podrá guardar y atesorar para el futuro.

1.3. Definición mecanismos

1.3.1. Prototipo 00

Luego de haber definido las temáticas, se procede a experimentar realizando una pequeña maqueta, llamada prototipo 00. Este prototipo se hizo a partir de las temáticas a modo de resumir las ideas y asignar un mecanismo de papel para cada doble página.

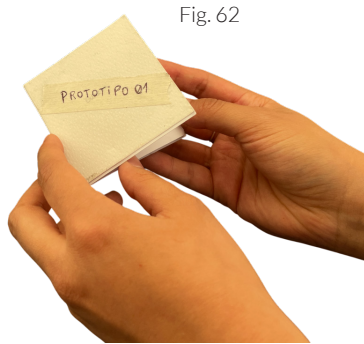


Fig. 62

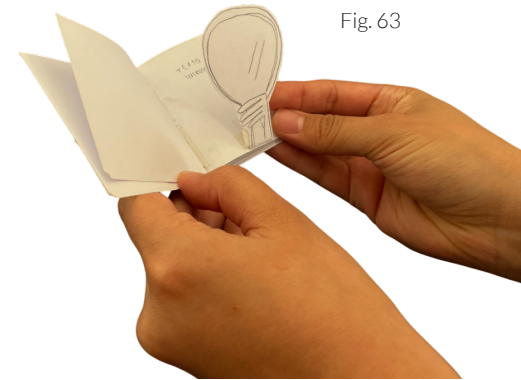


Fig. 63



Fig. 64



Fig. 65

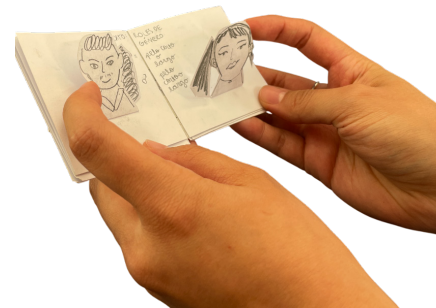


Fig. 66



Fig. 67

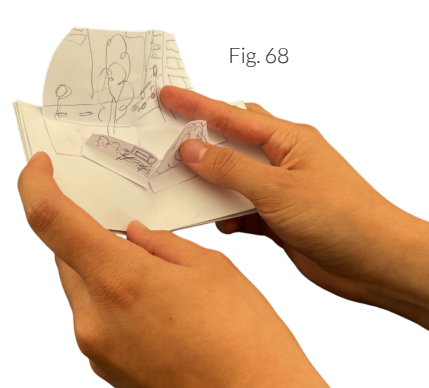


Fig. 68

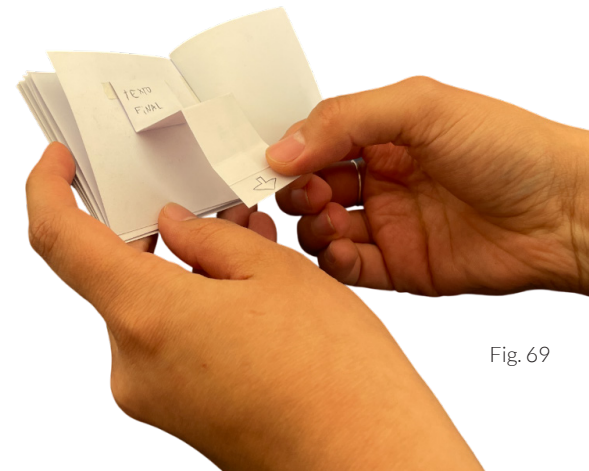


Fig. 69

Figura 62-69. Fotografías de manipulación e interacción prototipo 00. Autoría propia.

Posteriormente, se realizó un estudio manual sobre estructuras móviles de papel para luego definir cuál sería el más apto para exponer cada temática.

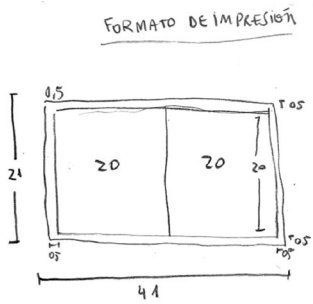


Figura 70a. Bocetos de estudio de mecanismos móviles. Elaboración propia.

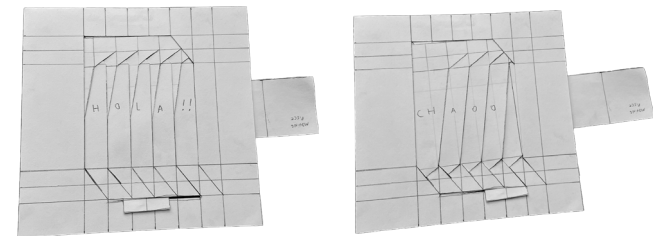
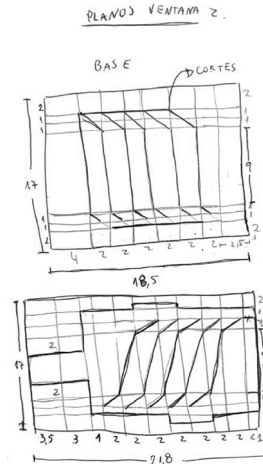
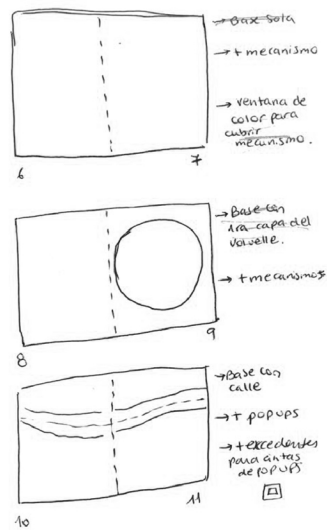
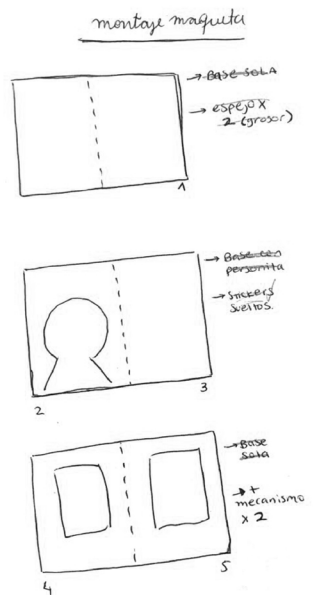


Figura 70b. Estudio de mecanismo "ventana disolvente". Elaboración propia.

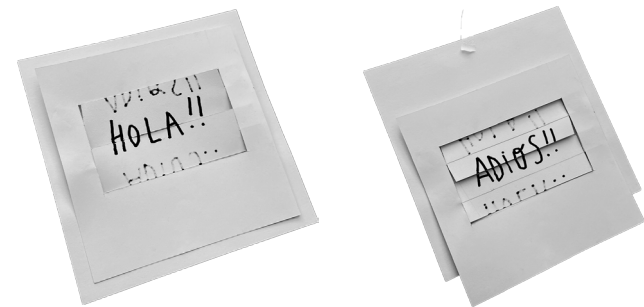
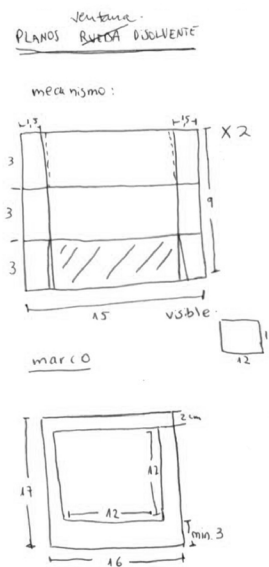


Figura 70c. Estudio de mecanismo "ventana disolvente". Elaboración propia.

Fig. 71



1.3.2. Prototipo 01

Teniendo los mecanismos y temáticas por página, se confeccionó otra maqueta llamada "prototipo 01", la cual sirvió para definir en totalidad cuál sería el mecanismo de cada temática y cómo estarían expuestos en el libro. Esta maqueta está realizada completamente en blanco, con dibujos rápidos en plumón negro, para después poder digitalizar los planos de cada mecanismo y luego insertar en cada uno la ilustración correspondiente para la maqueta siguiente.

Fig. 72

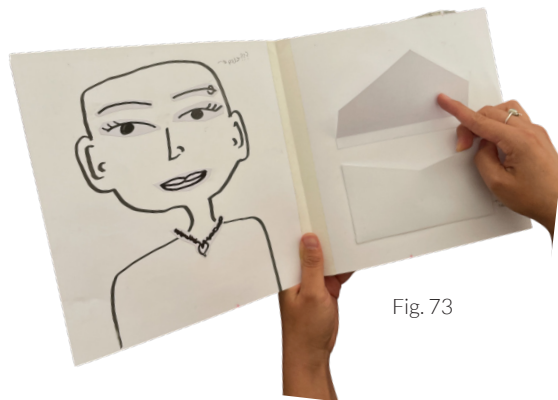
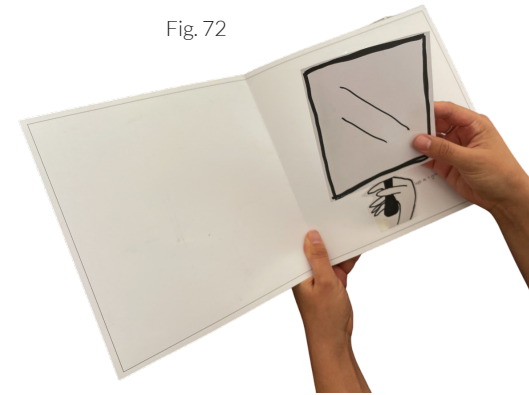


Fig. 73

Fig. 74

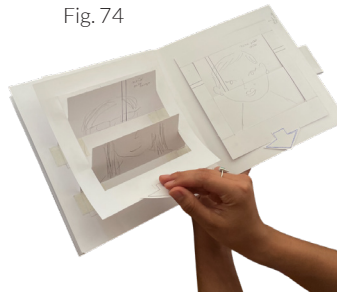


Fig. 75

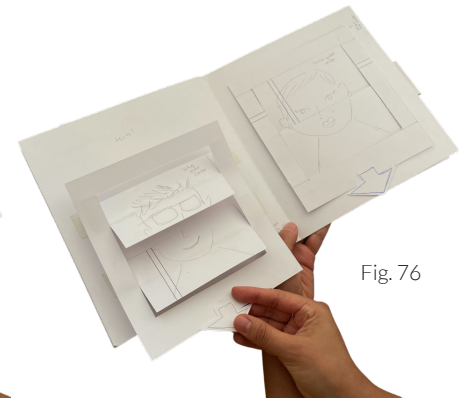


Fig. 76

Figura 71-79. Fotografías de manipulación e interacción prototipo 01. Autoría propia.

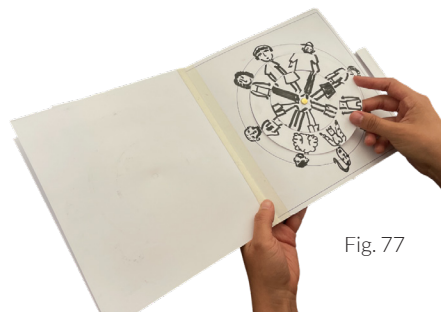


Fig. 77

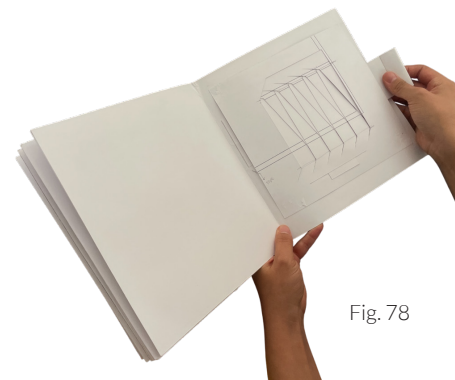


Fig. 78



Fig. 79

1.4. Orden Final de páginas: Prototipo 02

Luego, a modo de entender la unión de las páginas se hizo una pequeña maqueta que determinó el orden final de estas, llamada "Prototipo 02"

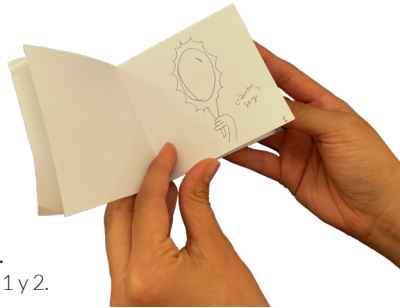


Fig. 81.
Página 1 y 2.

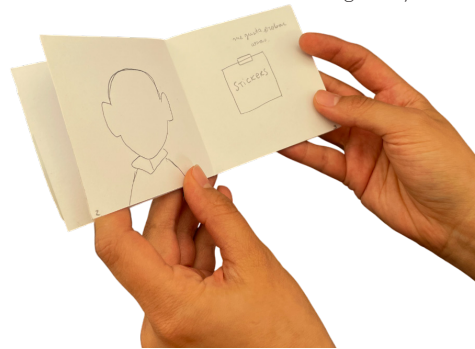


Fig. 82.
Página 3 y 4.

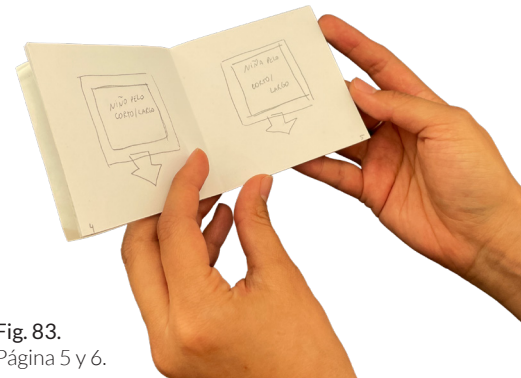


Fig. 83.
Página 5 y 6.

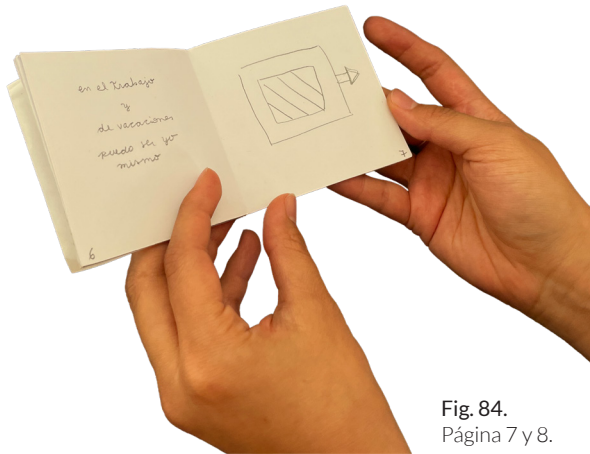


Fig. 84.
Página 7 y 8.

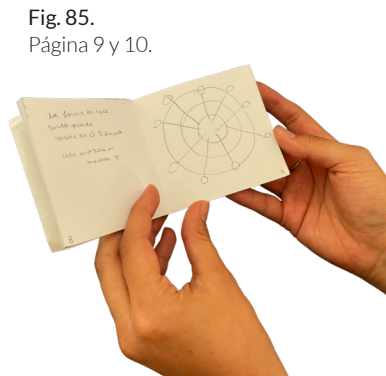


Fig. 85.
Página 9 y 10.

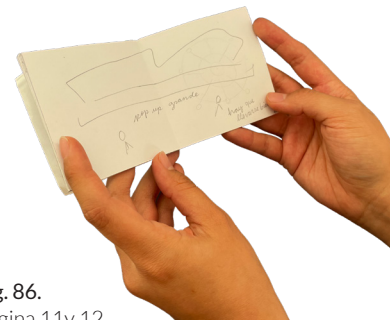


Fig. 86.
Página 11 y 12.



Fig. 80

Figura 80-86. Fotografías de prototipo 02 probando orden de páginas. Autoría propia.

Se tomó como referencia el libro pop up “Cuentos silenciosos” de Benjamin Lacombe, en este se puede ver claramente la unión de las páginas, formadas por un largo acordeón que ha sido plisado y fijado pegándolas entre sí. De esta manera se unirán las páginas para que al mismo tiempo el lomo del libro tome un espesor considerable que dará espacio a que cada página contenga un mecanismo de papel.

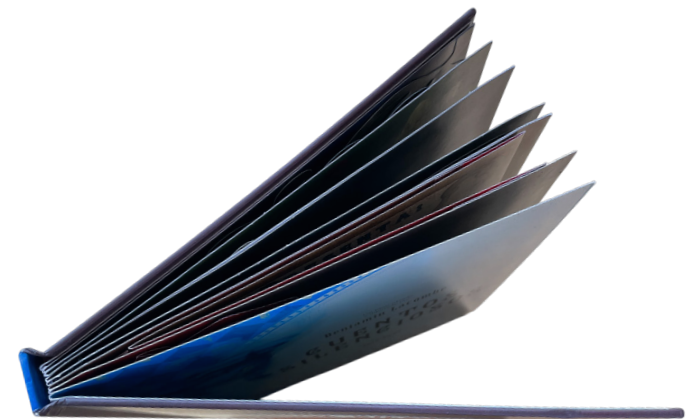


Figura 87-89. Libro pop-up
"Cuentos silenciosos",
Benjamín Lacombe, 2020.
Fotografía autoría propia.

2

SEGUNDA ETAPA DE PROYECTO

2.1. Prototipo 03- Proceso

El siguiente paso fue hacer la “Prototipo 03” que constituye la primera hecha con el 90% de los mecanismos y las ilustraciones. Esta maqueta no contiene ningún texto ni tampoco posee título, por lo que solo contiene material visual y táctil.

Se realizó una prueba utilizando papel couché de 300 gramos, pero este material no resultó adecuado. Debido a su superficie estucada, al realizar los dobleces necesarios, la impresión se craquelaba, generando grietas blancas que afectaban la calidad del acabado, lo cual no era adecuado para el libro. Además, se determinó que el libro debe ser termolaminado en su totalidad para evitar las grietas y dar un acabado mate a la publicación.

Para esta maqueta, esta fue la paleta de color utilizada:

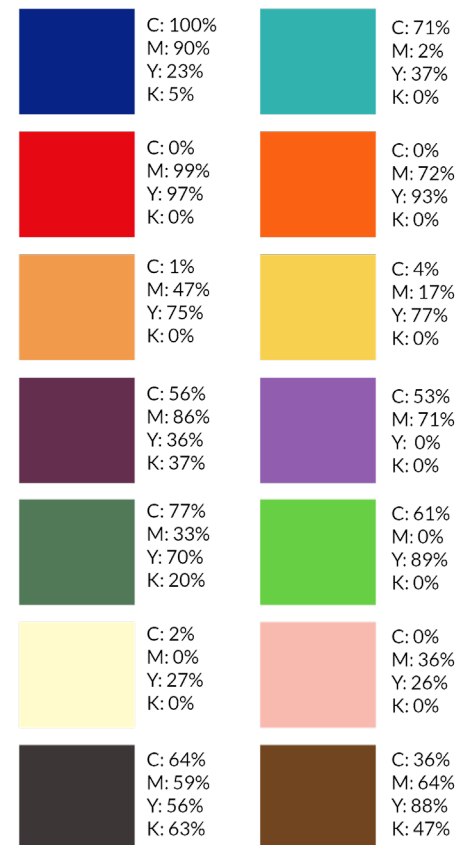


Figura 90. Paleta de colores prototipo 03.
Elaboración propia

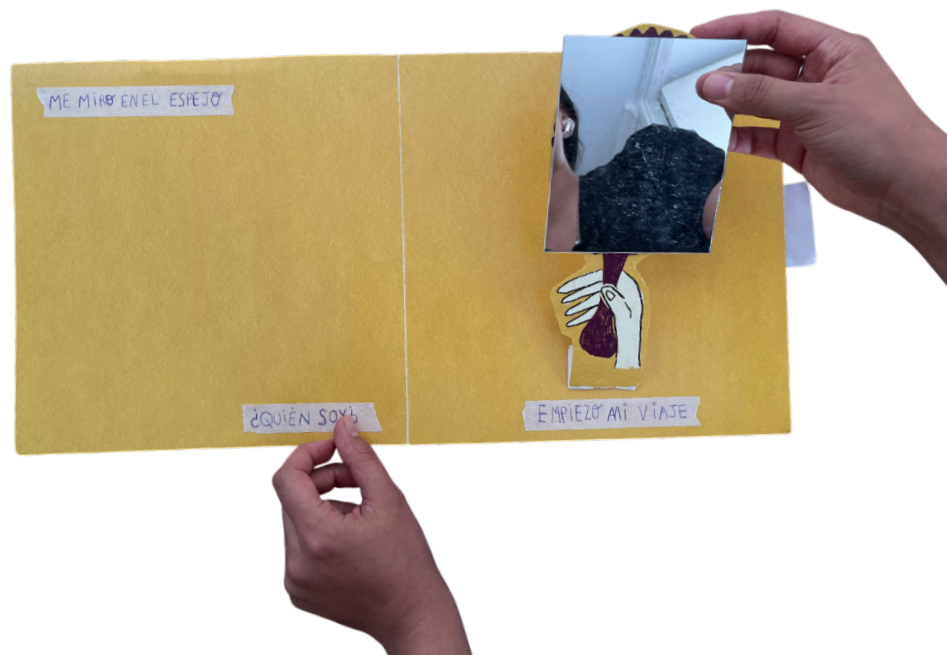


Figura 91-93. Fotografía de manipulación e interacción prototipo 03, páginas 1-5. Autoría propia

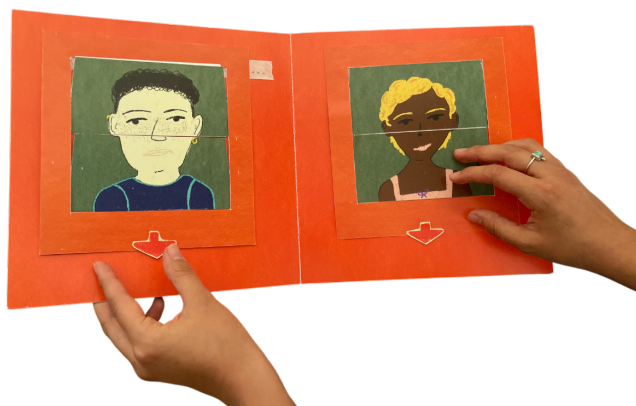
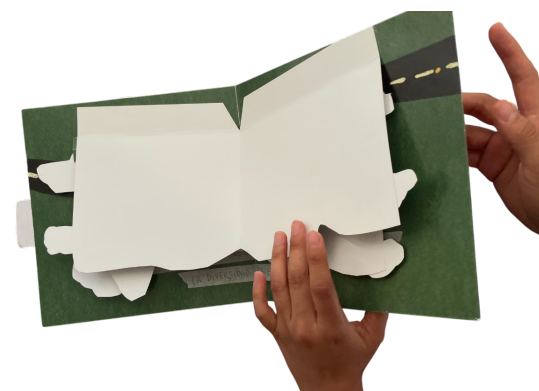
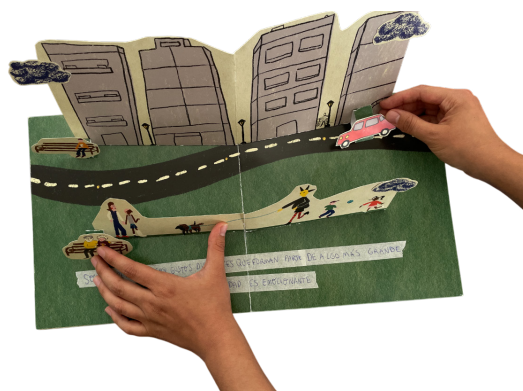
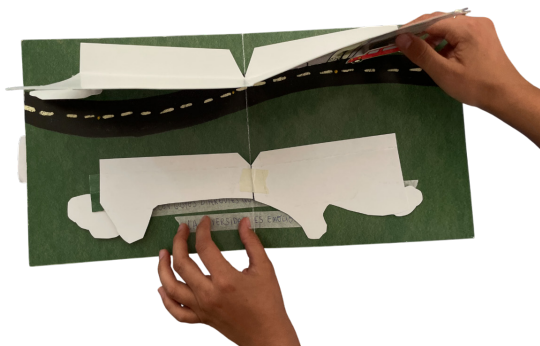
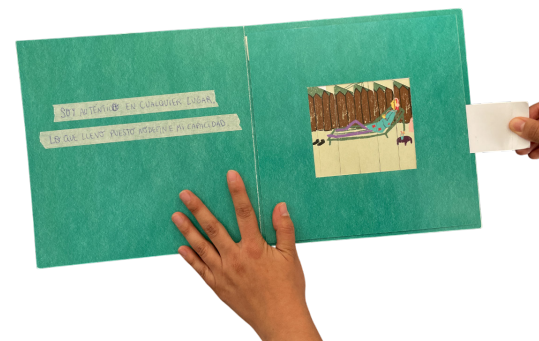


Figura 94-99. Fotografía de manipulación e interacción prototipo 03, páginas 6-7. Autoría propia.

Figura 100-108. Fotografía de manipulación e interacción prototipo 03, páginas 8-13. Autoría propia. [PÁGINA SIGUIENTE]

SEGUNDA ETAPA DEL PROYECTO



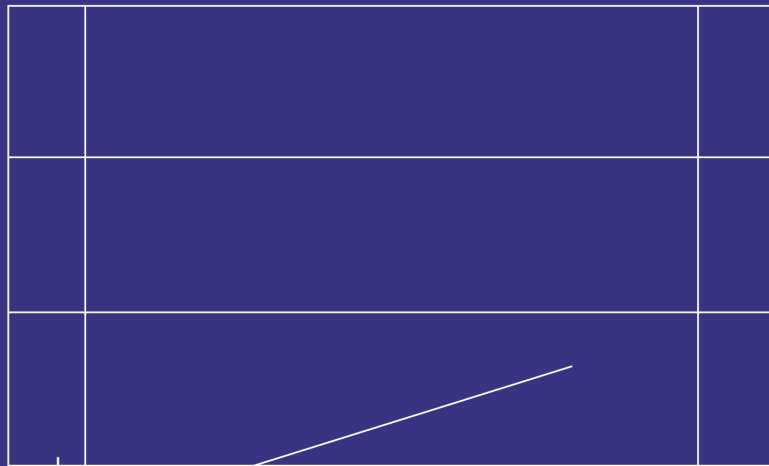
Plano Mecanismo págs. 1 y 2



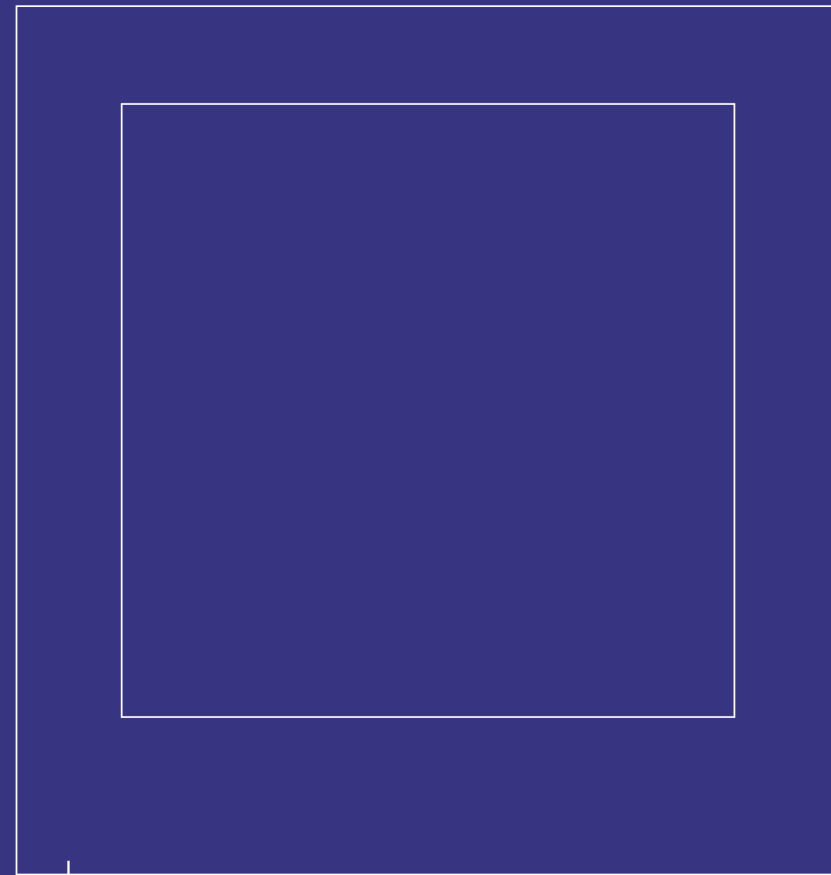
Base Fondo

Solapa con ilustración
Plegado para adherir a la base

Planos mecanismo págs. 5 y 6

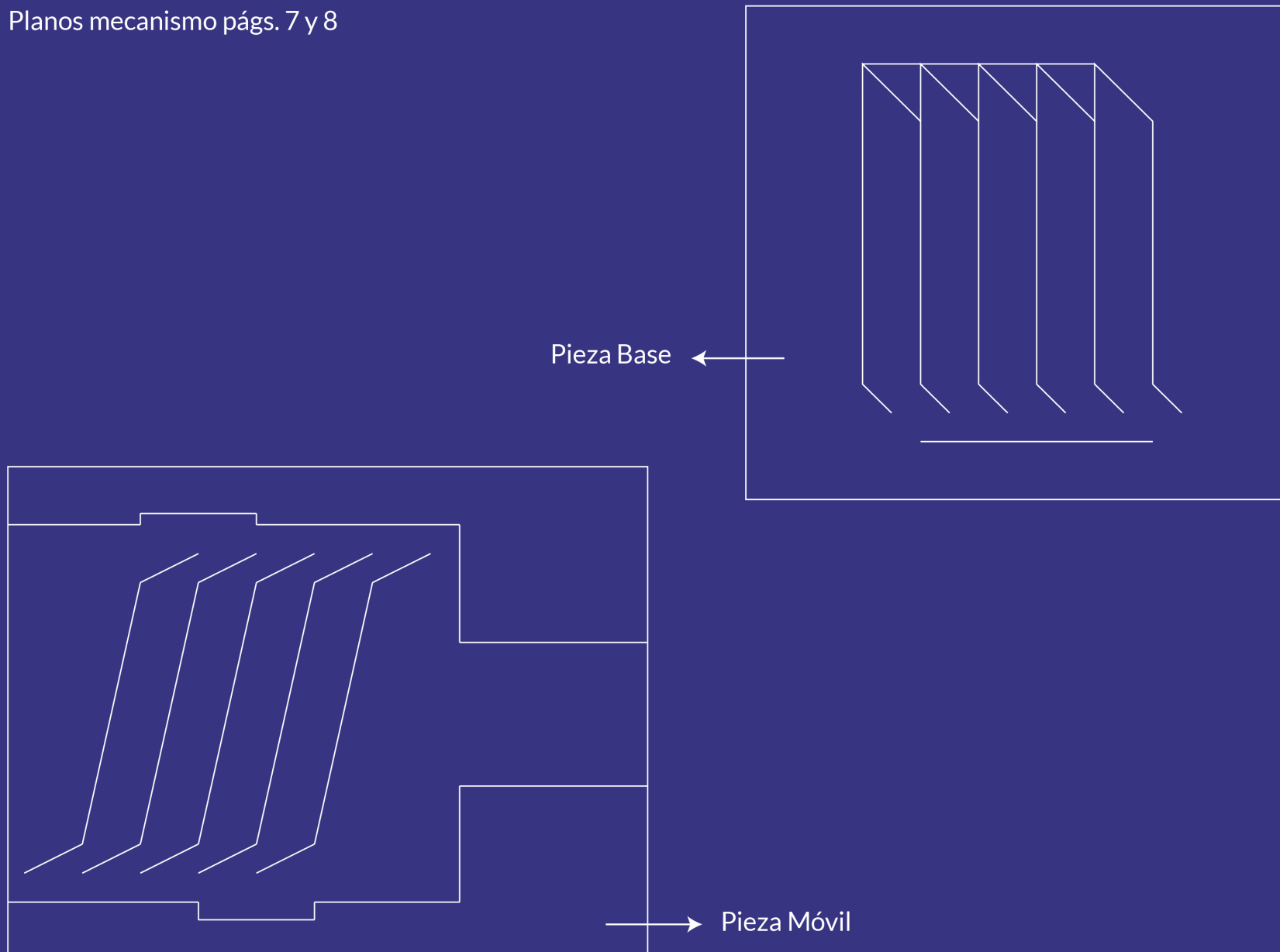


Mecanismo móvil
Impresión tiro y retiro

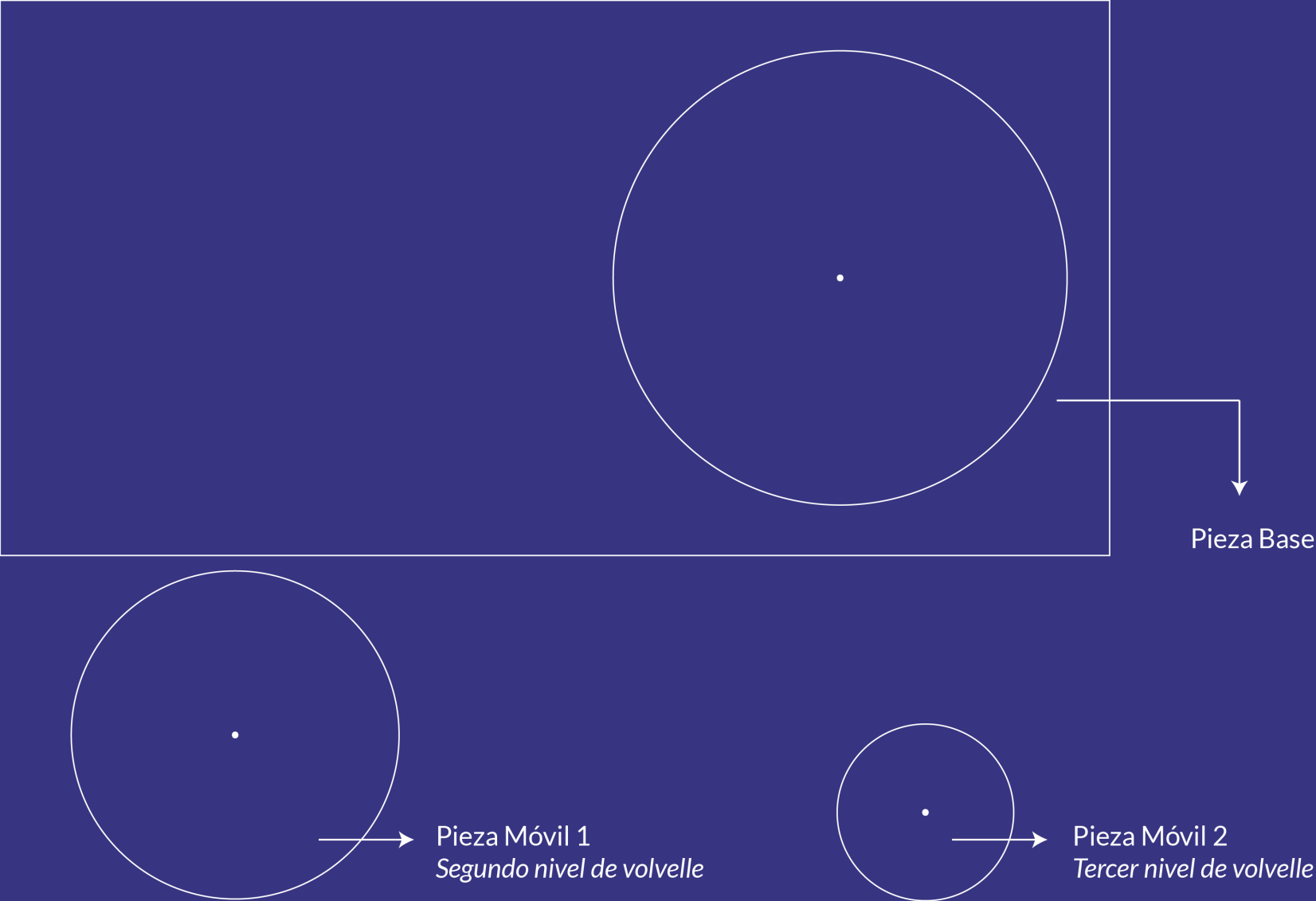


Marco

Planos mecanismo págs. 7 y 8



Plano Mecanismo págs. 9 y 10



Plano Mecanismo págs. 11 y 12



Pieza Pop-up de fondo
Doblez para adherir al libro



Pieza Pop-up Segundo plano
Doblez para adherir al libro

2.1.1. Testeo n°2

La Maqueta 01 se diseñó específicamente para un testeo realizado el 29 de octubre en el Colegio Marista de Los Andes. La elección de esta institución responde a que el primer testeo relacionado con libros pop-up también se llevó a cabo allí, lo que asegura continuidad en la actividad, al estar los estudiantes ya familiarizados con los libros móviles.

El propósito de este segundo testeo fue recopilar información directamente desde los alumnos, enfocándose en:

- Sus apreciaciones sobre el uso del color.
- La facilidad de manejo de los mecanismos de papel.
- La necesidad de incluir instrucciones.
- La comprensión de la temática central del libro, incluso en ausencia de texto.

El testeo tuvo la siguiente estructura:

Al comienzo se les dió una breve introducción sobre la finalidad del testeo y se procedió a mostrar el producto a testear (libro/maqueta) a toda la clase. Luego en grupos de 5 estudiantes realizaron una guía de apoyo individual en

relación a sus opiniones y percepciones del libro, dándoles espacio para manipularlo y compartir sus apreciaciones entre ellos.

Los resultados de este testeo fueron los siguientes:

El universo de estudiantes encuestado fue 27 alumnos, de ellos, 17 de género masculino y 10 de género femenino.

En cuanto a la comprensión de la temática central del libro, los estudiantes identificaron conceptos clave directamente relacionados con el propósito de la publicación. Entre las ideas destacadas mencionaron: “la sociedad, lo cotidiano”, “la identidad de las personas”, “la forma de ser uno mismo, el descubrirse, las distintas cualidades de cada uno”, “la identidad” y “diversidad”.

Estos comentarios reflejan que el objetivo principal del libro es claro para el público juvenil, logrando transmitir su mensaje de manera efectiva incluso en ausencia de texto. Esto demuestra que los elementos visuales y los mecanismos de papel son suficientes para comunicar la temática de manera integral y comprensible.

La segunda pregunta se centraba en las emociones transmitidas por las ilustraciones. Las respuestas de los estudiantes reflejaron una variedad de sentimientos, destacando principalmente pertenencia, empatía, unidad, curiosidad e intriga.

Estas respuestas indican que las ilustraciones logran conectar emocionalmente con los jóvenes, generando una sensación de identificación y reflexión. Los conceptos de pertenencia y unidad sugieren que las imágenes tienen el poder de crear un vínculo entre los jóvenes, mientras que la curiosidad e intriga apuntan a que las ilustraciones despiertan el interés y fomentan una interacción más profunda con el contenido del libro.

La tercera pregunta tenía como objetivo determinar si las ilustraciones lograban comunicar la idea central del libro. Del total de encuestados, 19 estudiantes respondieron afirmativamente, indicando que el mensaje principal se comprendía a través de las ilustraciones. Sin embargo, algunos señalaron que faltaba contexto, el cual podría ser complementado mediante un texto. Varios estudiantes sugirieron que este texto podría consistir en frases cortas que conceptualizaran las ideas de cada página.

De esta información obtenida, se puede extraer información de gran valor para la posterior creación del texto: Frases breves. Estas podrían enriquecer la comprensión y proporcionar un mayor contexto, facilitando la conexión entre lo visual y lo conceptual.

De manera complementaria, se les pidió a los estudiantes su opinión sobre la paleta de colores de la maqueta. La mayoría de ellos la describió como diversa, llamativa y dinámica. Además, muchos consideraron que los colores utilizados acentúan la diversidad que el libro busca transmitir.

Entonces, la paleta de colores es percibida positivamente por los estudiantes, quienes reconocen en ella un elemento clave para resaltar la temática de diversidad en la publicación. Esto refuerza la idea de que el uso estratégico de colores puede ser un recurso poderoso para potenciar el mensaje visual y emocional de la publicación.

En relación con los mecanismos, 25 de los 27 estudiantes encuestados consideraron que eran fáciles de manipular y comprender. Este alto porcentaje sugiere que los mecanismos son eficaces en términos de interacción y accesibilidad. Sin embargo, uno de los estudiantes señaló que, para un público infantil más pequeño, los mecanismos podrían resultar complicados de entender. Es importante desta-

car que el público objetivo de la publicación no son niños pequeños, por lo que casi la totalidad de los estudiantes percibió los mecanismos de la maqueta como adecuados y comprensibles para la audiencia prevista.

A continuación, se les consultó a los estudiantes si consideraban necesaria la inclusión de instrucciones para el uso de los mecanismos. La mayoría de los encuestados respondió negativamente, e incluso algunos mencionaron que las instrucciones podrían resultar distractoras. Este resultado era previsible, dado que los adolescentes tienden a ser curiosos y preferirían explorar los mecanismos por sí mismos. Este hallazgo refuerza la idea de que, al tratarse de un público adolescente, el enfoque de descubrimiento y exploración es apropiado y favorece la experiencia de aprendizaje.

La siguiente sección de la guía entregada tenía como objetivo obtener información adicional para el desarrollo de elementos faltantes en la publicación, además del texto, específicamente el título y la portada. En cuanto a la portada, surgieron diversas propuestas, tales como “gente conviviendo”, “un espejo”, “una cara”, “un rostro” o “algo que refleje diversidad”. Además, varios estudiantes sugirieron que la portada debería incluir algún mecanismo

de papel, con el fin de hacerla más interactiva y coherente con el concepto general del libro.

Esto demostró que los estudiantes valoran la idea de que la portada sea representativa de la diversidad, y sugiere que un mecanismo de papel podría agregar un elemento de dinamismo y conexión con el resto del contenido del libro, lo que mantendría la coherencia visual y conceptual en todos los aspectos de la publicación.

En cuanto al título, las propuestas presentadas por los estudiantes no destacaron por su originalidad o innovación. Las ideas compartidas giraron en torno a conceptos como “Lo que vemos en el espejo”, “El espejo común” y “La fascinante vida en sociedad”. Estas ideas poseen un enfoque más descriptivo y directo, centrado en la temática de la convivencia y la identidad colectiva.

Aunque las propuestas de títulos cumplen con el propósito de reflejar el mensaje central del libro de manera concreta, se busca optar por un enfoque más creativo para generar opciones que sean llamativas e interesantes.

2.1.2. Conclusiones testeo

Los resultados obtenidos aportan información clave para mejorar el diseño y funcionalidad del libro, asegurando que los mecanismos, el uso del color y la temática sean claros y atractivos para el público objetivo.

Se determinó la importancia de mantener una paleta de colores variada y llamativa, ya que esta diversidad cromática captó el interés de los adolescentes, y fueron ellos mismos quienes aseguraron que esta refuerza el mensaje inclusivo y dinámico del proyecto.

Además, a partir de la recomendación del uso de frases breves y concisas en los textos, se determinó que este estilo facilita la transmisión de mensajes claros y directos, adaptándose de manera más efectiva a las preferencias y expectativas del público adolescente.

Finalmente, se concluyó que el contenido no contendrá instrucciones explícitas, para fomentar una experiencia más intuitiva y lúdica, promoviendo la interacción libre y espontánea con el libro.



Figura 109-112.
Fotografías de Testeo n°2.
Autoría propia.

2.2. Texto del libro

Hasta el momento, el proyecto cuenta principalmente con el desarrollo de los aspectos visuales. Para complementar este trabajo, se recopiló información clave que orientará la escritura del contenido textual dirigido al público adolescente. Como diseñadora, es necesario contar con una guía que permita elaborar un texto adecuado y coherente con los objetivos y características del público objetivo.

2.2.1. Entrevista Teraldeas

Con el propósito de obtener una perspectiva experta, se realizó una entrevista con Karen Pezo, diseñadora y editora Teraldeas. Esta editorial se especializa en publicaciones orientadas al bienestar de niños y jóvenes, por lo que tiene experiencia al momento de abordar temáticas dirigidas a este público.

Durante la conversación, se destacaron elementos importantes que serán incorporados en el desarrollo del texto del libro. Uno de los puntos principales fue la importancia de la intencionalidad al momento de diseñar una publicación, enfatizando que cada elemento debe responder a decisiones fundamentadas que consideren las características y necesidades del público para el que está hecha.

En cuanto al tono del texto, Karen afirmó que, para dirigirse específicamente a un público adolescente, en la editorial suelen comenzar con un narrador en primera persona. Este enfoque fomenta un sentimiento de cercanía que generaría una conexión más efectiva con el lector joven.

También compartió su experiencia con uno de los libros publicados por Teraldeas, “Libro Cuático - Educación social, emocional y sexual para adolescentes” señalando que el diseño de la última página representó un desafío particular. Finalmente, optó por un final abierto, estructurado en torno a preguntas que invitan al lector a reflexionar sobre el tema abordado. Este enfoque podría estimular el pensamiento crítico, y por ende, la participación activa del lector posterior al libro. Esta propuesta resuena con el planteamiento del libro en desarrollo, cuyo cierre contempla la escritura de una carta dirigida al “yo del futuro”, promoviendo una introspección y un cierre reflexivo.

Considerando los aprendizajes extraídos de esta entrevista, se elaboró una primera maqueta digital del libro que incorpora texto. Busca integrar las recomendaciones sobre tono, intencionalidad y cierre reflexivo, para así poder asegurar que los mensajes sean claros, pertinentes y atractivos para adolescentes en proceso de construcción de su identidad.

2.2.2. Creación del texto

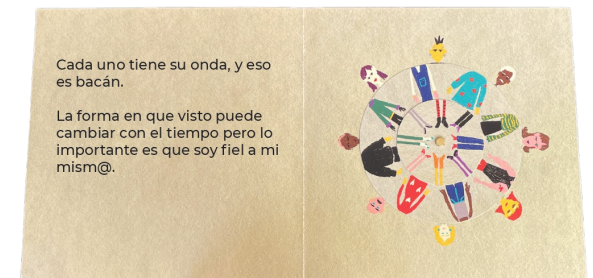
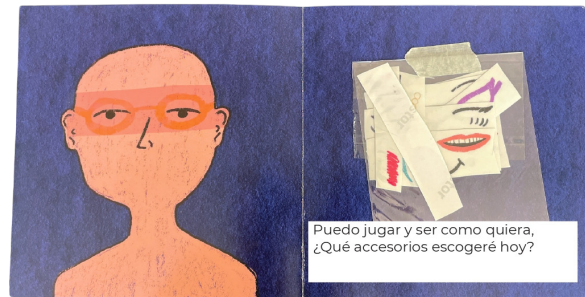


Figura 113-120. Fotografías de prototipo 03 con intervención digital de texto. Elaboración propia

Para la sección de texto del libro, se ha decidido diseñar una tipografía hecha a mano a partir del calco de una fuente preexistente, un proceso que combina la estructura formal de una tipografía digital con la autenticidad y lo lúdico de la escritura manual. Esta decisión responde al objetivo de que dialogue directamente con el estilo gráfico predominante en las ilustraciones, que poseen un estilo naif y orgánico.

La tipografía seleccionada es Lexend Exa, una tipografía sans serif. A partir de esta, se realizará un trabajo de calco manual que suavice sus líneas geométricas, aportando un carácter más humano.

En cuanto a la diagramación, se aplicarán los conocimientos de peso visual adquiridos como diseñadora para garantizar un ritmo armónico en la composición de las páginas.

Este planteamiento busca que el texto converse eficazmente con los mecanismos de papel, integrándolos de manera óptima. La jerarquización tipográfica, los márgenes y la disposición del texto serán cuidadosamente ajustados para equilibrar las ilustraciones, los elementos móviles y el contenido textual.

2.2.3. Análisis del texto: consultas a expertos

Al incorporar el texto al libro, se identificó la necesidad de someterlo a una revisión especializada por parte de un docente en lenguaje y una psicóloga infanto-juvenil.

El docente consultado fue Igor Garrido, profesor de lenguaje en el Colegio Marista de Los Andes, quien cuenta con más de 30 años de experiencia en la enseñanza.

A continuación, se detallan los cambios y recomendaciones realizadas por el docente:

Página 1 y 2

Me miro en el espejo.

¿Quién soy?

~~Empieza un viaje.~~ Empiezo mi viaje

Página 3 y 4

~~Puedo jugar y ser como quiera,~~ Puedo jugar a ser quien yo quiera

¿Qué accesorios escogeré hoy?

Página 5 y 6

Mi pelo no tiene por qué seguir reglas...

largo, corto, ¡como yo quiera!

Página 7 y 8

Soy auténtic@ en cualquier lugar.

Lo que llevo puesto no define mi capacidad.

Página 9 y 10

¡Cada uno tiene su onda, y eso es bacán!

La forma en que visto puede cambiar con el tiempo pero lo importante es que soy fiel a mi mism@.

Página 11 y 12

Somos personas con gustos diferentes que forman parte de algo más grande.

La diversidad es emocionante. :)

Página 13

~~Este viaje aún no termina.~~ Este viaje apenas comienza,

~~Escribe algo para tu yo del futuro.~~ ¿Qué le dirías a tu YO del futuro?

Se incorporaron las sugerencias de Igor y se pulió el texto antes de enviarlo a la psicóloga Rossana Alzugaray, previamente consultada en esta investigación. Rossana realizó un análisis tanto del contenido escrito como de los aspectos visuales del libro, con el objetivo de garantizar su adecuado funcionamiento y pertinencia para el público adolescente.

Tras su revisión, Rossana propuso algunos ajustes:

En las páginas 3 y 4, recomendó reemplazar la palabra “jugar” por alternativas como “probar” o “experimentar.”

En las páginas 11 y 12, sugirió modificar la frase “la diversidad es emocionante” por “la diversidad es parte de la vida.”

Además, comentó que el libro en general cumple bien con los objetivos planteados, especialmente si está dirigido a adolescentes entre los 15 y 18 años. Resaltó que el uso del color, las ilustraciones y los textos son acertados, transmiten claramente las ideas y comunican el mensaje de forma efectiva.

Tras incorporar las sugerencias de Igor y los ajustes propuestos por Rossana Alzugaray, el texto ha sido refinado y ajustado. A continuación se presenta el texto final a modo de layout.

SEGUNDA ETAPA DEL PROYECTO

1	2
---	---

Me miro en el espejo.
¿Quién soy?
Empiezo mi viaje

3	4
---	---

Puedo experimentar y ser quien yo quiera,
¿Qué accesorios escogeré hoy?

5	6
---	---

Mi pelo no tiene por qué seguir reglas...
¡Tampoco mi ropa!

7	8
---	---

Soy quien soy en cualquier lugar.
Lo que llevo puesto no define mi capacidad.

9	10
---	----

¡Cada uno tiene su onda, y eso es bacán!

La forma en que visto puede cambiar con el tiempo pero lo importante es que soy fiel a mí.

11	12
----	----

Somos personas con gustos diferentes que forman parte de algo más grande. La diversidad es parte de la vida.

13

Este viaje apenas comienza.
¿Qué le dirías a tu YO del futuro?
Escribele un mensaje.

2.2.4. Tipografía y diagramación

Para la sección de texto del libro, se ha decidido diseñar una tipografía hecha a mano a partir del calco de una fuente preexistente, un proceso que combina la estructura formal de una tipografía digital con la autenticidad y lo lúdico de la escritura manual. Esta decisión responde al objetivo de que dialogue directamente con el estilo gráfico predominante en las ilustraciones, que poseen un estilo naif y orgánico.

La tipografía seleccionada es **Lexend Exa**, una tipografía sans serif. A partir de esta, se realizará un trabajo de calco manual que suavice sus líneas geométricas, aportando un carácter más humano.

En cuanto a la diagramación, se aplicarán los conocimientos de peso visual adquiridos como diseñadora para garantizar un ritmo armónico en la composición de las páginas. Este planteamiento busca que el texto converse eficazmente con los mecanismos de papel, integrándolos de manera óptima. La jerarquización tipográfica, los márgenes y la disposición del texto serán cuidadosamente ajustados para equilibrar las ilustraciones, los elementos móviles y el contenido textual.

TIPOGRAFÍA ORIGINAL

Lexend Exa

Aa Bb Cc Dd Ee Ef Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 !;

TIPOGRAFÍA CALCADA A MANO

Lexend Exa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 !;

2.3. Título del libro: *¿Qué veo en mi reflejo?* *Un Viaje de Autoexpresión*

Tras un extenso proceso creativo y una lluvia de ideas, el título del libro ha emergido como una propuesta que encapsula tanto su esencia como su propósito:

"¿Qué veo en el reflejo? El viaje de la autoexpresión."

Este título invita al lector a reflexionar sobre su identidad, utilizando el reflejo como una poderosa metáfora de introspección y autoconocimiento.

Además, "El viaje de la autoexpresión" resalta el carácter dinámico y transformador del proceso de descubrir y construir una identidad personal, donde la moda y el estilo se presentan como herramientas fundamentales de expresión. Este concepto de "viaje" no solo se limita al crecimiento interno, sino que también se manifiesta al recorrer el libro mismo, explorando sus páginas llenas de sorpresas y mecanismos de papel. Así, cada interacción con los elementos móviles se convierte en una experiencia de descubrimiento que acompaña y amplifica la narrativa.

2.3.1. Diseño de portada

Para el diseño de la portada, en un principio se tomó como referencia la ilustración mencionada en la página 80 del informe, en la cual se presentan dos personajes con antifaces. Esta referencia se reinterpretó en los dos primeros bocetos (Figura xx y xx) a partir del título del libro. En lugar de antifaces, los personajes fueron representados con espejos frente a sus rostros. Este cambio tiene como objetivo reforzar el concepto del reflejo como metáfora central de la narrativa, invitando al lector a verse a sí mismo en el proceso de exploración y descubrimiento personal.

Tras una reconsideración a partir de los bocetos iniciales, se optó por desarrollar un tercer boceto para la portada, el cual fue finalmente seleccionado. Este diseño se centra en la representación de una única persona, manteniendo el concepto del espejo como elemento principal. Esta propuesta busca simbolizar el viaje de autoexpresión que plantea el libro. La elección de un único personaje refuerza la idea de un recorrido individual en el proceso de construcción de identidad. Dicha elección busca estimular la reflexión del lector al exponer un "reflejo simbólico" que marca el inicio de un viaje personal e introspectivo.



Figura 121-123. Bocetos de portada e ilustraciones. Elaboración propia.

2.3.2. Diseño de guarda

La hoja de guarda es una parte de los libros que conecta las páginas internas con la cubierta o tapa. Consiste en una página doblada que suele estar adherida, parcial o totalmente, al interior de las tapas frontal y trasera, conectándose con la primera y última página del contenido del libro.

Para la guarda del libro, se diseñó un patrón compuesto por espejos de diversas formas.

Este diseño busca tanto reforzar el simbolismo presente en el título y la narrativa del libro, como también aludir a la diversidad de experiencias, perspectivas y formas de autoexpresión que caracterizan las adolescencias.

La elección de espejos de diferentes formas y tamaños tiene una intención conceptual: representar la pluralidad de identidades y la multiplicidad de caminos que cada individuo puede tomar en su proceso de autoconocimiento.

Desde una perspectiva estética, el patrón crea una transición visual fluida desde la cubierta hacia el contenido. Al mismo tiempo, el diseño de la guarda sirve como un preludio simbólico al viaje interactivo que el lector experimentará a través de los mecanismos de papel, fortaleciendo la cohesión conceptual y visual de la obra.

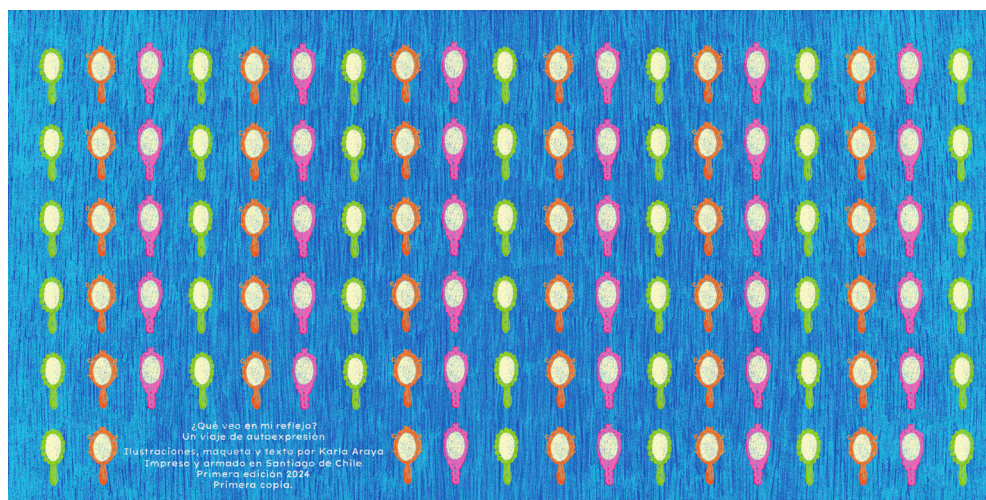


Figura 124. Guarda.
Elaboración propia.

3

PROTOTIPO FINAL

3.1. Correcciones

Para la maqueta final, se tomaron en cuenta los análisis realizados en las etapas previas, y a partir de estos se implementaron una serie de ajustes que mejoran el resultado de “¿Qué veo en el reflejo? El Viaje de la Autoexpresión”.

Entre los cambios más destacados, se incluyen:

Paleta cromática

Se mantuvo la paleta de colores propuesta en la “maqueta 01”, realizando solo algunos ajustes en un par de tonalidades que, tras una revisión detallada, se consideraron ligeramente alejadas de la paleta original.

Desarrollo de las ilustraciones

Se continuó trabajando en las ilustraciones, incorporando nuevos personajes y añadiendo detalles.

En las páginas 3 y 4, el mecanismo que incluye los stickers fue optimizado para garantizar una mejor comprensión y visibilidad, mejorando su disposición para que sea más intuitiva al momento de la lectura.

En las páginas 5 y 6, donde los personajes cambian de corte de cabello, se identificó una inconsistencia: los personajes no poseían la misma vestimenta, lo que generaba confusión sobre si se trataba de la misma persona. Este detalle fue

corregido, unificando la ropa de los personajes para que la transición visual fuera más clara

En las páginas 7 y 8, donde se expone un "ambiente laboral", se percibió que la ilustración no lograba transmitir de manera efectiva el cambio de contexto del personaje expuesto. Por lo tanto, se rediseñó la ilustración para proporcionar un mejor entendimiento del concepto.

Sobre el pop-up en las páginas 11 y 12, se introdujeron más personajes en el pop-up, y se perfeccionó el mecanismo de despliegue. Este ajuste permite que el pop-up se abra verticalmente en su totalidad.

Consideraciones técnicas

A partir de las observaciones realizadas en el "Prototipo 03" se tomaron decisiones sobre el tipo de papel, la impresión y el acabado final. La maqueta final será impresa en papel couché de 170 gramos y será termolaminada en su totalidad para evitar grietas en los dobleces. Además, se optó por un encuadernado a mano, dado que se trata de una maqueta proyectual.

3.2. Resultado final



Figura 125-128.
Prototipo final de libro pop-up.
Elaboración propia.



Figura 129-133.
Prototipo final de libro pop-up.
Elaboración propia.



Figura 134.
Prototipo final de libro pop-up.
Elaboración propia.



PROYECCIONES

4.1. Gestión del proyecto

"¿Qué veo en mi reflejo? Un Viaje de Autoexpresión" es un libro móvil dirigido a adolescentes, que explora la relación entre moda, identidad y autoexpresión. A través de 12 páginas con mecanismos interactivos de papel, stickers y pop-ups, se busca desafiar normas sociales, promover la diversidad estética y fomentar la reflexión personal.

Los libros móviles son publicaciones costosas de producir debido a sus características artesanales, donde sus mecanismos requieren, por lo general, ser armados a mano además de poseer piezas de papel extra y otros materiales añadidos. Por esta razón es que se considera recurrir a fondos públicos para financiar su creación y hacerlos accesibles.

En este contexto, se propone postular al Fondo del Libro y la Lectura: Línea de Fomento a la Creación Literaria.

El proyecto dialoga directamente con los objetivos de la convocatoria del Fondo del Libro y la Lectura, al ser una obra inédita que busca promover la diversidad cultural y el pensamiento crítico entre jóvenes de 13 a 17 años.

El contenido y formato de este libro están alineados con los objetivos de la convocatoria, que fomentan la creación literaria como una herramienta para visibilizar voces creativas y movilizar identidades, memorias y reflexiones críticas, promoviendo la diversidad cultural en los territorios.

Este fondo ofrece una oportunidad clave para materializar el proyecto, ya que permite financiar obras literarias inéditas que aún no han sido publicadas ni premiadas.

4.2. Presupuesto

	ÍTEM	CANTIDAD	TIPO DE PAGO	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Servicios	Diseño gráfico (1 mes)	1 persona	Mensual (part time)	\$600.000	\$600.000
	Ilustradora (1 mes)	1 persona	Mensual (part time)	\$600.000	\$600.000
	Encuadernación (1 mes)	2 personas	Mensual (part time)	\$400.000	\$800.000
Materiales	Mesa de corte A2	2 unidades	Por unidad	\$14.000	\$28.000
	Lumbeta	2 unidades	Por unidad	\$4.900	\$9.980
	Cortacartón SDI	4 unidades	Por unidad	\$2.400	\$9.600
	Tijeras	2 unidades	Por unidad	\$1.090	\$2.180
	Cinta doble contacto	10 unidades	Por unidad	\$3.500	\$35.000
	Cola s 600 1kg	1 unidad	Por unidad	\$4.450	\$4.450
	Lija de madera	3 unidades	Por unidad	\$500	\$1.500
	Prensa tipo C	6 unidades	Por unidad	\$4.990	\$29.940
Impresión (valores consultados en DigitalPrint)	Interior base: impresión y termolaminado (15 páginas)	100 ejemplares	Único	\$12.000	\$1.200.00
	Tapa: impresión, termolaminado y armado	100 ejemplares	Único	\$4.000	\$400.000
	Troqueles (10 troqueles por ejemplar)	100 ejemplares	Único	\$20.000	\$2.000.000
TOTAL					\$5.720.650

5

CONCLUSIÓN

Luego de esta exhaustiva investigación, se puede concluir que la adolescencia es, efectivamente, una etapa crucial para la construcción de la identidad.

Aunque el desarrollo personal es un proceso que se inicia en la niñez y continúa a lo largo de toda la vida, la adolescencia representa un punto de inflexión significativo. Durante este período, el individuo comienza a separarse del núcleo familiar y empieza a desarrollar una noción más definida de sus gustos, propósitos y valores. Este proceso de autodefinición es esencial para la formación de una identidad propia, marcando un momento crítico en la trayectoria del desarrollo humano.

Además, es en la adolescencia cuando se consolidan aspectos fundamentales de la personalidad y se establecen las bases para futuras elecciones y comportamientos, subrayando la importancia de este periodo en la vida del individuo.

Por otro lado, la moda se erige como un mecanismo de expresión significativa que complementa los procesos de desarrollo personal, afectando directamente el bienestar psicológico de los adolescentes. Establecer una relación saludable con la moda puede resultar beneficioso para estos jóvenes, ya que esta puede tener un impacto positivo en su autoestima y confianza en sí mismos. A través de esta investigación, se ha confirmado que la moda puede constituir un aporte significativo para los adolescentes, al ofrecerles un medio de expresión cultural y de personalidad. Este medio permite la comunicación no verbal de las decisiones y valores que emergen durante la construcción de su identidad.

En resumen, la moda no solo actúa como un vehículo de expresión individual, sino que también influye en la dinámica social y

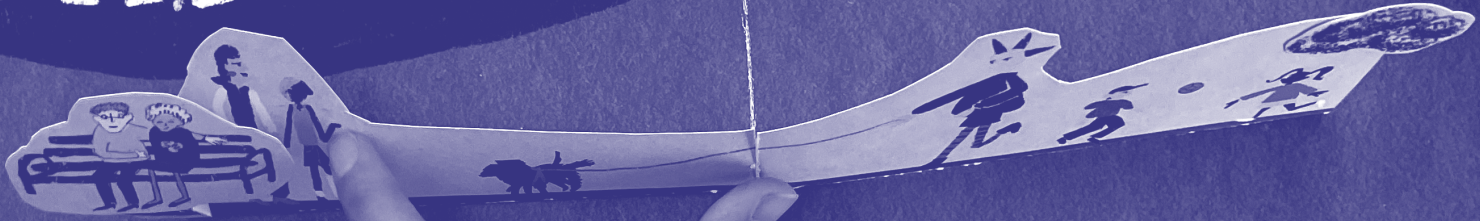
psicológica de los adolescentes, consolidando su papel como un componente integral en la configuración de la identidad durante esta etapa crucial del desarrollo humano.

Con respecto al diseño, esta investigación hizo el cruce entre moda-identidad en un contexto editorial, y buscó desarrollar una publicación móvil experimental vista como una posibilidad creativa y reflexiva para la lectura adolescente. A través de lo investigado, se determinaron temáticas específicas llevadas a una narrativa dentro de la publicación, donde el adolescente se podrá sentir representado, validando toda expresión estética porque la diversidad es emocionante.

De esta forma, la búsqueda de un formato adecuado para un público adolescente culminó en una publicación móvil, cuya estructura potenció las temáticas de expresión personal y autodescubrimiento, convirtiéndose en una herramienta que complementaría muy bien el acompañamiento de construcción de identidad.

Por otra parte, se observó una estrecha relación entre los adolescentes de hoy con formatos digitales, por lo que se estima necesario crear una versión digital interactiva del libro, para que este pueda llegar a más usuarios.

En proyección, esta publicación podría ampliarse para incluir actividades interactivas en aula basadas en el contenido del libro, donde los adolescentes puedan explorar de manera práctica los conceptos de identidad y moda a través de talleres creativos. Además, se podrían generar instancias de colaboración con instituciones educativas que podrían permitir la integración del libro como recurso didáctico en programas que fomenten el bienestar emocional y la autoexpresión de los jóvenes.



SOMOS...
DIFERENTES...
QUE FORMAN PARTE DE ALGO MÁS GRANDE.
ES EMOCIONANTE

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

- Barnard, M. (2002). *Fashion as communication*. Routledge.
- Barthes, R. (1971). *Elementos de la semiología*. Alberto Corazón Editor.
- Barthes, R. (1978). *El sistema de la moda y otros escritos*. Gustavo Gili.
- Baumgärtner, A. C. (1974). *El libro juvenil alemán hoy*. Friedrich.
- Costa, P., Tornero, J.M. y Tropea, F. (1996). *Tribus urbanas. El ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*. Paidós.
- Davis, F. (1992). *Fashion, culture, and identity*. University of Chicago Press.
- Erikson, E. (1980). *Identidad. Juventud y crisis*. Taurus.
- Erikson, E. (1993). *Infancia y sociedad*. Horme.
- Flusser, V. (2011). *Hacia el universo de las imágenes técnicas* (pp.49-56). Universidad Nacional Autónoma de México.
- García, A. (2011). *Filosofía de la imagen*. Ediciones Universidad de Salamanca.
- Hollander, A. (1978). *Seeing Through Clothes*. Viking Press.
- Kimmel, D.C. y Weiner, I.B. (1998). *La adolescencia: una transición del desarrollo*. Ariel.
- Piaget, J. y Inhelder B. (2015). *Psicología del niño*. Ediciones Morata.
- Piscitelli, A. (2009). *Nativos digitales*. Santillana.
- Rice, P. (1997). *Desarrollo humano: estudio del ciclo vital*. Pearson Educación.
- Ricoeur, J.P. (1999). *Historia y narratividad*. Paidós.
- Seel, M. (2010). *Estética del aparecer* (pp. 241-278). Katz editores.
- Steinberg, L. (2011). *Adolescence*. McGraw Hill Education.
- Hall, S. (1997). *El trabajo de la representación*. Sage Publications.

Artículos

- Abruzzese, A. (2010). Ser moda: apuntes sobre los modos de afirmarse en el mundo o en el mercado de identidades. *Pensar la publicidad*, 4(1), p. 15-44.
- Barrios, M. & Mendoza, M. (2018). La construcción del discurso en los libros pop-up: texto, imagen y movimiento. *Arte e Investigación*, 14(17). <https://doi.org/10.24215/24691488e017>
- Bordignon, N. (2005). El desarrollo psicosocial de Eric Erikson. El diagrama epigenético del adulto. *Revista Lasallista de Investigación*, 2(2), 50-63.
- Castellón, L. y Araos, C. (1999). Grados de identidad cultural: una reflexión desde la prensa escrita. *Revista Comunicación y Sociedad*, (31), 119 – 138.
- Cerrillo, P. (2015). Sobre la literatura juvenil. *Verba Hispanica*, 23(1), 211-228. <https://doi.org/10.4312/vh.23.1.211-228>

- Chaves, N. (1986). Imagen y moda: seducción, convicción y mercado. *Moda y diseño: seminario técnico sobre diseño, marketing y comunicación en la Industria de la Moda*. Centro de Promoción de Diseño y Moda, 49-108.
- Chiuminatto, M. (2011). Relaciones texto-imagen en el libro álbum. *Revista Universum*, 1(26), 59-77. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-23762011000100004>
- Cortés, C. E. (1993). La percepción de la imagen y la comunicación educativa. *Signo Y Pensamiento*, 12(23), 35-46. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3452>
- Cerrillo, P. C., y Sánchez, C. (2006). Literatura con mayúsculas. *Ocnos: Revista de Estudios sobre Lectura*, (2), 7-21.
- Diel, M. (2019). Lecturas, pantallas y adolescentes lectores. Estudio exploratorio descriptivo, tipo mixto sobre la literacidad digital en estudiantes de Montevideo [Tesis de maestría, Universidad ORT Uruguay]. <http://hdl.handle.net/20.500.11968/4019>
- Hernández, G. (2019) Los antecesores de los libros pop-up: una historia por contar. Ministerio de Cultura y Deporte de España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?-codigo=9187536>
- Jiménez, M. T., & Aguado, I. (2017). ¿Cómo conectar con un adolescente? *Pediatría Atención Primaria*, 19(76), 299-300.
- Mansilla Torres, Sergio. (2006). Literatura e identidad cultural. *Estudios filológicos*, (41), 131-143. <https://dx.doi.org/10.4067/S0071-17132006000100010>
- Margallo, A. M. (2012). El reto de elaborar un corpus para la formación literaria de adolescentes reticentes a la lectura. *Anuario de investigación en Literatura Infantil y Juvenil*, 10, 69-85.
- Margulis, M., Urresti, M. (1995). Moda y juventud. *Estudios Sociológicos del Colegio de México*, 13(37), 109-120. <https://doi.org/10.24201/es.1995v13n37.777>
- Margulis, M., & Urresti, M. (1983). *Moda y juventud*. Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Taberero Sala, R., Álvarez Ramos, E., & Heredia Ponce, H. (2020). Reading habits and information consumption of adolescents in the digital environment. *Investigaciones Sobre Lectura*, 13, 72-89. <https://doi.org/10.37132/isl.v0i13.302>
- Tesouro, M., Palomanes, M. L., Bonachera, F. y Martínez Fernández, L. (2015). Estudio sobre el desarrollo de la identidad en la adolescencia. *Tendencias Pedagógicas*, 21, 211-224. <https://revistas.uam.es/tendenciaspedagogicas/article/view/2034>

Tesis

- Diel, M. (2019). Lecturas, pantallas y adolescentes lectores. Estudio exploratorio descriptivo, tipo mixto sobre la literacidad digital en estudiantes de Montevideo [Tesis de maestría, Universidad ORT Uruguay]. <http://hdl.handle.net/20.500.11968/4019>

- Serrano, M. (2015). ¡Pop-up! La arquitectura del libro móvil ilustrado infantil [Tesis de doctorado, Universidad de Granada]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/dctes?codigo=56159>
- Toribio, V. (2020). La influencia de la moda en la identidad cultural adolescente [Tesis de doctorado, Universidad de Granada]. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/63283>

Páginas Web

- Bonino, J. P. (9 de febrero de 2018). Libros pop up: cuando las historias cobran cuerpo fuera de la página. La Nación. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/cultura/el-libropop-up-un-mundo-para-descubrir-nuevas-formas-de-disfrutar-historias-nid2107657/>
- Ramos, R. y Ramos, A. M. (2014). Cruce de lecturas y ecoalfabetización en libros pop-up para la infancia. Ocnos, (12), 7-24. Recuperado de <https://www.revista.uclm.es/index.php/ocnos/article/view/522/pdf>
- Sánchez-Contador, A. (2016). La identidad a través de la moda. Revista de Humanidades, 29, 131-152. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5659421>
- García, A. (2017). Investigación actual en imágenes. Un análisis comparativo del debate internacional sobre la imagen. El Ornitorrinco Tachado: Revista de Artes Visuales (6), 23-29. Recuperado de: <https://ornitorrincotachado.uaemex.mx/article/view/9276>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (s.f.). Juventud. <https://www.un.org/es/global-issues/youth>
- Hernandez, G. (2019). Los antecesores de los libros pop-up: una historia por contar. Ministerio de Cultura y Deporte de España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?-codigo=9187536>