



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

POSGRADO EN ARTES Y DISEÑO

FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

**LA ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN Y EL PROCESO EDITORIAL DIGITAL PARA LA
MIGRACIÓN DE UNA PUBLICACIÓN ANÁLOGA A FORMATO ELECTRÓNICO.
ESTUDIO DE CASO DE UNA EDICIÓN MUSICAL MEXICANA**

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

MAESTRO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA:

BOGARD ALFONSO VERDIGUEL VÁZQUEZ

DIRECTORA DE TESIS:

**DRA. MARINA GARONE GRAVIER
(SIB-IIB)**

SINODALES:

**MTRO. JULIÁN LÓPEZ HUERTA
(FAD)**

**DR. JULIO FRÍAS PEÑA
(FAD)**

**DR. RICARDO PAVEL FERRER BLANCAS
(FAD)**

**DRA. ISABEL GALINA RUSSELL
(IIB)**

Ciudad de México, agosto, 2017



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar quiero agradecer a la Universidad Nacional Autónoma de México por haberme brindado todos los conocimientos, en especial a la Facultad de Artes y Diseño y a la Facultad de Música.

A mi directora de tesis la Dra. Marina Garone Gravier por compartir su valioso conocimiento y haberme orientado en este camino por la teoría de la edición. A mis sinodales; Mtro. Julián López Huerta, Dr. Julio Frías Peña, Dr. Pavel Ferrer Blancas y en especial a la Dra. Isabel Galina Russell por sus valiosas observaciones.

Un agradecimiento muy especial a quienes me ayudaron para la elaboración de esta investigación; a la Mtra. Teresita Cortés (CISAN-UNAM), Mtra. Astrid Velásco (CISAN-UNAM), Mtra. Sandra Salgado (FAM-UNAM), Dra. María de los Ángeles Chapa Bezanilla (IIB-UNAM), Mtro. José Luis Segura (CENIDIM), Flor Moyao (CENIDIM), al grupo de investigación PROLOPE de la Universidad Autónoma de Barcelona en especial al Dr. Ramón Valdés Gázquez y a la Dra. Sònia Boadas.

Agradezco a mi familia; Patricia Vázquez, Juan Verdiguél, Liliana Verdiguél, Víctor Verdiguél, Luke y Fidelio†; por su apoyo incondicional en todos los proyectos que siempre he decidido emprender.

A mis profesores del Posgrado en Artes y Diseño, al Dr. Omar Lezama, Dra. Laura Corona, Dr. Miguel Ángel Aguilera y a mis compañeros Sinahí Tamayo, Adrián Gasser, Juan Carlos Montes, Selene Salazar y Beatriz Rojas.

Al Departamento de Publicaciones del IIA-UNAM; Adriana Inchaustegui, Carlos Bravo, Ada Torres y en especial a Martha González y Nohémi Sánchez por sus enseñanzas de diseño editorial y web.

A mis compañeros de trabajo del Departamento de Publicaciones de la FES Aragón-UNAM; Ana Cayetano, Carlos Ramos, Nancy Arias e Ivonne Aguayo.

A mis personas favoritas que siempre me apoyan incondicionalmente: Gabriela Jácome, Edgar Colín, Eric López, José Mouriz, Misael Durán, Mariana Martínez, Sergio Peláez, Eugenia Galván, Gloria Rojas, Claudia Martínez y Beatriz del Olmo.

CONTENIDO

Introducción.....	9
-------------------	---

CAPÍTULO I

LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA Y LA DIGITALIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE TRABAJO: LA EDICIÓN DIGITAL

1.1 La revolución tecnológica.....	15
1.1.1 La sociedad de la información	15
1.1.2 Breve historia del desarrollo de la revolución tecnológica	20
1.2 El proceso tradicional de edición	25
1.2.1 Editar y publicar	25
1.2.2 El editor	29
1.2.3 La edición tradicional.....	34
1.3 La Edición digital.....	40
1.3.1 La autoedición	40
1.3.2 La tipografía digital.....	42
1.3.3 Sistemas de marcado.....	48
1.3.3.1 <i>Standard Generalized Markup Language (SGML)</i>	49
1.3.3.2 <i>eXtensible Markup Language (XML)</i>	49
1.3.3.3 <i>Hypertext Markup Language (HTML)</i>	51
1.3.3.4 <i>Text Encoding Initiative (TEI)</i>	51
1.3.4 El proceso de trabajo de la edición digital	54

CAPÍTULO II

CARACTERÍSTICAS, TIPOLOGÍAS Y CICLO DE VIDA DEL LIBRO DIGITAL

2.1 Las publicaciones digitales	59
2.1.1 Revistas académicas	63
2.2 El libro digital	65
2.2.1 Tipologías del libro digital.....	74
2.2.2 Plataformas.....	77
2.2.3 Interactividad	79
2.2.4 Formas de lectura	82

2.3 El ciclo de vida del libro digital	84
2.3.1 El nuevo modelo de estudio del libro de Thomas R. Adams y Nicholas Barker	84
2.3.1.1 <i>Publicación</i>	89
2.3.1.2 <i>Manufactura</i>	90
2.3.1.3 <i>Distribución</i>	90
2.3.1.4 <i>Recepción</i>	92
2.3.1.5 <i>Sobrevivencia</i>	92
2.3.2 Aplicación del modelo de Adams y Barker a libros digitales	93

CAPÍTULO III

ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA ESTRUCTURAR CONTENIDOS EN LIBROS DIGITALES

3.1 Arquitectura de la información	97
3.2 Estructura de la Arquitectura de la información	105
3.2.1 Esquemas de organización	106
3.2.2 Estructuras de organización	108
3.2.3 Sistemas de etiquetado	109
3.2.4 Sistemas de Navegación	112
3.3 Arquitectura de la Información para libros digitales	115

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE CASO DE LA MIGRACIÓN DEL LIBRO DE PABLO CASTELLANOS MANUEL M. PONCE (MÉXICO, UNAM, 1982)

4.1 La edición musical en México	119
4.1.1 Breve recuento histórico sobre las ediciones musicales en México	121
4.1.2 Los principales editores de Música en México y el proceso de edición musical (siglo xx y xxi)	125
4.1.2.1 <i>El proceso de edición en la Facultad de Música de la UNAM</i>	125
4.1.2.2 <i>El proceso de edición en el CENIDIM</i>	127
4.2 El proceso de edición musical digital para la migración del libro Manuel M. Ponce (UNAM,1982)	131
4.2.1 Metodología para la Arquitectura de la información	134
4.2.1.1 <i>Fase de análisis</i>	136

4.2.1.2 Análisis de los usuarios.....	144
4.2.1.3 Fases del diseño.....	146
4.2.1.4 Propuesta gráfica.....	149
Conclusiones.....	155
Glosario.....	161
Fuentes de consulta.....	171

ANEXO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS EDITORIALES PARA LIBROS DIGITALES

Presentación.....	178
Definición de conceptos.....	179
Organigrama del proceso editorial.....	180
Flujo de trabajo.....	181
Formatos	
A1 Formato de registro del proyecto editorial.....	185
<i>Instructivo de llenado del Formato de registro</i>	
<i>de proyecto editorial (A1).....</i>	<i>187</i>
A2 Lineamientos de entrega para publicación digital.....	188
A3 Formato de predictamen editorial.....	190
<i>Instructivo de llenado del Formato de predictamen</i>	
<i>editorial (A3).....</i>	<i>192</i>
A4 Formato de Rechazo de obra.....	193
<i>Instructivo de llenado del Formato de</i>	
<i>Rechazo de obra (A4).....</i>	<i>194</i>
B1 Formato de presentación del proyecto.....	195
<i>Instructivo de llenado del Formato de presentación</i>	
<i>del proyecto (B1).....</i>	<i>196</i>
B2 Carta de invitación para dictaminadores.....	197
<i>Instructivo de llenado de la Carta de invitación</i>	
<i>para dictaminadores (B2).....</i>	<i>198</i>
B3 Formato de dictamen editorial.....	199
<i>Instructivo de llenado del Formato</i>	
<i>de dictamen editorial (B3).....</i>	<i>202</i>

INTRODUCCIÓN

Los avances tecnológicos que se gestaron desde la década de los años 70 con la revolución tecnológica, el desarrollo de los equipos de cómputo y la red mundial (world wide web) son eventos que han modificado la forma de vida de la sociedad; tanto en el quehacer cotidiano como en el desarrollo del trabajo. En la actualidad no se puede concebir al Diseñador de la Comunicación Visual separado de los equipos de cómputo, y pareciera una historia antigua el contar como se realizaba la maquetación editorial en las máquinas de fotocomposición.

El diseño editorial como un área del Diseño y la comunicación Visual también sufrió el embate de las tecnologías con la aparición de los primeros procesadores de texto y los programas de autoedición. A partir de la incorporación de estos elementos en el flujo de trabajo el cuidado de la edición se volvió más preciso, además de que aceleró los tiempos de producción.

El surgimiento de la edición digital comprende una serie de procesos donde la salida a prensa solo es una de las múltiples posibilidades que se le puede dar a un original; en este proceso participan diferentes profesionales —cada uno especialista en su área y con una tarea específica dentro del proceso— que llevarán a buen término la edición.

La importancia de abordar este avance tecnológico desde el punto de vista de la edición digital; tiene sustento en poder analizar un proceso de trabajo en el que se encuentran inmersos los diseñadores día a día y del cual muchos desconocen, debido a una clara tendencia de enseñar a hacer —maquetar, diagramar, formar— en lugar de conceptualizar, analizar y gestionar, no debemos de olvidar que el diseño se define como una acción de proyectar con base en una metodología.

Con la llegada de las tecnologías esta tendencia se hace más fuerte, en ocasiones se habla del diseño digital y propiamente de las publicaciones digitales como algo más sencillo debido a su inmediatez, y se llega a pensar que un original para publicación digital no necesita corrección ni cuidado editorial.

Es por ello que esta investigación aborda el tema del libro digital desde la vertiente de los procesos y las buenas prácticas de edición y no desde un enfoque técnico. El diseñador de la comunicación visual debe ser el profesional conocedor del proceso de edición, que en un determinado momento de su carrera pueda convertirse en un editor el cual se encargue de la gestión de un proyecto editorial.

Introducción

La edición de libros digitales se debe tomar como un área que ha heredado recursos del diseño editorial y del diseño web y conforma un soporte distinto a los anteriores; donde se conjugan los conocimientos de ambas áreas y se complementan con las aportaciones de otros profesionales dedicados al desarrollo de sistemas informacionales.

Esta investigación se enmarca dentro del terreno del libro digital como un recurso de conservación; en nuestro estudio de caso planteamos un proyecto de reedición de un libro que se encuentra agotado y que es necesario reeditar desde un medio totalmente digital; pero no solo como trasladar el impreso si no como crear una publicación que aproveche los recursos del medio digital.

Este estudio persigue objetivos específicos dentro del estudio de la edición y no plantea una respuesta a procesos técnicos de maquetación y formación. El principal objetivo que tiene es analizar el proceso de trabajo de la edición y proponer una metodología para la edición digital de una edición musical. Además de establecer una propuesta fundamentada en la observación de distintos procesos de edición.

También se plantea analizar el objeto de estudio libro digital, es decir, estudiar todas las características que ofrece como un nuevo soporte, así como generar lineamientos que puedan ayudar a realizar el trabajo de la edición en el quehacer profesional.

Otra cuestión que se planteó fue hallar la respuesta a si es posible establecer un proceso específico para contenidos digitales donde se incorporen distintas áreas ajenas al Diseño y a la Comunicación Visual, tal como la Arquitectura de la información y la usabilidad.

Antecedentes

El origen de esta investigación se encuentra en las experiencias que se me presentaron cuando desarrollaba mi trabajo como diseñador editorial, con el surgimiento de las publicaciones digitales las actividades que comúnmente realizaba se fueron convirtiendo cada vez más en la producción de publicaciones enfocadas a los medios digitales que requerían interacción con el lector y cada vez más alejadas del libro impreso.

Como consecuencia de este cambio en las actividades de diseñador editorial me di a la tarea de buscar información sobre este nuevo soporte, algunas respuestas las hallé en cursos donde se hablaba sobre formatos propietarios como los libros maquetados con *iBooks Author* o los folios hechos con *Digital Publishing Suite* en *InDesign*; hasta llegar al formato estándar ePUB en sus primeras versiones.

En septiembre de 2014 asistí al tercer *Simposio Internacional sobre Libro electrónico* que se llevó a cabo en el Museo Nacional de Antropología e Historia de la Ciudad de México, y que fue organizado por CONACULTA;

en este simposio se abordó la nueva cadena del libro digital, expertos de la edición expresaban su opinión sobre cómo generar nuevos contenidos para publicaciones digitales, mostraban ejemplos de catálogos exitosos como el de la editorial francesa Gallimard y también en algunos momentos se estancaban en la discusión *eterna* de que el libro impreso morirá a causa del libro digital.

Finalmente la ponencia donde se cuestionó sobre el proceso de un libro digital y cuya respuesta del ponente fue decir que “hacerlo era cosa sencilla, ya que un diseñador en cuestión de cinco minutos exporta un ePUB y listo”; esto fue un factor para comenzar este trabajo, ya que como profesionales del Diseño y la Comunicación visual debemos rechazar rotundamente esta tendencia a que se mire nuestra labor como un simple proceso técnico, además de la omisión de todo el proceso que se encuentra antes de la maquetación de un libro.

También quiero enfatizar que este estudio nació de la necesidad de crear un análisis sobre el nuevo soporte y los procesos de la edición digital así como la generación de lineamientos que puedan ayudar al desarrollo de futuros proyectos editoriales digitales .

Estructura de la Investigación

Este trabajo se divide en cuatro capítulos, cada uno dedicado a distintos aspectos sobre el libro digital y que en su conjunto son un análisis completo y una propuesta metodológica para la edición de libros digitales, también consta de un anexo, que sirve como un manual de procedimientos editoriales digitales que puede servir como base para el desarrollo de los proyectos.

El capítulo I se divide en dos partes, en la primera parte se expone el contexto histórico-social en el que se desarrollan las publicaciones digitales; se hace un breve recuento de la historia de la revolución tecnológica y se define el momento que se vive actualmente llamado *Sociedad de la Información*; se expone este contexto para poder comprender qué es lo que rodea a estas publicaciones y cómo las mismas son productos de un avance tecnológico y de circulación de la información sin precedentes en la historia de la sociedad.

En la segunda parte de ese capítulo se hace un análisis puntual de lo que es el proceso de edición; desde su concepción tradicional —proceso hacia los medios impresos— hasta el impacto de las nuevas tecnologías como los procesadores de texto, y la autoedición.

Se identifican tres elementos claves para el desarrollo de la edición digital que son: la autoedición, la tipografía digital y los sistemas de marcado. Finalmente se analiza como se modificó este flujo de trabajo a causa de las nuevas tecnologías, incorporando nuevos elementos y diversificando las opciones de salida de un original.

Introducción

En el capítulo II se analiza el objeto de estudio libro digital, se expone de manera general qué son las publicaciones digitales, identificando dos grupos importantes dentro de ellas; en primer lugar las revistas académicas, las cuales son las pioneras en las publicaciones por estos medios y en segundo lugar un análisis descriptivo de los elementos y recursos que componen el libro digital.

La segunda parte de este capítulo está dedicada al estudio de dos modelos que existen para el análisis del ciclo de la vida del libro; el primero es el *circuito de la comunicación* de Robert Darnton donde se enfatiza la influencia de los factores sociales para la producción de libros; es decir un libro es el producto de la coyuntura social, sin embargo, retomamos el modelo propuesto por Thomas R. Adams y Nicolas Barker al cual denominan *Nuevo modelo para el estudio del libro* para crear un análisis de las etapas por las que debe pasar la edición de un libro. Este modelo se centra más en las fases que sufre este original al ser editado y no en los factores sociales, que si bien, se encuentran ahí presentes como por ejemplo en la decisión editorial; estos no son determinantes ni se encuentran en el centro del estudio.

El modelo de Adams y Barker es un ciclo completo que comienza desde la recepción de los originales al que denominan publicación hasta la sobrevivencia de esta.

Finalmente inscribimos al libro digital dentro de este modelo de análisis para poder demostrar que una publicación digital siempre debe estar inmersa en un proceso de edición, y nunca se debe encontrar fuera de él como sería el caso de la auto publicación.

En el capítulo III se realiza un estudio de la disciplina llamada Arquitectura de la Información y que se añade al proceso de edición para lograr la estructura de los contenidos; a partir del estudio de las partes que conforman la AI se puede identificar la manera de clasificar los diferentes paquetes de contenido que poseen las publicaciones; por medio de las estructuras y esquemas de organización se clasifica la información, se crean grupos y se puede definir una forma de organizarlos, otra parte importante de estos elementos son los sistemas de etiquetado que de nuevo vuelven a recordarnos los avances de la edición digital, y estos nos ayudan a recuperar la información dentro de este medio, además de poder asignar cierta categoría o identificador; ya sea a palabras o partes del contenido. Finalmente los sistemas de navegación nos permiten establecer la forma en cómo se pueden mover las capas de información.

El Capítulo IV trata sobre el estudio de caso; en este apartado nos situamos en el contexto específico de la edición musical, en la primer parte se realiza un análisis de la edición musical en México, una breve descripción del desarrollo de la ediciones musicales desde la época colonial hasta el siglo XIX, periodo donde se tuvo un auge en la publicación de estas edicio-

nes debido a que existía una alta demanda en el mercado. También se analizan y confrontan dos procesos de edición musical; el de la Facultad de Música y el del CENIDIM, después de este análisis se presenta una propuesta para la edición digital musical.

La segunda parte del apartado trata sobre la metodología para desarrollar la estructura de los contenidos por medio de la AI y las fases del diseño. Basando el proceso en la metodología planteada por Morville y Rosenfeld, podemos organizar las distintas etapas para la estructura de los contenidos.

Esta investigación contiene un Anexo que es un manual de procedimientos editoriales para publicaciones digitales; y que fue producto de nuestro análisis de los procesos de edición y engloba nuestra propuesta para la edición musical digital.

CAPÍTULO I

LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA Y LA DIGITALIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE TRABAJO: LA EDICIÓN DIGITAL

cuatro, pues muchas son composiciones de ocasión dedicadas a señoritas de sociedad. Lo mismo podría decirse de sus 23 estudios.¹

Ponce nació el 8 de diciembre de 1882 en Fresnillo, Zacatecas y murió en la Ciudad de México el 24 de abril de 1948.¹

Fue niño prodigioso: su hermana María del Refugio (Cuquita) recogió amorosamente una polka que compuso su hermano a los seis años de edad; a los ocho escribió *La marcha del sarampión*, a los doce era organista de una iglesia de Aguascalientes; y a los dieciocho compuso aquella *Gavota* que divulgó Antonia Mercé (La Argentina) por todo el mundo en sus programas de danza.³

Antes de su primer viaje a Europa recibió clases de piano con su hermana Josefina y de teoría con Cipriano Avila en Aguascalientes.⁴

En 1900 se trasladó a la capital de México, donde estudio piano con Vicente Mañás (pianista español del Conservatorio de Madrid) y armonía con el maestro italiano Eduardo Gabrielli, quien más tarde le dio una carta de recomendación para Enrico Bossi. Ingresó al conservatorio en 1901, pero como lo obligaban a cursar los primeros años de la carrera que ya sabía, regresó a Aguascalientes para ocupar una cátedra de solfeo en la Academia de Música del estado.¹

En esta capital escribió numerosas obras para piano que no dejan de revelar su influencia de la tradición mexicana. Dichas



blemente el lenguaje de Julio tuarte o Miguel Ríos Tolendano. Sirva de ejemplo su gavota: el ritmo y la forma se apegan a los clavecinistas, pero la melodía tiene sabor de canción romántica mexicana; la riqueza armónica y el movimiento de las voces internas (ejemplo 1) revelan que Ponce había analizado la estructura pianística de ciertos compositores mexicanos de la generación anterior, como Villanueva. Es interesante también la *Danza para la mano izquierda* (primer ensayo de Ponce de tipo habanera) que lleva el mismo nombre de la escultura realizada por Jesús Contreras. *Malgré tout* (A pesar de todo), hoy en día se encuentra dos ejemplares: uno en el Museo Nacional de Arte y una copia en la Alameda Central de la Ciudad de México. Dicha danza está escrita en homenaje al escultor de Aguascalientes, quien acababa de sufrir un accidente perdiendo el brazo derecho.¹

Entre otras composiciones de este periodo figuraron las 11 Miniaturas y los cinco Estudios.

0 Páginas Capas Vi

[Ninguna]

A-Master

iPad H

Manuel M. Ponce

1

2

3

4

5

6

39 páginas en 39 pliegos

Publicación digital Sin errores

0 pt

12 px

100%

1.1 La revolución tecnológica

1.1.1 La sociedad de la información

Durante los últimos años se han presentado una serie de avances tecnológicos que han provocado cambios sustanciales en la vida de las personas; en sus relaciones laborales, en la economía e incluso en las relaciones interpersonales; estos cambios no son hechos aislados sino que son la consecuencia de un proceso de avances tecnológicos que ya se venían gestando a lo largo de la década de los años 50, pero que no fue hasta el desarrollo de la revolución de la microelectrónica en la década de los años 70 que se comenzaron a notar; mostrando un avance tecnológico sin precedentes en el campo de la información y la comunicación (Castells 2009: 15).

Como consecuencia de este aumento en la capacidad de procesar información surge el concepto de la *sociedad de la información*, como una fase posterior a la sociedad industrial, cambio que se da a partir de la transformación de las actividades económicas, ya que en una sociedad industrial la actividad más importante se centra en la manufactura y la producción de mercancías, algunos teóricos de *prognosis social* como Daniel Bell quien lo menciona en su libro *el advenimiento de la sociedad post-industrial* (1973), otros teóricos como Manuel Castells aluden a la sociedad red o al *informacionalismo*. Pero en primer lugar se debe establecer qué implica o a qué se refiere el concepto de la *sociedad de la información*.

Con base en lo anterior podemos definir a la sociedad de la información como aquella en la que todas sus actividades ya sean, económicas, sociales o laborales están organizadas en torno a las tecnologías de la información y comunicación (TIC).¹ En este tipo de sociedad el sector económico prominente es el de los servicios, sobre todo, el relacionado con el flujo de información. Esta sociedad se encuentra interconectada, esto hace que la información fluya libremente potenciada por las TIC.

Al hablar de información nos referimos al contenido, a la noticia o por así llamarlo al “cuerpo de un suceso”, que posteriormente será recibido y decodificado. Pero solo se habla de una información que se recibe; al abordar este concepto no se refiere al conocimiento, porque utilizar este concepto implica entrar en terrenos de discernir entre la información útil y la que no lo es; así como, de un proceso mucho más complejo en el cual se percibe, recuerda, aprende, imagina, razona, discurre, especula y reorganiza (Covi 2004: 48).

El ideal de la sociedad de la información garantiza que se cumpla con una necesidad que ha estado presente en el pensamiento humano desde

¹ Se define a las tecnologías de la Información y la Comunicación como el conjunto de herramientas y métodos empleados para recabar, retener, manipular o distribuir información (Escobar 2009: 18).

Capítulo I

la época de la Ilustración, o con la llamada *República de las letras* del siglo XVIII;² esta idea sigue presente hasta nuestros días.

Dentro de esta sociedad se garantiza el cumplimiento de los derechos humanos. En su documento *hacia las sociedades del conocimiento* (2005: 18) la UNESCO establece que en este tipo de sociedad se cumplirán las siguientes garantías:

- La libertad de opinión y expresión (artículo 19 de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos*) y la libertad académica;
- El derecho a la educación y sus corolarios: la gratuidad de la enseñanza básica y la evolución hacia la gratuidad de los demás niveles de enseñanza (artículo 26 de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos* y artículo 13 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales);
- El derecho a “tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten” (párrafo 1 del artículo 27 de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos*).

Frank Webster (2006, 9, 1: 24) analiza distintas acepciones sobre la *sociedad de la información*, en las que cada una refleja un incremento cuantitativo en los siguientes aspectos:

- Innovación tecnológica
- Cambio ocupacional
- Valor económico
- Flujos de información
- Expansión de símbolos y señales

La tecnología llevó un desarrollo lento durante la década de los años 70 pero no es sino hasta la década de los años 80 que se desarrollan a mayor velocidad debido a tres avances significativos que son: el circuito integrado, el microordenador y los protocolos de comunicación. Estos descubrimientos provocan una revolución en las tecnologías sobre todo en las telecomunicaciones —se comienza a anunciar la llegada de la supercarretera de la información, que es lo que hoy conocemos como la *Red mundial (World Wide Web)*, un espacio donde todo se conecta a través del hipertexto y se mantiene en constante conexión a la sociedad—, con el desarrollo de innovaciones técnicas para comunicarnos, “se transfor-

² Robert Darnton nos narra que la República de las letras era [...] un espacio sin policía, sin fronteras y sin más desigualdades que aquellas originadas por la diferencia en aptitudes y talento. Todo ciudadano podía pertenecer a ella si ejercía las dos prácticas distintivas de la ciudadanía: la lectura y la escritura (Darnton 2010: 20).

man los sistemas de producción y almacenamiento de la información” (Crovi 2004: 33).

Además de que con la llegada del Internet y la digitalización de los procesos de comunicación se crea un nuevo espacio llamado ciberespacio.³ Su creación le da una característica de virtualidad y enlaza el flujo de información hacia una sociedad interconectada.

El *cambio ocupacional* concierne a cómo, a partir del desarrollo de las tecnologías de la información, cambia la estructura laboral; ya que al ser el sector de los servicios el prioritario baja la tasa de empleos dedicados a la manufactura y aumentan los llamados empleos de *cuello blanco*. Esto en ningún momento quiere decir que el industrialismo haya desaparecido sino que ha quedado subsumido; en esta sociedad es necesario que exista el industrialismo ya que la energía y sus tecnologías asociadas son todavía un componente esencial de todos los procesos (Castells 2009: 34).

Así al existir más oferta laboral en el sector de los servicios, disminuye el trabajo de la manufactura industrial, lo que nos lleva a reivindicar las posturas de los teóricos de la economía de servicios y de la información, así como el concepto de la sociedad post-industrial el cual explica Daniel Bell en su libro *el advenimiento de la sociedad post-industrial* (1973).

Siguiendo la lógica de que la riqueza proviene de las ideas, el conocimiento, las habilidades, la creatividad y en un menor grado del esfuerzo físico; por ello, en esta sociedad abundan los diseñadores, negociadores, creadores de imagen, músicos, biotecnólogos, ingenieros genéticos y descubridores de nichos (Webster 2006 9, 1: 28).

En esta acepción podemos observar que el sector de los bienes y servicios es quien toma el papel protagónico en el campo ocupacional, ya que para que esta sociedad pueda potencializar todo ese flujo de información es necesario que se desarrolle el trabajo de los especialistas en esta materia, ya sea dentro de las telecomunicaciones o en la transmisión de los mensajes mediáticos, por esta razón abundan los empleos de *cuello blanco* y pasan a segundo término los empleos del sector primario –agricultura– y los del sector secundario –industria–.

El aspecto económico se refiere al valor que tienen las actividades de la información, es decir, cuánto porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) es destinado para su desarrollo; si más del 60% de su inversión está destinada al sector de la información estamos hablando de una sociedad que se encuentra más comunicada, y en la cual la actividad económica principal se

³ El ciberespacio es una visualización espacial que sintetiza todas las informaciones ya elaboradas de datos, proporcionadas por las actuales y futuras redes de comunicación que permiten a su vez, la presencia compartida y la interacción de múltiples usuarios, permitiendo juntar y divulgar datos remotos, controlar los mismos por medio de la transparencia y la total integración e intercomunicación con una gran gama de productos inteligentes en el espacio real (De Sanctis, en Crovi y Girardo 2001: 37).

Capítulo I

relaciona con la información más que con la agricultura o la industria de la manufactura.

Cuando se habla del espacio se refiere a cómo por medio del desarrollo de estas tecnologías pueden estar comunicados diferentes sitios, es lo que podríamos llamar las redes de información. La organización social se ha modificado como consecuencia del desarrollo de los protocolos de comunicación de máquina a máquina, así reduciendo las distancias, uniendo oficinas que se encuentran en diferentes regiones; es decir “una sociedad conectada” a nivel nacional e internacional.

La última acepción de una sociedad de la información que analiza Webster (2006) es la que tiene relación con la cultura. El incremento del flujo de información deriva en el flujo continuo de esta en la vida cotidiana, por ello existen distintos medios de divulgación que se encuentran disponibles las 24 horas del día. Como ejemplo tenemos: la radio, la televisión, las computadoras, además podemos incluir otros dispositivos móviles como el teléfono celular, las tabletas, las consolas de videojuegos y el iPod; todos los medios mencionados anteriormente nos transmiten información y nos encontramos interactuando con ellos todos los días. El aspecto anterior se refiere a que la cultura está cargada de información, muchísima más información que en épocas pasadas, y a través de estos medios nosotros consumimos los mensajes.

Existen diferentes posturas acerca de qué es la sociedad de la información, diversos teóricos la definen en formas diferentes. Esta investigación no se ocupará de analizar cada una de las corrientes teóricas que hablan sobre la sociedad de la información o la transformación de la sociedad industrial, sólo se enumerarán las que menciona Frank Webster (2006: 7), si el lector quisiera profundizar en el tema puede referirse al libro *Theories of the information society*, donde Webster menciona:

[...] Hacia un ala podemos posicionar a quienes proclaman una nueva especie de sociedad que emergió de la anterior. Esta parte de los teóricos son:⁴

- postindustrialismo (Daniel Bell y sus seguidores)

⁴ Towards one wing we may position those who proclaim a new sort of society that has emerged from the old. Drawn to this side is a theorist of:

- Post-industrialism (Daniel Bell and a legion of followers)
- Postmodernism (e.g. Jean Baudrillard, Mark Poster, Paul Virilio)
- Flexible specialisation (e.g. Michel Piore and Charles Sabel, Larry Hirschhorn)
- The informational mode of development (Manuel Castells) On the other side are writers who place emphasis on continuities. I would include here theorist of: Neomarxism (e.g. Herbert Schiller), Regulation theory (e.g. Michel Aglietta, Alain Lipietz), Flexible accumulation (David Harvey), Reflexive modernisation (Antony Giddens), The public sphere (Jürgen Habermas, Nicolas Garnham). [Traducción propia].

- Postmodernismo (ej. Jean Baudrillard, Mark Poster, Paul Virilio)
- Especialización flexible (David Harvey)
- Especialización reflexiva (ej. Michel Piore y Charles Sabel, Larry Hirschhorn)
- Modo informacional del desarrollo (Manuel Castells)

Del otro lado están los escritores que han puesto énfasis en la continuidad, Yo incluiré aquí a estos teóricos:

- Neo-Marxismo (ej. Herbert Schiller)
- Teoría de la regulación (ej. Michel Aglietta, Alain Lipietz)
- Acumulación flexible (David Harvey)
- Modernización reflexiva (Antony Giddens)
- La esfera pública (Jürgen Habermas, Nicolas Garnham)

En primer lugar se encuentran los teóricos que hablan sobre la importancia de la económica de servicios, entendida como la toma de un papel protagónico en la economía por el sector económico terciario —que es donde se agrupan a todas las actividades económicas que no están relacionadas con la agricultura ni con la producción industrial— John Singelman lo divide en cuatro rubros: servicios de distribución (transporte, comunicación y comercio), servicios a la producción (banca, negocios de servicios, bienes raíces), servicios sociales (atención a la salud, educación, correos, servicios públicos y no lucrativos) y servicios personales (ayuda en el hogar, hoteles, restaurantes, viajes, reparaciones, etcétera.) (Gandarilla 2004: 63). Es aquí donde al tomar ese papel protagónico en la economía se comienza a designar a esta sociedad como *la sociedad postindustrial* y nos encontramos a la corriente llamada *prognosis social*,⁵ dentro de esta corriente está Daniel Bell (1973) quien establece que la sociedad se ha transformado en una sociedad post-industrial en la que la producción de las mercancías ha quedado rebasada por la economía de servicios; es decir, la actividad principal de la economía se centra en la administración o como él le llama: los empleos de cuello blanco.

Este cambio en las actividades económicas genera una transformación radical en la organización de la sociedad ya que el conocimiento es un instrumento para satisfacer las necesidades económicas como un componente pleno del desarrollo (UNESCO 2005: 29).

A su vez, al interior de este sector económico terciario se prioriza el ramo de la información, área que ayudará al desarrollo de las demás divisiones del sector de servicios que ya se mencionaron, así pasando de la economía de servicios a la economía de la información donde el desarrollo

⁵ La *prognosis social* plantea que a partir de una tendencia regular se pronostica el comportamiento de una sociedad a futuro (Bell 1973: 13).

Capítulo I

de las teorías de la información y la cibernética tendrán un impacto en la forma en cómo se desarrollan las actividades económicas, priorizando el contenido tecnológico y dándole un papel fundamental a las tecnologías de la información y comunicación a distancia: microelectrónica, microordenadores y telecomunicaciones.

A partir de este momento es cuando ya se acuña el término *sociedad de la información*, pero ¿por qué llamarle sociedad de la información?, ¿acaso no en todas las sociedades ha habido información?, en efecto todas las civilizaciones antiguas poseían información, de hecho el poder y la riqueza siempre han estado relacionados con quien posee la información y el conocimiento, como por ejemplo; los sacerdotes, escribas, burguesía, etcétera. Por lo tanto el basar nuestro juicio solo en la palabra “información” resulta ambiguo, poniendo el ejemplo de que ya se tenía información y tecnología desde la imprenta; que es una tecnología de la información y que se había inventado en China (Castells 2009: 32), al seguir esta vertiente podríamos asegurar que siempre hemos vivido en una sociedad de la información, pero hay algo que la diferencia de las sociedades anteriores y es la cantidad de información disponible que se encuentra hoy en día, aunado al poder de las tecnologías de la información, a este nuevo orden social Manuel Castells lo llama *informacionalismo*, una sociedad construida alrededor de las tecnologías de la información basadas en la microelectrónica y las tecnologías basadas en la ingeniería genética.

1.1.2 Breve historia del desarrollo de la revolución tecnológica

Analizando históricamente, la sociedad de la información sentó sus bases en los primeros años del siglo XXI gracias al desarrollo de la revolución de la microelectrónica, pero tiene sus antecedentes en los medios de producción de la sociedad industrial.

Se asegura que hubo al menos dos revoluciones industriales cada una con sus características de innovación que ayudaron al desarrollo de las tecnologías. La primera revolución industrial tuvo lugar en Inglaterra en el último tercio del siglo XVIII, sus características son el avance tecnológico como la máquina de vapor, la hiladora de varios husos, el proceso de Cort en metalurgia y, en sentido más general por la sustitución de las herramientas por las máquinas (Castells 2011: 60).

Es muy importante la primera revolución industrial ya que a partir de la invención de la máquina de vapor se pudo sistematizar todo un proceso de producción donde se abandonaron los talleres y se comenzaron a ocupar las fábricas como centros de trabajo, esto trajo como consecuencia que surgiera un nuevo orden social; es decir, el surgimiento de la sociedad industrial, pero esta sociedad basó su innovación tecnológica en la creación de las máquinas que pudieran acelerar los procesos de manufactura de las mercancías.

El surgimiento de la primera revolución industrial obedeció a los intereses del desarrollo de la manufactura de mercancías con el fin de agilizar los procesos de producción por ello el obrero —clase trabajadora característica del sistema capitalista y cuyo centro de trabajo es la fábrica—, eran asistidos de grandes máquinas; gracias a las que sistematizaban el trabajo para una producción mayor en menor tiempo, sin embargo, el desarrollo de esta revolución industrial aún se encontraba subordinado a la naturaleza —entendiendo la naturaleza como todos los fenómenos y factores que no pueden ser controlados por el hombre—. Un ejemplo es el uso de la máquina de vapor que se utilizaba en algunos talleres como en el del impresor alemán Friedrich Koenig: “[...] se mudó a Londres en 1804, dónde mostró sus veloces prensas impulsadas por vapor” (Bhaskar 2014: 43) y en otros talleres se utilizaban las máquinas hidráulicas conocidas como molinos, a pesar de contar con estas máquinas la producción se encontraba supeditada a la naturaleza, —viento, luz, clima, etcétera—, debido a que en esta revolución se incorporaron los conocimientos técnicos para crear máquinas y no se buscó la forma de hacer frente a los fenómenos naturales que limitaban la producción.

La segunda revolución industrial se da cien años después en los Estados Unidos de América y en Alemania; esta revolución tiene grandes aportaciones, las cuales son: el desarrollo de la electricidad, el motor de combustión interna, la invención del teléfono y el uso del telégrafo.⁶ Los avances tecnológicos de la segunda revolución industrial se diferencian de los de la anterior por estar basados en el uso de la energía eléctrica, recurso que pone a la humanidad por encima de la naturaleza ya que se trata de una especie de “dominio” sobre el medio natural, en palabras de Castells (2009: 33) “la humanidad consiguió aumentar su poder frente a la naturaleza”.

Es importante señalar a propósito que la segunda revolución industrial englobaba un conocimiento diferente a la revolución del siglo XVIII; es decir, incluye al conocimiento científico como motor para la innovación tecnológica, a partir de esta inclusión se desarrollan máquinas que aceleran los tiempos de producción y que se expanden hacia nuevas áreas; estas investigaciones científicas sentarán las bases del desarrollo de la microelectrónica, lo que dará como consecuencia el avance de la tecnología digital electrónica, base fundamental de la *sociedad de la información*.

Continuando con nuestro recorrido por la historia de la *sociedad de la información* debemos de tomar en cuenta distintos contextos que ayudaron a que la sociedad industrial se transformara en lo que se conoce como sociedad de la información; nos referimos al contexto económico y social.

En el contexto económico encontramos el modelo de Keynes que se fundamenta en el *estado benefactor*, que invertía en la producción industrial,

⁶ A propósito del telégrafo, Manuel Castells (2011: 65) narra que éste ya había sido inventado durante la primera revolución industrial (c.1790) pero no pudo desarrollarse como medio de comunicación hasta que se tuvo el dominio de la electricidad.

Capítulo I

por lo cual el modelo se sostenía aumentando el gasto público y el endeudamiento privado. Al aumentar la deuda pública llegó un momento en el que al desestabilizarse la economía se tuvo que buscar un nuevo modelo económico es ahí que aparecen los organismos internacionales⁷ como el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM); “gracias” a sus recomendaciones económicas desaparece el modelo del Keynes y se establece el modelo neoliberal y la creación de los bloques económicos como el Tratado de libre comercio de América del Norte (TLCAN).

Este antecedente de la sociedad de la información es de suma importancia ya que nos ayuda a observar este cambio con un enfoque objetivo, ya que existen diferentes niveles de ver las sociedad de la información. El primer nivel ya lo expusimos al principio de este capítulo y se refiere a la forma de promesa; la *sociedad de la información* como una promesa en la que se alcanzará el desarrollo de las tecnologías, y que con este avance tecnológico se generará el conocimiento teniendo como consecuencia una sociedad conectada gracias a las TIC, en palabras de Covi (2004) es: “la forma discursiva de referirse a esta sociedad”. Siguiendo esta lógica la forma de analizar la sociedad de la información que se aborda al mencionar la crisis del industrialismo es la forma real caracterizada por las desigualdades y diferencias (Covi 2004: 38).

Otro antecedente importante de la sociedad de la información son los movimientos culturales y sociales de las décadas de los años 60 y 70 del siglo pasado; estos movimientos sociales se vivieron alrededor del mundo; algunos ejemplos los tenemos en México, con el movimiento estudiantil de 1968, en el verano de Praga con la invasión soviética y el Mayo Francés.

Este último movimiento social es el que retomamos ya que es el de mayor importancia para que este cambio social surgiera. El movimiento de mayo de 1968 en París fue un cambio radical en el pensamiento de la sociedad ya que ellos demandaban un verdadero cambio social, un cambio del sistema económico lo que resultaría en una igualdad entre las personas y un escape al nuevo orden mundial.

Otro punto importante de este movimiento social fue el desafío a las instituciones; desafiar lo que ya estaba establecido implica un pensamien-



Figura 1.1. Uno de los movimientos sociales más importantes de esos tiempos fue el de mayo de 1968 en París donde se cuestionaba y exigía un cambio del sistema.

⁷ Se trata de instituciones financieras internacionales que se transforman en fuentes informativas, colocando en agenda de los gobiernos globalizados y en los medios de esos países los temas acerca de los cuales se debe pensar y actuar. Por su parte los medios refrendan y profundizan estos contenidos y acciones al incorporar a sus propias agendas información sobre las reuniones y actividades gubernamentales (Covi 2004: 23).

to de crítica y una reflexión sobre el por qué seguir los estándares dictados por las personas en el poder; esta reflexión a simple vista podría parecerse inútil, o propia de los movimientos estudiantiles que se oponen a ciertas normas que afectan sus intereses. El trasfondo de esta actitud revolucionaria tiene un significado más profundo que el de la protesta y es que finalmente el individuo se asume como tal, con una identidad propia y se abstrae de la masa; lo podemos denominar autonomía del individuo (Castells 2009: 45). Desde ese momento se puede hablar de la concepción del individuo único y no la masa común que piensa de la misma manera y no cuestiona a las instituciones:

[...] Los valores básicos que se expresaron y que terminaron por crear una nueva cultura en el mundo eran tres: el valor de la libertad y de la autonomía personal frente a las instituciones de la sociedad y el poder de las grandes empresas; el valor de la diversidad cultural y la afirmación de los derechos humanos de las minorías, expresados en términos de derechos humanos; y el valor de la solidaridad ecológica; es decir, la reunificación del interés de la especie humana como un bien común, en oposición a los valores industriales de crecimiento y consumo material a cualquier precio (Castells 2009: 46).

Detengámonos en este punto un momento para reflexionar la importancia de estos movimientos culturales y sociales que son un cambio de ideología ya que desafían al patriarcado y cuestionan la uniformidad cultural, sabemos muy bien que de estos movimientos emergerán en el ámbito del arte y el diseño como: el *Arte Conceptual*, el *Land Art*, *Pop Art*; cuyos artistas en cierto grado cuestionan elementos de la sociedad e ideológicamente nos muestran diferentes maneras de pensar más allá de una convención social que hasta el momento era aceptada.

Otro punto interesante es que los actores de dichos movimientos son quienes reconstruirán la sociedad con un nuevo pensamiento; estos jóvenes se convirtieron en científicos, ingenieros, diseñadores, profesores, etcétera, posteriormente darán pie a lo que llamamos la revolución de las tecnologías de la información y comunicación.

Cuando hablamos de la revolución de estas tecnologías pensamos en los avances tecnológicos actuales, en el diseño de dispositivos inteligentes que mantienen a la sociedad conectada desde cualquier punto del mundo, y nos situamos en un contexto no más allá de cinco o diez años atrás, pero no nos damos cuenta de que estos avances se remontan a la década de los años 70.

La historia de la revolución de la microelectrónica comienza con un hecho crucial para los avances tecnológicos y se refiere a la invención del transistor en 1947 por Bardeen, Brattain y Shockley en los laboratorios Bell de Murray Hill en Nueva Jersey; esto hizo posible que los impulsos eléctricos

Capítulo I



Figura 1.2. Imágenes de los diferentes movimientos artísticos que cuestionaron el sistema mundial; izquierda el collage perteneciente a la corriente Pop art: *Just What Is It That Makes Today's Homes So Different, So Appealing* de Richard Hamilton (1956); a la derecha, una obra de Arte conceptual: *one and three chairs* de J. Kosuth (1965).

se procesaran a un ritmo más rápido y ayudó al desarrollo de la comunicación con máquinas y entre ellas. Pasaron varias décadas y se experimentó con diversos materiales como el silicio ya que era un buen conductor de energía, y así se comenzaron a fabricar en estos materiales los chips.

Para el año de 1971 se inventó el microprocesador, es decir, el ordenador en un chip por un ingeniero de Intel llamado Ted Hoff, a partir de esta invención se desarrolló toda una carrera para poder integrar circuitos en un solo chip; gracias a este suceso algunos teóricos definen *la revolución dentro de la revolución* que consistió en la creación de una calculadora llamada Altair en 1975; era una especie de pequeño ordenador de menor escala entorno a un microprocesador. Este descubrimiento fue la base para el diseño del Apple I y Apple II, el primer microordenador comercializado.

Otro punto en la historia de la revolución de la microelectrónica y que además es crucial para la comunicación visual, fue el paso hacia una informática amigable para el usuario con la introducción de la interfaz basada en el ícono; interfaz que fue utilizada por Apple en su Macintosh lanzada en 1984.

El software surgió a mediados de los años 70, el primero en desarrollarse fue BASIC, diseñado para que funcionara la máquina Altair, posteriormente se creó la empresa Microsoft y se desarrolló el sistema operativo. La creación del software es un punto clave en el desarrollo de las tecnologías ya que a partir de ellos se crearán las plataformas y lenguajes de programación con los que en la actualidad se diseñan las aplicaciones móviles.

El punto cumbre en la historia de la revolución microelectrónica se dio en 1990 cuando los ordenadores se lograron conectar entre sí por



Figura 1.3. El Apple I que fue lanzado en 1984.

medio de redes; este es un avance muy importante ya que hoy en día no se puede concebir a un ordenador aislado de otros, la conexión entre equipos ayuda al flujo de información, por ello, la aparición de los protocolos de transmisión de datos [TCP / IP]⁸ y el surgimiento del Internet es un momento crucial para el desarrollo de la *sociedad de la información*.

Además del avance de la microelectrónica, las telecomunicaciones también tuvieron un desarrollo muy avanzado con el conmutador digital, los avances en la optoelectrónica (fibras ópticas y transmisión por láser) hasta la difusión de la telefonía celular en la década de los años 90.

A grandes rasgos hemos hecho un esbozo de la revolución de las Tecnologías de la Información desde varios puntos importantes, desde el detonante económico, el ámbito social y los avances e innovación tecnológica, toda esta información nos ayuda a comprender como el cambio social y tecnológico han llevado al cambio de paradigma; desde el industrialismo hacia la sociedad de la información y en un camino a futuro para formar la tan anhelada sociedad del conocimiento.

1.2 El proceso tradicional de edición

1.2.1 Editar y publicar

Cuando acudimos a las librerías y pasamos horas viendo distintos títulos con diferentes formatos y portadas, algunas muy coloridas y otras más reticentes, tenemos en nuestras manos el producto de todo un proceso que va más allá del diseño y la maquetación de un producto editorial. El proceso de edición es ese largo camino que ha sufrido un manuscrito para poder convertirse en un ejemplar maquetado y cuidado por profesionales para cumplir un objetivo de comunicación. Este producto lo podemos adquirir por medio de una editorial, que es “una empresa de servicios que gestiona contenidos y maneja expectativas, por lo que, en cierto sentido promete ‘experiencias’” (Bhaskar 2014: 4).

Una editorial es una empresa que se dedica a buscar diferentes títulos; que sean interesantes y que tengan un potencial dentro del mercado para que sean publicados. Publicar es una de las palabras claves cuando hablamos de este proceso de edición, llamémosle el objetivo que tiene este proceso, la palabra publicar tiene distintas acepciones; desde la más sencilla como dar a conocer o hacer público algo, hasta otras más elaboradas que implican procesos y flujos de trabajo organizados como las de una editorial o en un

⁸ El *protocolo* es el conjunto de reglas y procedimientos utilizados para comunicarse, es decir, para establecer la conexión, encaminar la información, responderla, comprobar el funcionamiento, finalizar conexión etcétera. El protocolo utilizado por excelencia en Internet es el protocolo TCP / IP. El protocolo TCP se encarga de vigilar que la información llegue a su destino reenviándola si es necesario. El protocolo IP identifica cada ordenador de la red, en ruta los paquetes (unidades) de información pero no garantiza la entrada.

Capítulo I

término que lo describe mejor *maison d'édition*.⁹ A continuación mencionaremos dos acepciones para explicar este término: “La palabra *publish* proviene de *puplier* anglonormando y de *publier* en francés medio, que con ambigüedad significan hacer público o dar a conocer, anunciar, proclamar; ambas palabras se remontan al latín *publicare*, que significan hacer pública una propiedad o un lugar para disposición de la comunidad” (Bhaskar 2014: 6).

En la cita anterior tenemos una definición muy sencilla de este término, podemos reflexionar y pensar que básicamente se trata de hacer público algo; y que publicar es igual a reproducir ejemplares de algún conocimiento que queremos que se divulgue. La cuestión que nos atañe en este punto es que si tomamos esta definición nos quedaríamos en un punto por decir “primitivo” o básico de la actividad de publicar, ya que, en el ámbito en el que se desarrolla esta investigación se encuentran involucrados un gran número de personas que estarán inmersos en un proceso de cuidado de una edición –editar– que no se resume a la trasmisión de mensajes de boca en boca sino de un proceso estructurado de un producto cultural que tendrá el *sello de garantía* en la calidad de todos sus contenidos, por esta razón la siguiente cita nos da un panorama más completo de lo que es publicar: “preparar y emitir copias (de un libro, periódico, obra musical, etcétera) para su distribución o venta al público [...]” (Bhaskar 2014: 7).

En el párrafo anterior el autor nos expone la actividad de dar a conocer no solo un escrito, sino una serie de propiedades intelectuales de un autor; por lo tanto, tenemos una serie de productos culturales que pasarán por distintos procesos para llegar al público, satisfacer ciertas necesidades y generar ganancias para quienes las emiten.

Hablamos de publicar como una esfera amplia en la que se encuentran inmersos distintos factores como el editar una obra. Con lo anterior nos referimos a que el acto de publicar es un todo en el cual se encuentran contenidos los procesos de trabajo de cuidado de la edición y a su vez, los distintos procedimientos que hacen que –en este caso enfocándonos específicamente a los libros– un manuscrito se convierta en una edición en el mercado.

Es importante diferenciar estos conceptos de la producción editorial ya que en contadas ocasiones encontramos una confusión de términos que nos pueden llevar a delegar responsabilidades hacia personas a las que no les confiere dicha actividad dentro de un proceso de producción. Al

⁹ Es la traducción de editorial en francés, introducimos este término ya que ilustra mejor lo que sería una editorial como el lugar de donde sale una publicación y nos remonta a los inicios de las publicaciones donde en la casa (taller) del impresor –que en muchas ocasiones también era el editor– se realizaban todos los procesos de un libro, desde su composición, impresión hasta la encuadernación.

contrario, el término edición nos remite al proceso por medio del cual se podrá publicar la obra.

La publicación dentro de la editorial implica algo más que haber conseguido un buen original para trabajar, la editorial es una empresa y como tal debe de responder a ciertos lineamientos de identidad comercial, la forma en como es vista por el público meta y la forma en como es percibida; la cual es a través de su catálogo.

Antes de explicar lo qué es el catálogo debemos describir a qué nos referimos cuando decimos que la editorial es una marca por ello retomamos las palabras de Gómez-Tarragona (2010: 82) en su libro *marketing editorial: cómo satisfacer las necesidades de los lectores de libros* nos define la marca editorial de la siguiente manera: “la marca (nombre, emblema y logotipo) es un atributo externo que ofrece información sobre su origen y trayectoria, pero también sobre su nivel de calidad”.

La palabra clave de la cita anterior es calidad, cuando decidimos comprar una edición la mayoría de las veces estamos guiándonos por la marca más que por el título; para ello propondremos el siguiente ejemplo: nos podemos encontrar en la disyuntiva de comprar una edición de *La divina comedia* de Dante Alighieri, pudiéramos pensar que cualquier edición es igual —debido a que estás obras clásicas son editadas por la mayoría de las editoriales ya que son parte de lo que se define como *obras de demanda estable* o contrastada¹⁰—, sin embargo, elegimos la que tenga un mejor diseño; tal vez una edición de tapa dura; con los grabados de Gustave Doré; con un estudio crítico y además, con el texto facsimilar en alguna sección del libro. En el ejemplo anterior observamos que elegimos la edición que tenía algo diferente, tal vez porque ya conocíamos que esa editorial realiza ese tipo de ediciones y por ello su “marca” ha quedado grabada en nuestra mente y elegimos comprar su edición y no alguna de las tantas que existen de *La divina comedia*.

La editorial como marca nos brinda una idea de la calidad, adquirimos estos productos culturales de cierta editorial porque confiamos en ella, y porque su línea editorial y su catálogo nos han convencido de ser la mejor opción. A través del catálogo la editorial nos dice quién es y qué nos está ofreciendo como lectores, en otras palabras podemos decir que: “Los catálogos se organizan en torno a un mercado. Primero según el tema [...] luego según el lector” (Davies 2005: 11).

Los catálogos los forma el editor quien busca las obras de los autores y por medio del proceso de edición se forman las colecciones y las series que conforman el catálogo de la editorial. En palabras de Gil Davies un catálogo está ligado al *marketing* y debe cumplir los siguientes puntos:

¹⁰ Magda Polo las define de la siguiente manera: “Son las que tienen una presencia constante y continuada en el mercado. Podemos destacar entre ellos: obras de referencias, libros de texto, obras de divulgación, libros prácticos, guías de viaje, obras de literatura universal, etcétera” (Polo 2011: 81).

Capítulo I

- Refleja una necesidad o apetencia percibida respecto de un producto relacionado con un tema, un campo de interés o una actividad de ocio;
- Tiene lectores que están dispuestos a comprarlo si se presenta en un nivel que satisfaga sus necesidades o apetencias, y esos mismos lectores también tienen expectativas de que el producto venga en formatos particulares y a precios que le parezcan atractivos y aceptables (Davies 2005: 12).

Los catálogos están llenos de publicaciones concebidas de manera diferente, algunas como libros únicos, otras como colecciones o series. La decisión de cómo organizar el catálogo viene de la línea editorial y del editor. José Martínez de Sousa en su *Diccionario de Edición, tipografía y artes gráficas* (2001) nos define una colección de la siguiente manera:

[...] es un conjunto de obras independientes, con numeración o sin ella, cuya relación interna, que puede ser temática, no siempre está presente sino que con más frecuencia se limita una relación externa basada en la igualdad de características materiales y un título colectivo que se repite en cada una de ellas. [...] el concepto de colección tiene importancia tipográfica y bibliográfica por el hecho de que a falta de definición interna conceptual, la colección debe exhibir cuando menos una definición que se manifiesta precisamente en la unificación de los criterios de presentación exterior (Martínez de Sousa 2001: 88).

Editar una colección difiere de editar un libro único ya que un libro que se edita independiente puede tener ciertas características que los demás no; en cambio, una colección debe guardar una unidad ya que en ocasiones se hacen colecciones que tienen un tema en común o un público específico al cual debe llegar, por ello deberán unificarse los estilos para que puedan percibirse como una unidad.

La publicación de obras y su edición es una labor que implica la coordinación de varios profesionales; el encargado de coordinar todas estas actividades es el editor, mediante lo que se denomina *plan editorial*; este consiste en la programación en tiempo, estableciendo plazos para la edición de las obras a publicar en un determinado tiempo, se sigue un calendario con las fechas aproximadas en las que han de aparecer las publicaciones (Martínez de Sousa 2001).

El proceso de edición lleva sus tiempos y cada profesional tiene actividades específicas que cumplir para que esta obra se lleve a buen término, dentro de este proceso existe una figura llamada editor; en el siguiente apartado realizaremos un análisis de esta figura que supervisa y controla el proceso de edición.

1.2.2 El editor

Dentro del proceso editorial encontramos diversos actores que llevan a cabo tareas específicas para que un manuscrito pueda convertirse en un libro; se trata de profesionales cuyas áreas del conocimiento son diversas y confluyen o se trastocan en un punto común al que llamamos proceso de edición. Entre los diferentes profesionales que conforman este proceso, encontramos a uno que es de suma importancia, el cual es designado como el editor.

Un editor es una figura fundamental en el proceso de edición, podríamos señalarlo como la piedra angular para que este proceso pueda andar y llevar a buen término una edición. Es aquí dónde nos viene a la mente la pregunta ¿qué es un editor?, a grandes rasgos podemos decir que un editor es aquella persona responsable por cualquier publicación –hablamos en general de publicación ya sea en el ámbito musical, editorial, multimedia, etcétera–, tanto el editor como la edición se encuentran en distintas ramas del conocimiento, para efectos de esta investigación nos centraremos en el ámbito editorial y retomaremos algunas definiciones de editor.

La palabra *editor* ha cambiado a través de la historia, durante el surgimiento de la imprenta se encontraba muy ligado a los talleres de impresión ya que en ese lugar los editores editaban (Pimentel 2007: 27). Para ilustrar la cercanía del término editor con la imprenta retomamos un ejemplo que presenta Michel Bhaskar (2014: 14); donde nos habla sobre Anton Koberger (1440 / 1445-1513) quien tenía a cargo una imprenta en el siglo xv, publicó varias obras de Boecio, Duns Escoto, Santo Tomás, San Agustín y San Jerónimo; Bhaskar nos dice que en el siglo xv editar e imprimir eran actividades prácticamente indistintas con las funciones de producir un libro y expone el ejemplo de Koberger de la siguiente manera:



Figura 1.4. Imagen del libro *la crónica de Núremberg* uno de los incunables.

[...] Koberger...en ocasiones sólo trabajó como impresor y en otras como editor y vendedor (o promotor de mercados). Hoy en día se le recuerda por producir uno de los incunables más importantes, el *Liber Chronicarum* o *Crónica de Núremberg*, de Hartman Schedel [...] Koberger publicaba a menudo por cuenta propia, pero no en este caso. Dos hombres de negocios acaudalados e ilustrados, Sebal Schereyer y Sebastian Kammermeister, impulsaron el proyecto y absorbieron el costo de producción y los riesgos comerciales. Koberger tomó las decisiones referentes a la impresión y a la tipografía, en virtud de su gran cantidad de prensas (24, en una época en la que la mayoría de los impresores tenían una o dos) y de los cerca de cien

Capítulo I

artesanos que trabajaban para él, lo que lo hacía el impresor más industrioso de Europa. Para su obra más célebre, Koberger no fue en absoluto un editor en el sentido moderno; no comisionó, poseyó, compró ni vendió *La Crónica de Núremberg*, lo que lo ubica en el mismo lugar que un impresor en nuestros días (Bhaskar 20014: 14).

En la cita anterior Bhaskar nos relata las actividades de un impresor del siglo xv, en una época donde las actividades de editar e imprimir parecían indistintas, retomamos este ejemplo ya que nos ayuda a observar que las tareas de un editor y un impresor son muy distintas, ya que a pesar de que Koberger en algunas otras obras impresas había fungido como una especie de editor al conseguir el manuscrito, gestionar y vigilar el proceso de edición y la comercialización de estos ejemplares; en el caso específico de *La Crónica de Núremberg* estuvo del lado opuesto, solo supervisando los detalles de la composición y la impresión lo que lo coloca en un ámbito técnico de producción y no como el editor de la obra.

Después de este ejemplo podemos definir algunas de las actividades del editor, que conciernen con el ámbito de la gestión de un proyecto, percibimos al editor como aquel que está vigilando el proceso de edición pero también el que realiza actividades administrativas para que este proceso se lleve a cabo. Retomaremos algunas definiciones para tener más claridad en lo que es un editor:

[...] ha de ser como una suerte de hombre-orquesta que lo mismo sabe leer, traducir, dar una opinión o dictamen, contrastar la intención “editorial” como la realidad económica a través del derecho[...] un hombre orquesta que planea y diseña la tipografía, la impresión, la encuadernación y supervisa la administración de almacenes, la venta la distribución, la oferta y luego la difusión oral o escrita de todo ello hacia el lector [...] (Castañón 2012: 62).

En la definición anterior encontramos una descripción de actividades casi totales dentro proceso de edición; nos hablan de un profesional que además de estar al pendiente de las actividades que se realizan tiene conocimiento de cómo se realiza cada una de éstas; desde la traducción, el dictamen de la obra, pasando por el diseño, la tipografía hasta la impresión y la distribución. A grandes rasgos hemos visto que el editor es ese profesional que cuida todo y cada uno de los procedimientos que se llevan a cabo.

Refiriendonos al ámbito legal, el editor se define en *Ley Federal de Derecho de autor* (artículo 124) como “[...] la persona física o moral que selecciona o concibe una edición y realiza por sí o a través de terceros su elaboración”. En esta definición se habla del editor como el responsable de la edición; es decir, aquel que dará la cara o se hará responsable por la publicación, en varias ocasiones ésta es la definición que se tiene de edi-

tor, pero solo es una de las múltiples tareas que debe de desempeñar dentro de este proceso.

En México no existe como tal una carrera o especialidad como tal de editor, si no que se encuentra dentro de especialidades de edición,¹¹ aun así no se tiene a un egresado de algún programa universitario que posea un título de editor; sin embargo, las actividades que realiza se van aprendiendo conforme los profesionales se involucran en el proceso de edición. Si bien existen diversos editores cuya formación se encuentra muy lejos de las profesiones afines al quehacer editorial; se han convertido en editores debido a que han aprendido a vigilar, controlar y administrar todo el proceso de una publicación, desde la concepción del proyecto hasta su distribución y comercialización pasando por los aspectos legales y comerciales que implica sacar a la luz una publicación.

Siguiendo lo expuesto en el párrafo anterior podemos aseverar que cualquiera puede ser editor; un médico, un ingeniero, un antropólogo, un corrector de estilo, un diseñador de la comunicación visual, etcétera; todos pueden convertirse en un editor, por ejemplo, tomemos como el caso de un profesional del Diseño y la Comunicación Visual que quiere convertirse en un editor, en primer lugar este profesional tendrá que tomar en cuenta que el rol del editor va más allá de las tareas que como profesional de la Comunicación Visual desempeña dentro del proceso de edición; tendrá que tomar el control de todo un proceso y asumir la responsabilidad de una publicación, cualquier cosa que salga mal será su responsabilidad; tendrá que administrar todo un proceso, gestionará procesos legales y comerciales; en general sus actividades irán más allá de la maquetación y la selección de un estilo visual; es por ello que la imagen del editor es muy importante y quien desee convertirse en esta figura deberá abandonar su lugar dentro del proceso y adueñarse de la totalidad de este.

Para comprender mejor los roles de un editor retomaremos el modelo que nos expone Gerardo Kloss (2007: 30); los divide en tres roles fundamentales del editor: “[...] aspectos político-culturales (lector, selector y ofrecedor de textos); económico administrativos (empresario editorial que maneja un negocio basado en vender copias de los textos) y técnico-reproductivo (reproductor de textos o coordinador de la reproducción de textos)”.

Tomaremos el primer rol que concierne a las actividades político-culturales del editor; con esto se refiere a que el editor es un líder de opinión, una persona culta que puede crear una tendencia dentro de la sociedad insertan-

¹¹ Existió una maestría en edición que se impartía en la Universidad de Guadalajara y que se encuentra en receso desde 1996; también existen otras ofertas académicas para la edición como las de Producción Editorial de la Universidad Autónoma Metropolitana y la Universidad, Autónoma del Estado de Morelos, el Centro de Estudios Gestalt para el Diseño y la especialidad en Diseño Editorial de la Escuela de Diseño del INBA, en el ámbito internacional encontramos algunos programas sobre edición tanto en la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad de Buenos Aires o el programa de *publishing* de la University College London en Inglaterra.

Capítulo I

do un género de textos; podemos decir que el editor es quien decide que es lo que el público o las siguientes generaciones leerán, Robert Darnton lo expresa de la siguiente manera: “El criterio de los editores determina lo que llegará a los lectores y los lectores dependen de ese criterio más que nunca (Darnton 2010: 205)”.

La primer tarea del editor es la de buscar textos que publicar ya que rara vez él es quien escribe el original que se publicará; por ello, el editor se encuentra en la búsqueda de aquellas obras que puedan aportar algo novedoso o llenen un hueco en el conocimiento, además de ser una necesidad en el mercado. Encontramos dos tipos de editores: el editor activo y el editor pasivo (Polo 2011: 54); el editor activo es aquel que se encuentra en la búsqueda de esos originales rodeándose de personal que lo asiste para poder contactar a los autores; estos profesionales llamados *agentes literarios*, en ocasiones son representantes de autores y tienen una cartera de clientes que esperan ser publicados por alguna editorial. Por otra parte tenemos al editor pasivo que solo recibe originales en su oficina y decide cual es la mejor opción para ser publicado sin buscar otras fuera de su centro de trabajo.

El segundo rol del editor es el que se denomina como el *económico-administrativo*; el editor antes que un hombre culto y líder de opinión también es un empresario que invierte en un producto cultural que generará ganancias, en este punto debemos diferenciar a dos tipos de editor. En primer lugar hay que saber si el editor no depende de una dirección editorial, es decir, si no existe una junta directiva o accionistas de una editorial que son a la vez los jefes del editor, si esta dirección existe estamos hablando de un editor asalariado quien propiamente no invierte en el proyecto pero si pone en juego los intereses y el capital de otras personas, por ello debe “asumir conscientemente las responsabilidades que acarrea la decisión editorial en el manejo de recursos y en las posibilidades de un texto para ser recibido como útil y pertinente por sus posibles lectores” (Kloss 2007: 37).

Si por el contrario, este editor a su vez es miembro de la junta directiva o dueño de la editorial, estamos tratando con un editor empresario el cual invierte en el proyecto y cuyos intereses y capital están en juego con el éxito de la edición, este empresario tiene como objetivo: “[que] la publicación le permita hacer llegar la obra a un público extenso, recuperando lo invertido o logrando los objetivos para los cuales se publica” (Kloss 2007: 37).

Debemos considerar que la editorial antes que otra cosa es una empresa en la que los productos culturales que ofrece deben de superar en ganancias el capital invertido, para que esto ocurra el editor debe realizar un estudio de mercado para poder plantear el proyecto, ya que se tiene un estudio del posible impacto de la publicación se debe realizar un cálculo editorial en el que se prevén los gastos que implica realizar el proyecto, debido a que hay que dividir los costos fijos y los costos variables; estos

costos se definen de la siguiente manera: “Los costos fijos son captura, corrección, diseño, tipografía, formación y negativos, que se hacen una sola vez sin importar el número de ejemplares. Los costos variables son impresión, papel y acabado, que aumentan proporcionalmente con el tiraje” (Kloss 2002: 127).

En este rol del editor se encuentran las tareas administrativas del proyecto; es aquí donde se demostrarán sus cualidades como empresario y visionario, donde se plantearán las estrategias comerciales del proyecto; también se contemplarán los trámites legales de derechos de autor y el registro de la publicación (ISBN o ISSN), se realizará un cálculo editorial para administrar los recursos que se invierten y así poder fijar el precio de venta al público (PVP).

Estas actividades podrían parecernos aburridas o muy alejadas de una actividad práctica en la producción editorial, pero son las tareas primordiales para la gestión del proyecto. Es en este punto donde podemos apreciar que las actividades del editor son muy diversas, que cubren la totalidad del proyecto; pero también debemos subrayar que no realiza todo por cuenta propia, sino que, se encuentra rodeado de profesionales que lo asisten para realizar todos estos trámites administrativos y a la gestión del proyecto.

El tercer rol del editor es el que se denomina como *técnico-reproductivo*, es esta la esfera con la que estamos más familiarizados como Diseñadores de la Comunicación Visual, ya que se trata del proceso práctico para la publicación, en otras palabras Kloss lo define como: “[...] preparar el texto, corregirlo, proveerlo de los aparatos textuales y gráficos necesarios, formalizarlo y expresarlo en un diseño, reproducirlo y fabricar el objeto mismo como presencia material, es decir en general compaginarlo y encuadernarlo” (Kloss 2007: 37).

En este rol se desarrollan todas las actividades prácticas que requiere una edición para su publicación, es aquí donde el editor vigilará que el proyecto camine por buen rumbo, todas las decisiones editoriales son definidas por él; incluso el mismo diseño es autorizado por el editor; es aquí donde puede ser difícil pensar que no es el diseñador quien define el estilo visual de la publicación. Si bien el diseñador propone la diagramación, la tipografía y la creación de los estilos visuales; es el editor quien bajo su criterio autoriza la propuesta, no debemos olvidar que el editor es una persona experimentada y posee conocimiento de todas las ramas que implica la producción editorial.

En ocasiones el editor se ayuda de profesionales que coordinan los procesos de diseño, estaríamos hablando propiamente de un director de arte o coordinador editorial, así como profesionales para realizar la corrección de estilo y dictaminadores; este proceso práctico lo describiremos más adelante.

mecanografiadas para obtener un original más depurado; hoy en día aun se utiliza el término de “manuscrito” pero ya no posee la misma significación que en aquellos años, sino que se trata del *original*; este se puede definir de la siguiente manera: “[...] conjunto de papeles, sean manuscritos, impresos o capturados en algún procesador de textos, que servirán de guía durante la composición y etapas siguientes del proceso editorial” (Zavala 2013: 86).

Hablamos de la materia prima con la que se desarrollará la publicación, como ya dijimos es muy raro que en estos días se entreguen originales escritos a mano, es más común, la entrega de archivos digitales hechos en algún procesador de textos. A partir de la entrega del original comienza una cadena de procedimientos que estarán estrechamente ligados con éste; es por ello, que la entrega de un “buen” original será la única forma de asegurar un proceso de edición ordenado.

Cuando decimos “buen” original nos referimos a que cumpla con una serie de características para que el proceso de edición fluya y pueda llevarse a buen término la edición. En este punto quisiéramos subrayar que lo principal es recibir un original completo; es decir, que contenga el texto definitivo, las imágenes, las gráficas; que de estas imágenes, ya sean fotografías o ilustraciones se posean los derechos de autor pertinentes, que los llamados y notas estén correctamente referenciadas, que se encuentren foliadas cada una de las páginas; debemos asegurarnos que se cumplan con estos requisitos ya que una vez que se entregue el original, el autor ya no podrá cambiar absolutamente nada, ni agregar ni quitar información. A partir de este original comenzará todo el proceso y para cualquier aclaración o duda se volverá a este para cotejar.

Este texto comienza una revisión minuciosa por parte del editor; en primer lugar se asegurará de que esté completo, en que coincida la versión impresa con el archivo digital, y que las imágenes o ilustraciones hayan sido entregadas correctamente según los lineamientos de entrega de originales.

El trabajo del editor como responsable de la publicación en un primer momento es revisar que el original esté completo y que no falte ningún elemento para poder comenzar el proceso de edición; podríamos llamarle a esta etapa *calibrar el original*. Blanco (2012: 131) en su libro *Manual de edición Técnica* nos enumera algunas actividades que debe realizar el editor para la preparación del original:

- Asegurarse de que la versión que el autor o coordinador entrega es la definitiva y no se van a hacer enmiendas posteriores que puedan alterar el proceso de maquetación del libro.
- Asegurarse de que existe coherencia entre la versión digital y la versión impresa, indicándose claramente los casos en los que así no sea;
- Comprobar que el original esté paginado y de no ser así paginarlo;
- Comprobar que los materiales digitales están correctos accediendo a los soportes en que se entreguen

Capítulo I

Ya que ha sido calibrado el original entra en una etapa donde se evaluará el contenido de la obra; en primer lugar se presentará la obra ante el *Comité editorial* el cual podemos definir de la siguiente manera: “[...] órgano normalmente compuesto por los responsables financieros con atribuciones de carácter editorial e inclinados a una política especialmente cautelosa basada en el previo estudio de un pre-público antes de lanzar una campaña de comercialización de un nuevo título” (Cavaliere 2005: 21); posteriormente el original; entra en una etapa donde los revisores a los que se les llama dictaminadores; realizan una lectura minuciosa para poder emitir un juicio aprobatorio o no del contenido del original.

El dictamen de una obra en muchas ocasiones se lleva a cabo por medio de un proceso llamado *revisión por pares*¹² que consiste en que dos dictaminadores revisarán la obra y emitirán un juicio acerca del contenido. Existen distintas modalidades de revisión por pares, en el campo de las publicaciones académicas el más común es el llamado *doblo ciego*; que consiste en que el autor no tiene conocimiento de quién dictaminará su escrito, al mismo tiempo que los revisores ignoran la autoría de la obra a dictaminar.

Estos *dictaminadores*¹³ son expertos en la materia y muchas veces son investigadores que también han publicado trabajos similares al que revisan; estos elaboran una serie de observaciones en cuanto al contenido de la obra y los vierten en un formato con el que califican la pertinencia de publicar la obra.

Por medio de este dictamen se aprobará o refutará el original, emitiendo el dictamen de aprobado o rechazado —en algunas casas editoras también se da el dictamen de aprobado con correcciones—, esta revisión forma parte de lo que se denomina corrección de concepto (Blanco 2012: 174), que consiste en una revisión técnica donde los dictaminadores revisan a fondo los temas de la obra y realizan observaciones de contenido. Este tipo de corrección es más usual en ediciones de carácter científico, monográfico y en general en las ediciones universitarias. Cuando estas ediciones reciben el dictamen de aprobado se dice que la obra está arbitrada.

La *preparación del original* consiste en organizar toda la información en distintos archivos que serán entregados al departamento de diseño donde finalmente se realizará la maquetación.¹⁴ Esta etapa se desarrolla en el departamento de diseño, que es donde el editor y los diseñadores de la

¹² Entrevista realizada a la Mtra. Teresita Cortés editora del CISAN-UNAM realizada el 24 /04/2015.

¹³ Al dictaminador también se les conoce como revisor, censor o incluso con la palabra inglesa *referee* —cuyo significado es árbitro— (Blanco 2012: 175).

¹⁴ Blanco (2012: 136-137) Nos explica que originalmente el término *maqueta* se refería a que el editor realizaba un boceto de compaginación donde aparecía dibujada la caja y el resto de los elementos; puede entenderse este término como un diagrama previo de la publicación. En la actualidad el término *maqueta* se entiende como el boceto previo de la composición de un texto que se va a publicar, usado para determinar sus características definitivas (RAE 2001).

comunicación visual realizarán la diagramación de las páginas y elegirán el estilo visual, formato y acabados de la publicación.

Queremos subrayar que en que la mayoría de los casos el aspecto técnico de cómo se dividirá la publicación ya se encuentra determinada por la casa editorial mediante un *manual de estilo*; este es un documento donde se establecen los criterios para la jerarquización las partes del texto, el uso de los elementos gráficos, fuentes, estilos de párrafo, etcétera; es decir, la línea editorial.

Existen varios factores que determinan la composición de una página, tales como; el puntaje de la fuente, el interlineado, el tamaño de la imágenes, etcétera. Por ello el editor se encuentra en contaste comunicación con los diseñadores gráficos, a fin de conseguir la mejor composición, es decir la más legible.

Las especificaciones del diseño de la página se vierten primero en una hoja de estilo en la cual tanto el editor como el diseñador han convenido que es la mejor forma de presentar los contenidos de la obra; según Clark (2008: 143) estas hojas de estilo contienen los siguientes elementos:

- Cuerpo de texto
- Entradas (jerarquía de Capítulos títulos y subtítulos)
- Notas al pie
- Tablas
- Pies de figuras
- Cornisas
- Folios

La composición de la página es muy importante ya que en primer lugar debe obedecer a una planeación de la línea editorial; es decir si estamos hablando de una obra única deberá llevar tal estilo visual, sin en cambio hablamos de una colección de libros, el diseño se adaptará a las necesidades de varios títulos que conforman dicha colección.

Esta composición conformada por retículas, tipografía, interlínea, anchura de renglón y la jerarquía del texto ayudan a que el lector tenga una experiencia agradable al leer la obra.

Una vez maquetado el texto de la publicación; este es sometido a dos tipos de revisiones: la *corrección de estilo* y la *corrección ortotipográfica*. Comenzaremos definiendo estas correcciones retomando el texto de Blanco (2012): “La corrección de estilo nos dice que [...] implica una revisión de tipo lingüístico más formal que la revisión de concepto: se trata de someter el original a todas cuantas mejoras de expresión se estimen necesarias en el terreno gramatical, sintáctico, ortográfico, semántico y léxico”.

Capítulo I

Las funciones del corrector de estilo son las de unificar la obra, aplicar correcciones de ortografía y sintaxis; Polo (2011: 138-139) especifica las siguientes actividades del corrector de estilo:

- Adaptar el tono del original al lector.
- Unificar criterios terminológicos, ortográficos, gramaticales, etcétera.
- Comprobar cualquier duda con obras de referencia pertinentes y más actuales y, si lo requieren, consultarlas al traductor o al mismo autor.
- Aplicar criterios de estilo y ortotipográficos, en el caso de que la corrección de estilo se haga también en las galeradas o paginadas[...]
- Jerarquizar los diferentes niveles de contenido, utilizando números o letras y aplicando, si procede los criterios tipográficos en los diferentes niveles.

La *corrección de estilo* se realiza cuando la obra ya se encuentra en galeras,¹⁵ ya que se ha hecho una primera corrección se continúa a la formación de las planas por lo general se hacen tres correcciones de estilo en la formación de planas; aunque existen obras en las que se hace un minucioso cuidado de la edición e implican más revisiones para evitar errores. “un libro normal puede resolverse en galeras, primeras, segundas y *pruebas finas* (Kloss: 2002: 156)”.

Una vez maquetada la obra se realiza la corrección ortotipográfica que se “fundamenta en la ortografía aplicada a la tipografía y se especifica en lo que conocemos como códigos tipográficos” (Polo 2011: 139). En esta corrección se marcan errores de composición que podría tener la obra ya con la diagramación y los estilos aplicados por parte del departamento de diseño; estamos hablando también del uso correcto de diferentes signos tipográficos dentro de la formación editorial con base en un código tipográfico.

Un *código tipográfico* es un conjunto de normas que unifican los criterios a la hora de representar gráficamente los elementos que constituirán un libro. Polo (2011) enumera los elementos de un código tipográfico de la siguiente manera:

- Normas de unificación de criterios.
- Normas gramaticales, ortográficas, etcétera.
- Formación de las abreviaciones.
- Uso de mayúsculas y minúsculas.
- Construcción de las citas.

¹⁵ Una galera era la tira de tipografía fotocompuesta que todavía no era cortada y pegada al tamaño de la caja en la que aparecería finalmente (Kloss 2002: 151). Hoy en día se usa este término para referirnos a una prueba del texto ya con la hoja de estilos aplicada; es decir el texto con la tipografía, interlínea y ancho del renglón.

- Construcción de las notas o referencias.
- Construcción de las bibliografías.
- Características tipográficas de los folios explicativos y los numéricos.
- Uso de los signos, símbolos, cifras y cantidades.
- Normas de división de palabras.
- Uso de estilos: las cursivas, negritas, versalitas, etcétera.

De Buen (2008: 449) nos comenta que los editores y diseñadores deben “dominar las reglas ortotipográficas: uso de las cursivas, negritas, versalitas, cifras, manejo de diferentes signos tipográficos”.¹⁶

La corrección ortotipográfica se lleva a cabo cuando el texto ya está formado en planas, ya que en la etapa de galeras es muy difícil saber el aspecto final que tendrá la composición; además de que al encontrar el texto tal cual aparecerá de forma definitiva y fija se pueden corregir los errores tipográficos como: viudas, huérfanas, colas, líneas abiertas, callejones, ríos, etcétera (Kloss 2002: 157).

Una vez hecha la inserción de las correcciones de estilo y las ortotipográficas se realizan las *pruebas finas* en estas pruebas ya no se debe detectar ningún error; algunos teóricos de la edición como Kloss sugieren que esta prueba debe hacerse en un papel diferente al de las pruebas anteriores; es decir en algún papel satinado y debe ser una impresión de buena calidad. Cabe destacar que esta prueba ya no contiene casi errores y es en la que el editor debe realizar un último cotejo con los originales y las pruebas anteriores para poder dar por concluida la edición.

Después de esta fase de corrección se desarrolla un el proceso de prensa; actualmente existen distintas formas de dar salida a prensa: Los fotolitos; donde se obtienen películas fotográficas por medio de una filmadora fotográfica; este proceso se llama CTF por sus siglas en inglés (*Computer to film*); en este proceso se generaban las matrices a partir de un proceso de *insolación* (Blanco 2012: 141). El otro proceso para generar matrices se llama CTP (*Computer to plate*) y consiste en mandar directo desde la computadora a la plancha.

Después de la obtención de matrices el proceso continúa a la impresión ya sea en sistema offset o impresión digital; quisiéramos recalcar que en la actualidad se utiliza el proceso CTP para mandar a prensa y cada vez es más popular la impresión digital; ya que ésta en la actualidad ha posicionado a la impresión bajo demanda como una de las opciones más populares de dar salida a una edición.

La última fase de la cadena de libro es la encuadernación y acabados así como la comercialización; parte importante del proceso donde la obra finalmente cumplirá su objetivo de comunicación.

¹⁶ En esta investigación no explicaremos el uso de las reglas ortotipográficas así que remitimos al lector al libro de Jorge De Buen *Manual de diseño editorial* 3ª edición corregida y aumentada, (2008: 448-498).

1.3 La Edición digital

1.3.1 La autoedición

Los avances tecnológicos trajeron consigo el perfeccionamiento de los equipos de cómputo y con esto el desarrollo de una serie de programas que rápidamente intervinieron en el desarrollo del trabajo; la edición no podía ser la excepción, en el año de 1984 Apple lanzó su primer ordenador, con este hecho se comenzaba a popularizar el uso de ordenadores en los flujos de trabajo.

Poco a poco las tecnologías fueron ganando terreno y en pocos años se desarrolló lo que conocemos como la *autoedición* que consiste en “[...] la aplicación de las nuevas tecnologías informáticas a los sistemas de pre-impresión en ordenador mediante programas informáticos [...]” (Martínez de Sousa 2001: 38).

El primer paso fue el surgimiento de los procesadores de texto, en el año de 1978 se lanzó una versión del programa Word, que en ese momento lo nombraron WordStar, y para el año de 1983 ya se contaba con una versión más agradable y de fácil uso; este programa se convirtió en el estándar de los procesadores de texto.

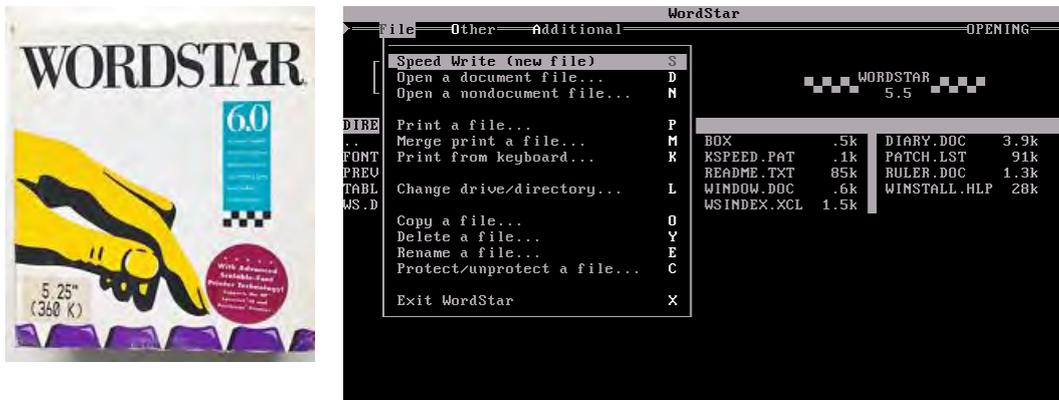


Figura 1.5. Word se posicionó como uno de los procesadores de texto más populares; a la izquierda la identidad gráfica de los primeros versiones del software, a la derecha la interfaz.

Una vez adoptado el estándar de los procesadores de texto, la edición dejó de recibir manuscritos o de mecanografiar las obras, estos originales ya llegaban en disquete con los textos capturados, las ventajas que ofrecían eran: poder escribir con mayor facilidad, realizar correcciones a los textos sin tener que repetir lo escrito, poder cambiar la fuente e integrar imágenes al texto.¹⁷

¹⁷ Retomado de: <http://datateca.unad.edu.co/contenidos/221120/MaterialDidacticoExe/HerramTeleinfor/11_breve_historia_de_word.html>.

Después de la incorporación de los procesadores de texto, en 1984 surgieron los programas conocidos como *Desktop Publishing Software*; este tipo de programas pertenecen a los de tipo WYSIWYG,¹⁸ en octubre de 1985 la empresa Aldus lanzó al mercado PageMaker;¹⁹ el primer programa que permitía realizar composiciones de texto e imágenes para maquetación editorial. Debemos observar que este avance también significó el abandono de las técnicas manuales de publicación.

Le siguió otro programa de autoedición QuarkXpress y finalmente en 1994 Adobe compraría la compañía Aldus y surgió el programa de autoedición más usado actualmente, Adobe InDesign, este programa de autoedición se ha convertido en el estándar para la maquetación.



Figura 1.6. Page Maker y QuarkXpress son un ejemplo de los primeros programas de autoedición.

A lo largo de sus distintas versiones se ha ido mejorando el control de errores de composición además de que desde la versión CS 5.5 se han integrado distintas utilidades para poder realizar publicaciones interactivas con botones, la posibilidad de maquetar libros digitales usando el Adobe Digital Publishing Suite; el cual genera un formato propio (folio) para exportar una publicación digital que se encuentre alojada en la nube de Adobe, y ya en la última versión Creative Cloud ofrece la posibilidad de crear archivos EPUB —fijos y fluidos— así como incorporar hojas de estilo css y JavaScript.

Con el surgimiento de la autoedición se abrió un mundo de posibilidades²⁰ para la edición, los procesos de trabajo fueron más rápidos y hubo más precisión en cuanto al diseño y el cuidado de la edición,²¹ después aparecerían nuevos dispositivos como el escáner y las impresoras, con lo que se revolucionaría la forma en como se hacían las ediciones.

¹⁸ Retomado de: <http://www.designtalkboard.com/design-articles/desktoppublishing.php>

¹⁹ Retomado de: <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/aldus-corporation-history/>

²⁰ Retomado de: <http://www.unostiposduros.com/estilos-graficos-autoedicion/>

²¹ Entrevista con Astrid Velásco, jefa de ediciones del CISAN-UNAM realizada el 24/04/2015.

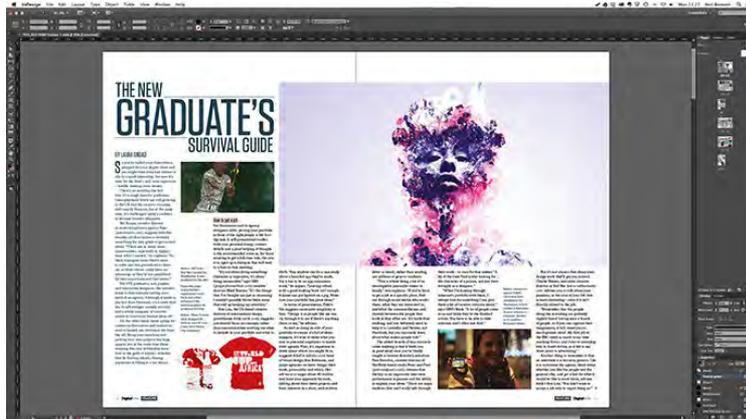


Figura 1.7. Desde 1994 In Design se ha vuelto el programa de edición más popular.

1.3.2 La tipografía digital

La tipografía es uno de los elementos fundamentales para la composición de bloques de texto, su elección obedece a diversos criterios que van desde lo subjetivo —experiencia, gusto, afinidad— hasta lo objetivo —funcionalidad, legibilidad, contraste—.

En muchas ocasiones la elección tipográfica se desarrolla con los siguientes principios: “a) la forma de estudio y organización, es decir, las taxonomías o sistemas de clasificación;²² b) los sistemas de promoción y comercialización, los modos y medios de presentación de los diseños: c) la educación formal, informal; y d) los espacios tecnológicos y productivos y el momento histórico en el que se realizan los diseños. (Garone 2012: 50).

La tipografía aparece a la mitad del siglo xv junto con la sistematización de la imprenta en todo Europa; Eisenstein (2010) denomina a este acontecimiento la “revolución comunicativa” y explica que “[...] hubo un marcado aumento en la producción de libros y una drástica reducción en el número de horas hombre para producirlos” (2010: 42); es decir que la incorporación de esta nueva tecnología al ciclo del libro repercutió en un aceleramiento de la producción de libros que —sin tomar en cuenta el aspecto de las ventas— pudo satisfacer la demanda que antes de la imprenta no se pudo saldar.

Además de la difusión del libro entre la población se desarrolló el diseño de la tipografía, en un primer momento en plomo; actividad que realizaban los orfebres y los grabadores de medallas por medio de un punzón con el que se grababa en relieve el carácter o signo (Febvre y Henri 2005: 31). Esta primera etapa del desarrollo de la tipografía nos referimos a la impre-

²² Uno de los sistemas oficiales de clasificación de la tipografía es el modelo de Maximilien Vox (1954) que fue adoptado por ATyPI en 1962.

sión con tipos móviles; donde se armaban líneas de texto que eran colocadas por los “cajistas” y uno a uno se iban acomodando los tipos hasta formar una oración.

Otro de los avances de la tipografía es la composición en caliente que se encuentra basada en máquinas complejas (de Buen y Scaglione 2011: 81), se realizaba a partir del linotipo y el monotipo; que fueron sistemas de composición tipográfica que además de organizar los bloques de texto, también los fundían; así, se obtenía la matriz de impresión en un solo bloque. Bringhurst describe el linotipo y el monotipo de la siguiente forma:

El linotipo [...] consiste en una serie de cintas, bandas, engranajes, elevadores, tornos, émbolos y tornillos controlados por un gran tablero manual, su complejo mecanismo compone una línea de matrices, la justifica deslizando cuñas en los espacios entre palabras y después funde la línea entera como una pieza única de metal para imprimir en la prensa.

[...] el monotipo está formado por dos máquinas, una terminal y un dispositivo de salida y en ese sentido se parece a la mayoría de las máquinas de composición de tipos manejadas por computadoras, pero la terminal del monotipo tiene un teclado mecánico grande[...] el teclado hace agujeros en una cinta de papel como en un rollo de pianola, activando las clavijas con aire comprimido a través de los agujeros y después funde y ensambla las letras (Bringhurst (2014: 164).

La composición en caliente representó un avance en el diseño de los tipos y en la composición tipográfica, en un primer momento con el linotipo y los problemas en el ajuste del *kerning* y posteriormente con el monotipo donde al ser unidades de carácter era más sencillo ajustarlo; estas máquinas dieron paso a lo que se denomina la *composición en frío* y que es el antecedente más cercano a la tipografía digital.

La *composición en frío* o mejor conocida como la *fotocomposición* se empezó a experimentar en 1940, consistía en “[...] impresionar un papel fotográfico haciendo pasar un haz de luz a través de una imagen de la letra en negativo[...].” (de Buen y Scaglione 2011: 81), posteriormente aparecieron máquinas de rayos catódicos hasta llegar al rayo láser que en papel fotosensible podía organizar la composición para realizar las matrices de impresión.

Como ya explicamos anteriormente, uno de los grandes avances de la edición digital fue el desarrollo de la autoedición; un avance fundamental para la digitalización de los procesos de trabajo editorial, pero este a su vez tuvo consecuencia en otros campos relacionados con la edición, uno de ellos es el de la tipografía.

En párrafos anteriores se expuso que la tipografía tuvo un proceso de transición desde el plomo hasta el pixel, pasando por la fotocomposición; el desarrollo de la tipografía digital fue uno de los momentos más importantes

Capítulo I

en la edición digital, ya que anteriormente los diseños se encontraban sujetos a un catálogo limitado de fuentes con las que se contaba en los burós de pre prensa, situación que cambió con la llegada de la tipografía digital.

Aunque la tipografía digital no ha dejado de desarrollarse desde sus inicios en la década de los años 90 hasta la actualidad, podemos enumerar una breve línea del tiempo del desarrollo de sus formatos. Según Bringham (2014) Podemos fechar el inicio de las primeras fuentes en mapas de bits en la década de los años 70 y posteriormente el desarrollo del primer formato de tipografía digital —diseño escalable y vectorial— en el año de 1984 (Bringham 2014: 222).

El primer formato de tipografía digital es el basado en el *mapa de bits*, Sinclair (1999) lo define de la siguiente manera: “[...] es una colección de cada carácter en mapa de bits en un tamaño, un estilo y una familia. Así una fuente de 255 caracteres consiste en una colección de 255 mapas de bits de un tamaño específico de tipografía”.²³

En la cita anterior encontramos la descripción de una *fente en mapa de bits*, la cual consistía en representaciones de los caracteres de un tamaño específico y de una variante —redondas, cursivas, negritas, condensada, etcétera—, por lo que cada fuente tendría 255 representaciones de cada carácter a un puntaje específico; por ejemplo: si tenemos una fuente como Bodoni en su versión regular a 12 y 14 puntos y también en su versión itálica a 12 y 14 puntos, no solo tendremos 255 caracteres sino que tendríamos 1,020 caracteres, ya que sería como tener cuatro veces el alfabeto de 255.

La tipografía en mapa de bits no era muy funcional ya que cargar el alfabeto cuantas veces se necesitara para poder componer los bloques de texto con las variantes y el puntaje requerido, consumía mucho espacio en la memoria de los ordenadores; debemos comprender que para la época en la que se desarrollaba este formato de tipografía digital la capacidad de almacenaje era un poco más de un Megabyte.

Para ejemplificar lo que consistía la formación con fuentes de mapa de bits nos referimos a de Buen y Scaglione (2011: 92) quien nos exponen el siguiente caso: “[...] un folleto con variantes tipográficas podía ocupar muchos Megabytes porque cada fuente se grababa una y otra vez con cada cambio de letra. Así cuando se comenzaba un texto en redondas, se pasaba a cursivas y nuevamente a redondas, la fuente se cargaba tres veces”.

²³ [...] is a collection of individual bitmaps characters in one size of one type style of one typeface. Thus, a font of 255 characters consists of a collection of 255 bitmaps of a specific size type. [traducción propia].

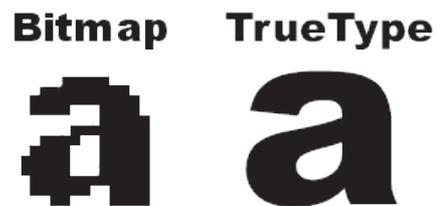


Figura 1.8. Comparación entre una fuente Bitmap y una de dibujo vectorial.

Por lo anterior estas fuentes no eran muy prácticas en la composición ya que generaban archivos muy pesados lo que tenía como consecuencia un problema al momento de darles salida en un buró de pre prensa.

Posteriormente surgió un nuevo lenguaje desarrollado por la empresa Adobe, el cual utilizaba dibujos vectoriales y escalables en el diseño de los caracteres de las familias tipográficas; llamado *PostScript*, éste revolucionaría los formatos tipográficos ya que se basaba en fórmulas matemáticas llamadas vectores con la que se resolvía el problema de tener que cargar el alfabeto de las variantes y tamaños de fuente utilizados en una composición, Debido a las fórmulas vectoriales se especificaba el tipo de variante que se deseaba emplear y el formato lo resolvía mediante una operación.

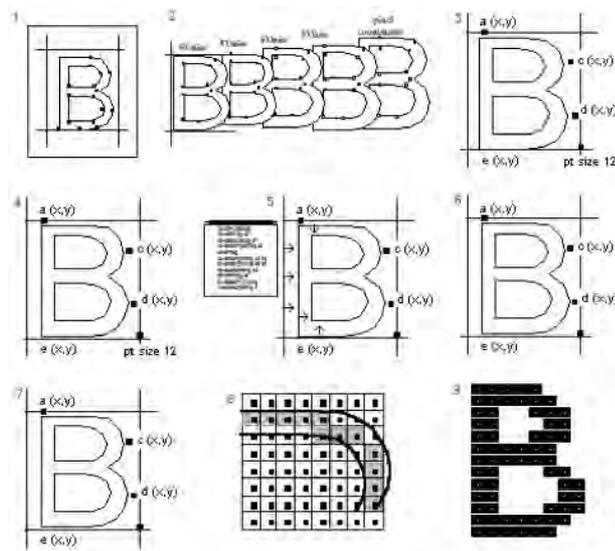


Figura 1.9. Esquema en el que se representa el comportamiento de una fuente vectorial en los distintos tamaños.

Una *fuentes PostScript* contiene 256 caracteres en dibujo vectorial y los archivos que contienen esta fuente son de menor tamaño en comparación con las de mapas de bits debido a que carga solo una vez el alfabeto, ya que las variantes se resuelven por medio de la operación matemática. Esta operación interpreta las fuentes en términos de *splines*²⁴ o curvas Bézier (Bringhurst 2014: 222).

²⁴ Bringhurst nos explica que un *spline* es una banda flexible que se curva bajo tensión [...]. En matemáticas una curva de este tipo se comporta como si tuviera cierta rigidez: es lo suficientemente sólida como para mantenerse unida, y sin embargo, lo suficientemente flexible como para enderezarse o curvarse, estirarse o retraerse. [...] Matemáticamente, esa curva puede definirse a partir de cuatro puntos. Dos de ellos son los extremos de la curva, los otros dos en los extremos de las palancas, se conocen como *puntos de control* (Bringhurst 2014: 222).

Capítulo I

Las primeras *fuentes PostScript* son las llamadas *Type1*; este formato es usado en la actualidad pero presentó varias desventajas en el momento en el que salió a la venta. el más importante es que no era compatible con algunos sistemas operativos (de Buen y Scaglione 2011: 93) y en sistema operativo Windows era necesario un gestor de fuentes como el Adobe Type Manager (ATM) para su uso (Sinclair 1999: 80).

Una de las características de este formato es que contenía información adicional, contiene una versión en *bitmaps* y una vectorial —la primera se muestra en pantalla mientras que la segunda es la versión para su salida—, además de los diferentes pesos, variantes, tamaños y un gran número de caracteres incluso en distintos alfabetos. Al momento de dar salida se comporta como un objeto y no como texto, actualmente se reconocen ya que el ícono del archivo tiene una letra *a* de color rojo.

En el año de 1991 salió al mercado otro formato de tipografía digital llamado True Type (TTF), este formato a diferencia del Type1 era compatible con los sistemas operativos como el *Apple System 7* (de Buen y Scaglione 2011: 93), también incluía algunas mejoras en el diseño de los tipos como el denominado *Hinting*.²⁵

El *hinting* es “una instrucción matemática para la deformación del contorno de un caracter en tamaños determinados”²⁶, esta deformación se utiliza en los tipos de tamaño menor a 15 puntos y para ajustar la imagen en pantallas e impresoras de baja resolución.

La innovación del *hinting* en la tipografía digital se debe a que en tamaños muy grandes y en alta definición no se notan estas deformaciones, Bringhurst (2014: 402) nos expone lo siguiente: “Hay que convertirlos en formas concretas hechas con tantos puntos como tenga el dispositivo de salida , si el puntaje es muy chico o la resolución muy baja, la retícula o grilla será tosca y los puntos llenarán el contorno matemático con muchas imperfecciones”.

Podemos concretar que el *hinting* es una manera de compensar la deformación por tamaño o baja resolución en los dispositivos en los que tendrá salida o se mostrará la fuente de formato TTF; para compensar este efecto “el tipógrafo graba junto con la letra un conjunto de “insinuaciones” (de Buen y Scaglione 2011: 94).

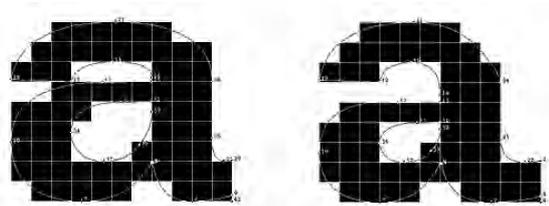


Figura 1.10. Esquema en el que se compara un tipo sin *hinting* y otro con el *hinting* aplicado.

²⁵ La traducción al español del término Hinting la retomamos de De Buen (2011: 93) y es insinuaciones o sugerencias.

²⁶ Para mayor información sobre *hinting* remitimos al lector al siguiente enlace: <<http://www.microsoft.com/typography/TrueTypeHintingWhat.msp>> [consultado 18 de noviembre de 2014].

El formato TTF también incluye otra innovación la cual es el difuminado de los contornos o como su nombre en inglés, *antialiasing*; este efecto trata de compensar una distorsión que existe en las curvas y líneas oblicuas; este efecto es el de dar la apariencia de dientes de sierra (De Buen 2011: 94).

El *antialiasing* fusiona el contorno del carácter con colores intermedios entre el negro y el blanco (Sinclair 1999: 86) es decir crea una gama de distintos grises para difuminar los contornos, en palabras de De Buen (2011) el *antialiasing* se puede describir de la siguiente manera: “[...] se aprovechan las 256 intensidades de gris que puede tomar cada pixel de 8 bits, los pixeles que caen completamente dentro del delineado toman el cien por ciento del color mientras que los que quedan parcialmente cubiertos toman un grado de intensidad proporcional a la fracción tapada del pixel” (de Buen y Scaglione 2011: 94).

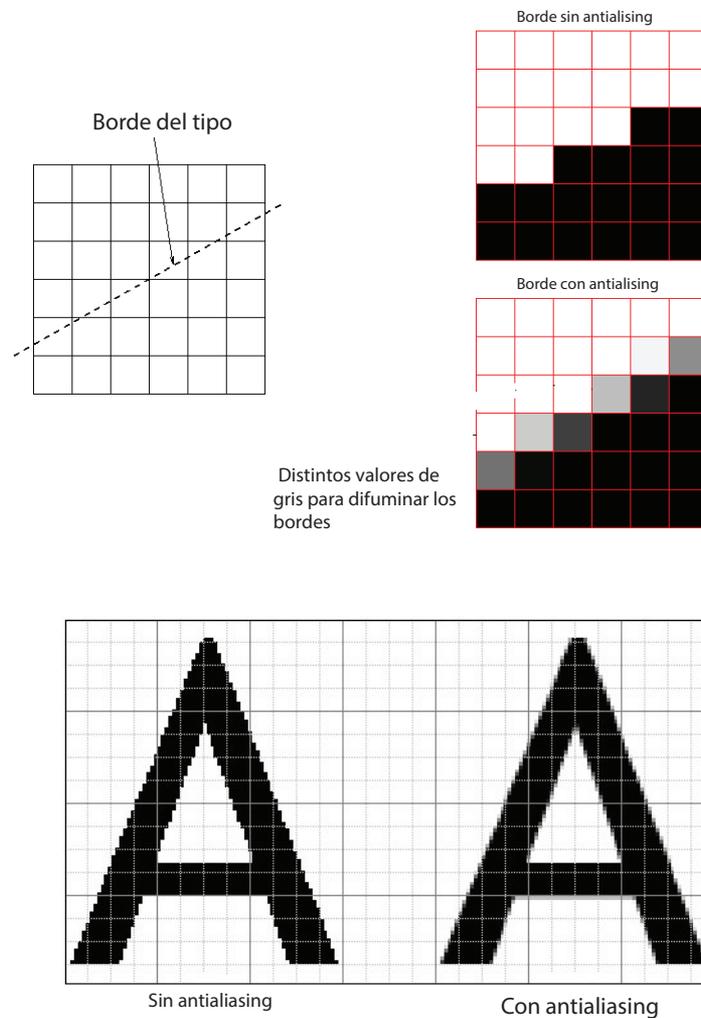


Figura 1.11. Esquema en el que se compara un tipo con sin antialiasing y otro con el antialiasing aplicado.

Capítulo I

En general las fuentes de formato TTF incluyeron innovaciones a nivel de presentación del formato; es decir no existió un avance en cuanto a aspectos tipográficos o en su diseño; sino que fue un avance para corregir ciertos errores de presentación como el *hinting* y el *antialiasing*.

Las fuentes OpenType (OTF) fueron desarrolladas por Microsoft y Apple en 1997;²⁷ se realizó una modificación sobre de las fuentes True Type y se encuentra basado en Unicode.²⁸

Las fuentes OTF contienen más propiedades tipográficas que las Type1 o las TTF; contienen “glifos alternativos contextuales y ligaduras discrecionales con normas que establezcan dónde se utilizarán”(Bringhurst 2014: 224).

1.3.3 Sistemas de marcado

Otro de los puntos importantes que trajo la edición digital fue el desarrollo de ciertas formas de poder marcar un texto con el fin de identificar sus partes así como la fácil recuperación de información.

La importancia de estos sistemas de marcado en la edición digital reside en que facilitan la estructura del trabajo, así una obra que ha sido marcada podrá tener diferentes salidas sin que se tengan que realizar múltiples archivos.

Esto se debe al desarrollo de los sistemas de marcado; los cuales fueron creados originalmente para estructurar información de manera bibliográfica; esto consistía en asociar un elemento de la ficha catalográfica mediante una etiqueta y recibió el nombre de marcado del documento.

Un sistema de marcado se puede definir de la siguiente manera: “[...] conjunto de convenciones preestablecidas que se usan de manera conjunta y ordenada para marcar o codificar un texto de modo que este pueda ser entendido explícitamente por máquinas para que estas, a su vez, se lo puedan hacer explícito a las personas” (Voutssás 2006: 167).

En general un sistema de marcado corresponde a una serie de etiquetas que nos ayudan a dar la estructura de un documento; es una codificación que se le agrega al texto y que reconoce las partes que lo integran. Dentro del área editorial son utilizados para poder estructurar la obra; mediante estas etiquetas se puede trabajar sobre un mismo archivo sin importar cual sea la salida que tendrá la publicación, —impreso o en digital—, este conjunto de etiquetas pueden ser leídas por una máquina y decirnos donde comienza una sección o dónde se encuentra una palabra.

Para poder llegar a tener estos sistemas de marcado se desarrollaron distintos lenguajes de marcado, aunque algunos autores como Hall (2013:

²⁷ Retomado de <http://www.microsoft.com/en-us/Typography/WhatIsOpenType.aspx>,

²⁸ Unicode es un estándar de codificación de caracteres diseñado para facilitar la codificación y visualización de múltiples lenguajes. Para mayor detalle remitimos al lector a: <<http://www.unicode.org>>.

20) nos dice que en realidad son *metalenguajes*, es decir “son una manera de escribir / recuperar los sistemas de códigos”. Visto de otra forma se trata de un lenguaje que nos ayuda a analizar formalmente otro lenguaje.

1.3.3.1 *Standard Generalized Markup Language (SGML)*

El primer sistema de marcado fue el Standard Generalized Markup Language (SGML) el cual fue desarrollado internamente en la compañía IBM a principios de los años 80 y que tenía la finalidad de “formatear y organizar la información y documentación legal dentro de esa empresa[...]” (Voutssás 2006: 162).

Posteriormente el SGML fue desarrollado para manejar todo tipo de información y en el año de 1986 se convirtió en un estándar internacional para el marcado (ISO 8879); este lenguaje se enfoca en describir los elementos de un documento y no de la presentación. Kasdor (1998) expone que los arquitectos del SGML crearon un lenguaje que pudiera delinear la estructura de un documento sin importar la apariencia final y lo describe de la siguiente manera: “[...] ellos lo hicieron separando estructura de la presentación. SGML se ocupa de las características estructurales del documento, pero, idealmente deja al último que el sistema de presentación determine cómo deben aparecer estas características”.²⁹

En otras palabras, tenemos un sistema de marcado que describe las partes que conforman el texto y las relaciones que se tienen entre sí, en ningún momento se ocupa de cómo será la apariencia final del texto. Esta serie de marcas pueden ser interpretadas gracias al *Document Type Definition (DTD)*, en el cual se encuentran descritas todas las características que tienen cada uno de estos elementos es decir; “son descripciones formales de la sintaxis de los documentos que se le asignan a cada tipo de los que se desea definir. Por lo tanto se requiere de una definición DTD para poder interpretar y verificar un documento” (Voutssás 2006: 176).

Otra de las ventajas del SGML es que es un estándar no propietario, lo que quiere decir que puede ser utilizado en distintas plataformas. Así no se tendrá que trabajar con un solo software, sino que podremos trabajar en diferentes entornos y en cada uno de ellos podremos leer nuestro archivo marcado.

Las desventajas de este sistema de marcado ha sido su complejidad por lo que se desarrolló otro sistema de marcado más simplificado y el cual veremos a continuación.

1.3.3.2 *eXtensible Markup Language (XML)*

En el año de 1996 se desarrolló el XML, un lenguaje más flexible y simplificado —ya que no requiere de programación adicional para procesarlo—; fue un avance muy significativo para la edición digital.

²⁹ [...] they did that by separating structure from presentation. SGML concerns itself with the structural features of a document, but ideally, it leaves it to the ultimate presentation system to determine how those features appear. [Traducción propia].

Capítulo I

El XML es un lenguaje más práctico que el SGML —no debemos olvidar que este se deriva del SGML—, se popularizó rápidamente debido a ser más flexible, más específico y menos complicado. Uno de los usos más comunes de este lenguaje lo encontramos en los entornos web, como un lenguaje de transferencia; es decir, que este puede proveer de hojas de estilo que permite a los navegadores interpretar en HTML las características marcadas en estas hojas.

En el ámbito de la edición digital Frania Hall (2014: 20) nos explica como es aplicado este lenguaje: “El XML aplica ciertos códigos para describir el contenido (un encabezado por ejemplo), y luego, cuando uno quiere producir el dato, el programa muestra cuál será el formato para la sección del contenido de ese código en particular”.

El uso del XML en la edición digital sirve para simplificar el trabajo, ya que al ingresar el texto etiquetado, el código guarda las especificaciones de formato gracias a que se trabaja junto con una hoja de estilo (XSL); esta información puede servir para darle una salida electrónica. El XML es la base de toda publicación digital —cabe señalar que la estructura de un libro digital (ePUB) esta dada por un archivo de esta clase— y en general de todo el manejo de datos para la edición, ya que puede dar diferentes salidas como a una página que utilice HTML5, un ePUB para libro digital o un programa de formación para libro impreso.

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?><object xmlns="http://textgrid.info/namespaces/metadata/core/2010" xmlns:tg="http://textgrid.info/relation-ns#" xmlns:rdf="http://www.w3.org/1999/02/22-rdf-syntax-ns#">
  <generic>
    <provided>
      <title>id678</title>
      <format>text/xml</format>
      <notes></notes>
    </provided>
    <generated>
      <created>2015-12-15T13:21:44.136+01:00</created>
      <lastModified>2015-12-15T13:21:44.136+01:00</lastModified>
      <textgridURI:extRef="">textgrid:25jzd.0</textgridURI:extRef>
      <revision>0</revision>
      <extent>942</extent>
      <fidelity>
        <messageDigestAlgorithm>md5</messageDigestAlgorithm>
        <messageDigest>83bdd74a365859dd6ee2ddcf0d784329</messageDigest>
        <messageDigestOriginator>tgcrud 5.0.2</messageDigestOriginator>
      </fidelity>
      <dataContributor>Mathias.G%C3%86bel@textgrid.de</dataContributor>
      <project id="TGPR-b6858061-5d2c-aaa1-e2f9-566fc9b4c22a">Workshop Madrid</project>
      <permissions>delegate publish delete read write</permissions>
    </generated>
  </generic>
</item></item>
<custom>
  <csi:templateEditor xmlns:csi="http://textgrid.info/custom-namespace/2009-01-01" xmlns:ns2="http://www.w3.org/1999/02/22-rdf-syntax-ns#" xmlns:ns4="http://textgrid.info/namespaces/middleware/tgcrud/services/TGCrudService" xmlns:ns3="http://textgrid.info/namespaces/metadata/core/2010"></csi:templateEditor>
</custom>
```

Figura 1.12. Ejemplo de un marcado XML.

El XML es la base de otros sistemas de etiquetado y una gran cualidad es que puede ser leído en diferentes programas —como Oxygen—, lo que nos puede garantizar que a partir de marcar el texto podemos dar cualquier salida.

Otra de las ventajas de trabajar con el XML es que permite la selección y búsqueda de datos; se puede realizar la estructura de un documento en XML por medio de un documento DTD (*Document Type Definition*) “[...] especifica ciertos tipos de campos de datos o elementos dentro del documento o la serie de documentos” (Hall 2014: 22).

1.3.3.3 Hypertext Markup Language (HTML)

El *Hypertext Markup Language* (HTML) es un lenguaje que marca y estructura las partes que componen un documento, la diferencia con XML es que este lenguaje nos da la presentación final del documento por medio de la aplicación de sus etiquetas. En un principio surgió como una posibilidad de poder compartir información entre grupos de investigación, Galina y Ordóñez (2007: 42) comentan que fue desarrollado por Tim Berners-Lee en 1991 con el objetivo de que los científicos pudieran intercambiar documentos en línea con facilidad y sin la preocupación de complicadas reglas de marcado.

Actualmente en su versión HTML5 es el lenguaje estándar para la red mundial; es desarrollado y regulado por el World Wide Web Consortium (W3C). Por medio de sencillas etiquetas que marcan las distintas partes de un documento (*Header, Title, Section, Aside, Footer*), a la vez que jerarquizan los títulos, párrafos, secciones de un texto (H1, H2, H3, p, table) e identifican de manera semántica datos del documento (em); por medio de este lenguaje se desarrollan desde sitios de internet hasta libros digitales.

Gracias a la incorporación de las *Cascading Style Sheets* (css) se preocupa de la presentación de contenidos y se puede controlar la apariencia y formato de las secciones de un documento.

Este lenguaje se ha vuelto muy importante en la edición digital, ya que es parte fundamental en la maquetación de libros digitales, en el formato estándar de publicación digital ePub cada página está compuesto por un HTML que a su vez tiene un css con cada uno de los estilos, este formato es una especie de sitio web comprimido, por esta razón identificamos a este lenguaje como algo esencial en el trabajo editorial digital.

Además gracias a la cualidad de este lenguaje, se pueden incorporar elementos multimedia por medio de las etiquetas; lo cual puede enriquecer los contenidos de una publicación.

1.3.2.4 Text Encoding Initiative (TEI)

El TEI es un sistema de marcado basado en XML que se utiliza con fines de investigación académica; es más común encontrarlo en proyectos de obras literarias ya que “posee etiquetas para marcar, además de prosa, verso, teatro, diccionarios, aparato crítico, etcétera” (Bia 2016: 850).

El TEI *consortium* es una red de investigadores que funciona como una comunidad donde se van desarrollando las etiquetas que necesitan para poder definir ciertas partes de los documentos.

```

<html>
<head>
<nav>
<div class="nav-wrapper">
<a href="#" class="brand-logo">Logo</a>
<a href="#" data-activates="mobile-demo" class="button-collapse"><i class="material-icons">menu</i></a>
<ul class="right hide-on-med-and-down">
<li><a href="sass.html">Sass</a></li>
<li><a href="badges.html">Components</a></li>
<li><a href="collapsible.html">Javascript</a></li>
<li><a href="mobile.html">Mobile</a></li>
</ul>
<ul class="side-nav" id="mobile-demo">
<li><a href="sass.html">Sass</a></li>
<li><a href="badges.html">Components</a></li>
<li><a href="collapsible.html">Javascript</a></li>
<li><a href="mobile.html">Mobile</a></li>
</ul>
</div>
</nav>
<body>
<main>
<h1>Titulo</h1>
<div class="slider">
<ul class="slides">
<li>

<div class="caption center-align">
<h2>This is our big Tagline!</h2>
<h3 class="light grey-text text-lighten-3">Here's our small slogan.</h3>
</div>
</li>
</ul>
</div>
</body>
</html>

```

Figura 1.13. Ejemplo de un etiquetado HTML.

```

163 h1.Titulo {
164   -epub-hyphens:none;
165   -epub-ruby-position:over;
166   -webkit-hyphens:none;
167   color:#000000;
168   font-family:"Roboto";
169   font-size:1.125em;
170   font-style:normal;
171   font-weight:bold;
172   line-height:1.2;
173   margin-bottom:10px;
174   margin-left:0px;
175   margin-right:0px;
176   text-align:center;
177   text-decoration:none;
178   text-indent:0px;
179   orphans:2;
180   widows:2;
181 }

```

Figura 1.14. En la imagen se muestra la estructura de una regla CSS para la jerarquía de un título H1.

Con el etiquetado TEI se van identificando partes del texto y por medio de los XML se pueden recuperar esas palabras claves. en muchos de los proyectos utilizan este marcado para recuperar la información y después poder definir el concepto en ocasiones filológicamente; además de poder generar los *metadatos*.

Existen varios programas para leer XML como Oxigen u otros desarrollados por organismos como DARIAH-DE - Digital Research Infrastructure for the Arts and Humanities que con su software Text Grid³⁰ han creado una herramienta útil para la creación de re-

³⁰ Para mayor información remitimos al lector al sitio de Text Grid <<https://textgrid.de/en/>>.

positorios en línea, muchos de estos proyectos se basan en el estándar de marcado TEI.

Un ejemplo de este tipo de proyectos, los cuales utilizan este estándar de marcado es el de la edición digital de *La Dama Boba* de Lope de Vega; desarrollado por la Universidad de Bologna y la Universidad Autónoma de Barcelona donde se creó una plataforma para el etiquetado del texto en un entorno Wiki; así los usuarios entraban y después de un previo registro podían ir etiquetando el texto en un trabajo colaborativo.

El lenguaje TEI es un estándar para el marcaje de textos en las Humanidades Digitales y tiene la ventaja de estar basado en XML lo cual le da la posibilidad de ser exportado en diversos formatos como el HTML y el ePUB.

Este es otro de los avances de la edición digital, más enfocado al entorno académico y de investigación; no hay que dejar de lado este lenguaje ya que en muy poco tiempo podrá ser una alternativa de marcado en las revistas académicas o en proyectos de conservación y Humanidades Digitales.

Por último, nos gustaría hacer énfasis que la gran aportación del trabajo con sistemas de mercado es la creación de los *metadatos*; estos pueden ser definidos de la siguiente forma: “[...] es un elemento que describe el contenido, condiciones, características, etcétera, de un documento, con el fin de definir, identificar, organizar, indizar, filtrar, colocar, preservar, recuperar y administrar ese documento de recursos de información, electrónicos [...]” (Votssás 2006: 155).

Los *Metadatos* son datos o información sobre otros datos que están contenidos en el documento; también se definen como “datos de los datos” es decir; no es el dato en sí, sino que es información sobre algún elemento o cosa del documento. “[...] los metadatos pueden describir o definir partes de un documento que no forman parte de los datos en sí” (Hall 2014: 23).

La información que presentan los metadatos se clasifican en tres: Taxonomía, Tesauro y Ontología:

- **Taxonomía:** se trata de una lista estructurada que se acomoda como una jerarquía; tiene la estructura de un árbol y va de lo general a lo particular desplazándose hacia abajo.
- **Tesauros:** es una forma más especializada con términos interrelacionados con más palabras y frases que ayudan al usuario a poder localizar el concepto que está buscando.
- **Ontología:** es más especializada que las anteriores; tiene la cualidad de lograr que las computadoras interactúen entre ellas, ayuda a los programas para encontrar datos en la red.

Capítulo I

Este tipo de datos son una de las ventajas de las publicaciones digitales; ya que gracias a esto se puede recuperar la información, no solo sobre el contenido de la obra sino también las características que la edición tenga.

1.3.4 El proceso de trabajo de la edición digital

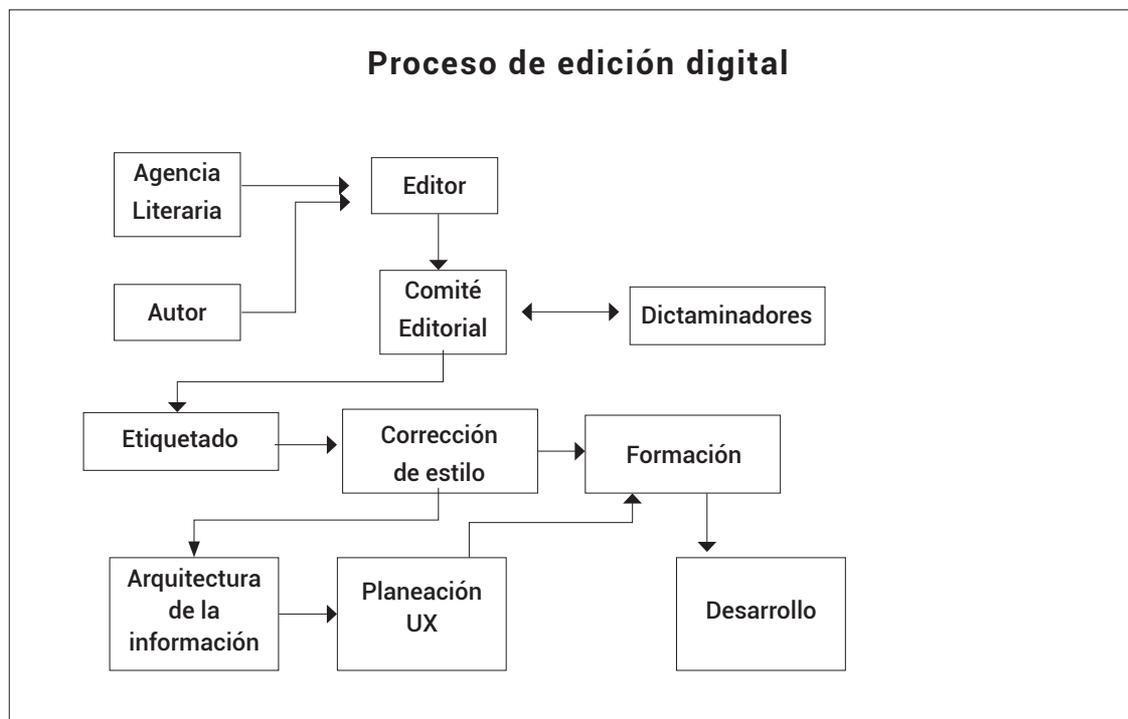
A partir del avance de la edición digital con los recursos que describimos en los apartados anteriores se generó un cambio en el flujo de trabajo. Retomando el esquema 1.1 podemos observar que este flujo se concentraba en algunos profesionales como el editor, los diseñadores, los correctores, etcétera. En general el proceso era sencillo y directo. Al incorporar las nuevas tecnologías este proceso se ha vuelto más complejo debido a dos razones; la primera es por el mayor número de profesionales que intervienen en el proyecto, y la segunda es que un mismo proyecto puede tener diferentes salidas.

Actualmente un proyecto no se limita a sólo ser impreso, en ocasiones los proyectos se dirigen hacia diversas plataformas; es decir, puede que el objetivo principal sea publicar un libro impreso, pero también se trabaja la versión digital o la versión en línea; esto quiere decir que un mismo proyecto es trabajado por distintas personas y debe servir para diversas plataformas.

Si observamos el esquema 1.2 encontramos que este proceso parte de la misma base que el anterior (esquema 1.1) pero que en un punto sufre una bifurcación debido a que para poder dar salida hacia otras plataformas es necesario involucrar profesionales de otras áreas como la informática.

La edición digital abrió un panorama de posibilidades para poder publicar; actualmente existen publicaciones que nacen completamente digitales y que se denominan *Born digital* —no nos referimos únicamente a libros o revistas digitales, sino también a formatos digitales en sitios de referencia, CMS y sitios en línea ya que también son una forma de publicar—. Debido a que la plataforma digital recibe un atributo de inmediatez por lo rápido que puede circular la información en la red, debemos hacer énfasis que al igual que el proceso de edición tradicional la figura medular de este proceso es el editor; para que una publicación se pueda considerar como tal debe haber pasado por este largo proceso.

El editor de la publicación digital debe ser ese profesional que supervise todo el proceso de edición, el responsable en todo aspecto de la publicación, pero además que se encuentre en contacto constante con las nuevas tecnologías; ya que al conocer a fondo los nuevos formatos de publicación, las formas de gestionar digitalmente los contenidos, así como los aspectos legales que requiere la obra ayudará a que el proyecto editorial tenga la solución más apropiada dependiendo de las características y al público al que vaya dirigido.



Esquema 1.2. Proceso de edición digital.

Es por ello que el proceso parte de la decisión editorial de publicar por parte del editor —quien ha recibido un original ya sea del propio autor o de una agencia literaria— y es él quien somete la obra ante el comité editorial que a su vez hará llegar los originales a expertos en la materia y se evaluará la obra; debemos destacar que esta parte del proceso es fundamental.

La *revisión por pares* o *dobles ciegos* y sus resultados nos darán la evaluación de la obra y con ella poder emitir un dictamen de esta; queremos denotar que esta parte es fundamental en toda publicación y que con mayor razón en los medios digitales; ya que existen creencias de que las publicaciones digitales “no son realmente publicaciones” debido que los contenidos son dudosos o a que se recurre a la auto publicación; por ello el dictamen de la obra es fundamental para poder respaldar la relevancia, vigencia y pertinencia de los contenidos a publicar. No olvidemos que dos ejes principales de la decisión editorial debe ser: la relevancia del contenido y su pertinencia en el catálogo editorial.

En la siguiente parte del proceso de la edición digital encontramos dos partes diferentes y son los que se refieren a las ediciones impresas y a las digitales. En primer lugar toda obra necesita de la corrección de concepto y la de estilo, sin importar para que medio estén destinadas, al igual que en el proceso de edición tradicional se harán las lecturas pertinentes para que el original quede calibrado.

Capítulo I

La siguiente etapa dentro del proceso es la que se denomina como *marcado del texto* y consiste en asignar las jerarquías a las diferentes partes de la obra; como ya mencionamos anteriormente existen diversos lenguajes de marcado de texto, pero en esta etapa el que se utiliza es de XML. A través de las etiquetas de este lenguaje se da estructura a la obra; es decir por medio de estas etiquetas se muestra la jerarquía y las relaciones entre las diferentes partes de la obra, este tipo de marcado no tiene una influencia en la apariencia final de la publicación si no que se utiliza para poder relacionar las diferentes partes y que se encuentren marcadas y así poder utilizar un mismo archivo y que pueda tener múltiples salidas.

El marcado de texto XML tiene compatibilidad con los diferentes programas de autoedición y estos reconocen las etiquetas por lo que es más sencillo poder trabajarlos y enviarlos a destinos multiplataformas. Hall (2013: 20) nos explica que existen dos diferentes maneras de trabajar con los archivos de marcado y son las siguientes:

- Archivos XML creados como parte del flujo de trabajo que pueden utilizarse para una composición simple de texto , y
- Archivos creados primero con programas como InDesign o Quark y después convertidos a XML (algo necesario para composiciones más complejas).

Una vez hecha la estructura y el marcado se entrega la obra a los diversos departamentos en los que se trabajará dependiendo del soporte final al que vaya destinada nuestra publicación. Este es el momento en el que observamos una bifurcación en el proceso, donde de un lado tenemos un proceso similar al tradicional ya que es aquel de las obras impresas ya sean en grandes tirajes o en impresión bajo demanda; del otro lado se encuentran los procesos para la publicación digital y que reúne a los profesionales de diversas áreas.

Uno de los profesionales que se incorporan a este proceso son los Arquitectos de la Información quienes clasificarán los paquetes de archivos que requiere la publicación y realizarán una estructura de los contenidos —en capítulos posteriores hablaremos sobre esta parte del proceso—, otra parte fundamental es la planeación de ux (experiencia de usuario) donde los profesionales con la información estructurada por los arquitectos de la información realizan diversas maquetas de cómo debe ser el recorrido del usuario dentro de la interfaz y como lograr que este pueda acceder a los contenidos de una manera natural y rápida.

Después de la planeación se pasa a la etapa de diseño y formación donde se llevará a cabo la diagramación y aplicación de estilos visuales y tipográficos a la publicación, así como el desarrollo de infografías, animaciones, videos y demás materiales multimedia para enriquecer los conte-

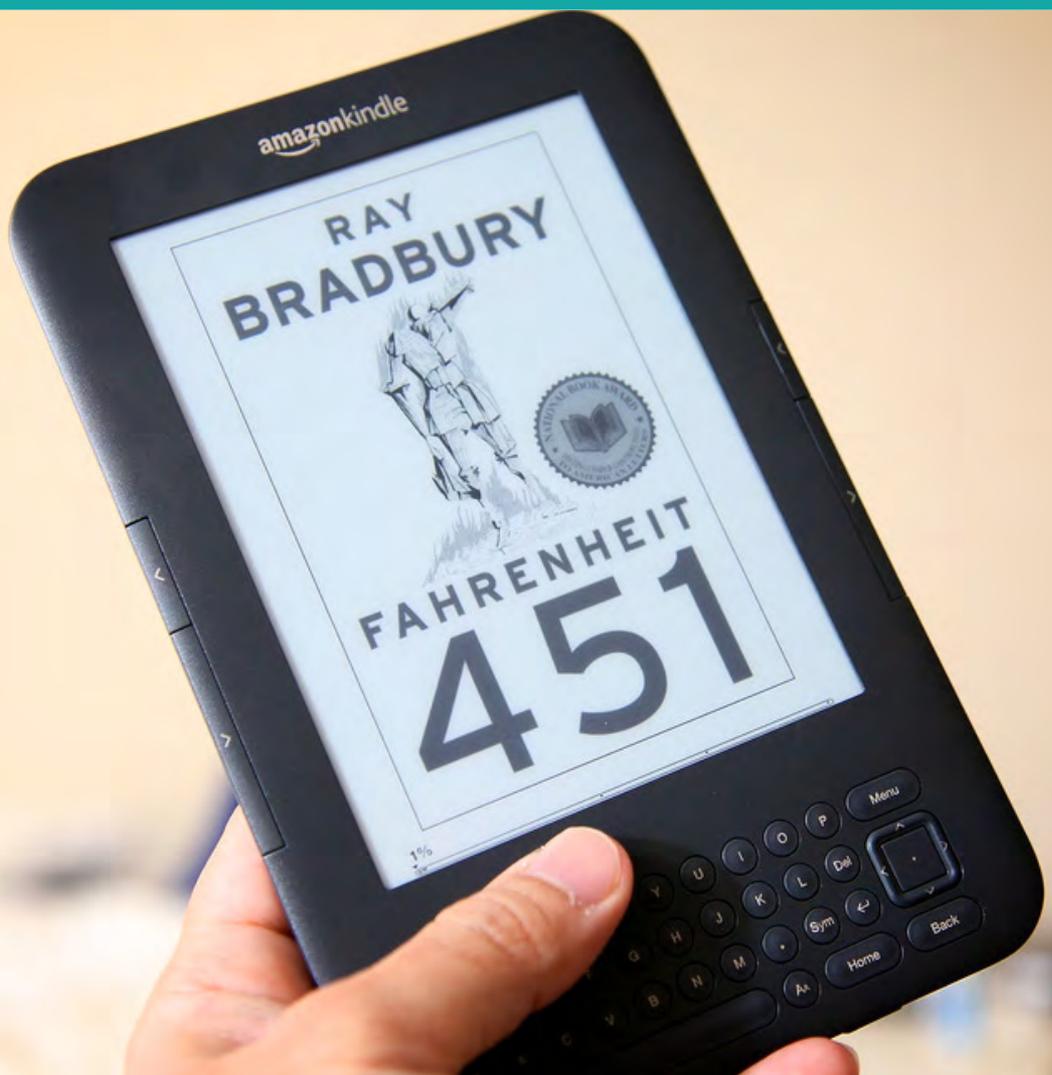
nidos; en esta parte del proceso es donde podremos ver reflejado el aspecto final de la publicación; sin embargo hay que destacar que las áreas de Arquitectura de la información, la planeación ux y el Departamento de diseño trabajan conjuntamente y se encuentran en constante comunicación desde la planeación, durante el desarrollo y en la entrega de las maquetas. Una vez terminada la maqueta esta se entrega al área de desarrollo donde los programadores realizarán las pruebas en dispositivos y empaquetaran los archivos para que la publicación corra sin ningún error y esté lista para poder ser distribuida digitalmente.

En este punto del proceso es cuando el editor junto con el área legal de la casa editorial gestionan los permisos pertinentes tanto de registros de ISBN, DOI, DRM; así como la planeación de las diferentes formas de distribución en línea para libros digitales.

A grandes rasgos hemos descrito el proceso de la edición digital para publicaciones digitales, como pudimos observar el flujo de trabajo se ha hecho cada vez más complejo por lo que es muy importante llevarlo de forma organizada y utilizar buenas prácticas editoriales; esto nos dará la certeza de tener un producto digital que cumpla con los objetivos de comunicación.

CAPÍTULO II

CARACTERÍSTICAS, TIPOLOGÍAS Y CICLO DE VIDA DE UN LIBRO DIGITAL



2.1 Las publicaciones digitales

Como observamos en el capítulo anterior, el desarrollo de la tecnología nos ha llevado a un cambio social y económico que define el momento que vivimos como la “era de la información”; esta nueva etapa conlleva a serios cambios tanto en los hábitos laborales como de la vida cotidiana; la aparición de los sistemas de cómputo en primer lugar al interior del ámbito laboral; llevó a una modificación dentro de las actividades propias del trabajador, más adelante con la inclusión de la informática y el cómputo en las escuelas, terminaría por formar una parte fundamental en el quehacer cotidiano de las personas.

Esta inclusión de los sistemas de cómputo y de la llamada *era digital* trajo consigo variaciones en el ámbito de la edición como ya ha sido comentado; la digitalización de los procesos y el surgimiento de la edición digital, ayudaron a la aceleración de los procesos de trabajo y contribuyeron a la precisión en el cuidado de la edición.

Todos estos avances dieron lugar a que originalmente los textos surgieran de manera digital y que posteriormente se trabajaran en programas que seguían siendo de naturaleza digital; en este punto como se analizó en el apartado anterior encontramos una bifurcación en el camino de la edición y es que una obra que nace de forma digital es decir; desde el original que está vaciado en un procesador de texto y que pasa hacia un programa de autoedición donde es corregido, cotejado y preparado para su publicación deviene en un objeto impreso que niega su origen digital; este modelo de edición fue el más común durante varias décadas hasta que surgió otro tipo de publicación la cual eliminaba tal bifurcación y que continuaba con la línea digital que desde un inicio tienen los originales, en esta nueva forma de publicación ya no existe el objeto como tal y es lo que hoy en día denominamos las *publicaciones digitales*.

Cuando hablamos de *publicaciones digitales* nos referimos a una publicación que no utiliza un medio objetual como el papel o cualquier otro soporte físico para su difusión, sino que utiliza soportes electrónicos como la pantalla o los dispositivos móviles en los cuales se contiene la información ya sea texto, imagen, video o sonido.

Hoy en día existe un uso indiscriminado de los términos *electrónico* y *digital* como si fueran sinónimos de una misma cosa, podemos escuchar en los pasillos de la universidad que ya se encuentran publicaciones electrónicas en el portal de tal o cual instituto, o que alguien ha descargado la publicación digital de algún centro de investigación; para usos prácticos de nuestra investigación definiremos las diferencias que existen entre el término publicación digital y publicación electrónica basándonos en lo que Voutssás (2006) nos explica: “Hablando con propiedad el término

Capítulo II

más correcto debiese ser *publicación digital*,³¹ como algunos autores lo han denominado ya que la estructura fundamental de la información se encuentra en formatos digitales y se distribuye por medios o soportes electrónicos u ópticos” (Voutssás 2006: 98).

Esta reflexión que podríamos dejar pasar por alto como una “cuestión de estilo” es muy importante ya que nos está hablando de la forma en cómo se estructura la información en un medio digital y en segundo lugar nos habla del medio por el que se transmite; por ejemplo, una revista científica que se encuentra en la web es una publicación porque en primer lugar pasó por un proceso de edición —dictamen, corrección, diseño, revisión por pares etcétera—, y es digital porque todos los procesos para su publicación se llevaron a cabo de manera digital y se prescindió de la materialización en prensa del objeto; se buscó una plataforma digital para su publicación. Cuando hablamos de lo *electrónico* nos referimos a los soportes de lectura donde visualizamos nuestras publicaciones; volviendo al ejemplo podemos decir que la publicación digital llamémosla *Anales de Antropología* fue descargada del sitio: <<http://www.revistas.unam.mx/index.php/antropologia>> en su versión digital y la consultamos por medio de una tableta o *e reader* de forma electrónica.

Después de aclarado el porqué utilizaremos el término *publicación digital* a lo largo de la investigación, al mismo tiempo de que a nuestro objeto de estudio lo llamaremos *libro digital* y no *libro electrónico*, debemos mencionar que ese tipo de publicaciones son relativamente jóvenes.

Los primeros textos digitales surgen con el desarrollo de las primeras redes como ARPANET que es un precursor del Internet en los años 60 del siglo XX, Galina y Ordoñez (2007: 23) nos dicen que los primeros documentos digitales se enviaban en texto plano y que no podían incluir imágenes o diagramas ya que existía poca precisión en el manejo de la presentación de estos; los autores ya mencionados también nos señalan que el correo electrónico fue de los primeros medios por los cuales se comenzaron a distribuir artículos entre investigadores.

Realizando un breve recuento del desarrollo de las publicaciones digitales retomamos lo que expone Voutssás (2006: 99) como una cronología de lo que significaba una publicación digital en distintos momentos:

- Para las bibliotecas eran catálogos y los índices y resúmenes en publicaciones periódicas secundarias distribuidas en cintas magnéticas o accesibles en línea a través de *mainframes* o computadoras centrales.
- En los años 80 eran alguna publicación impresa con ayuda de una computadora. A mediados de esa década la empresa *Learned*

³¹ Las cursivas son propias de la edición.

information lanzó *the electronic magazine*, una base de datos totalmente electrónica. Noticias de Europa y los Estados Unidos eran reunidas en microcomputadoras y teletransferidas a Oxford donde eran tratadas y combinadas con otras noticias...

- Para los noventa [...] el advenimiento del CD-ROM de forma masiva y económica les permitió a los editores de publicaciones periódicas secundarias, bancos de datos, catálogos, etcétera, distribuirlos ampliamente con este medio para ser usados en bibliotecas por medio de sus computadoras personales o “torres” de discos compactos. Poco después veríamos también aparecer los CD con textos completos e información primaria.
- [...] a principios de la década con la llegada del Internet, a través de sus primeras y simples funciones básicas, el FTP —*File Transfer Protocol*—. Este era un protocolo normalizado que simplemente permitía el intercambio de archivos de computadora entre equipos de distinta naturaleza. Ello hacía posible que los científicos intercambiaran sus archivos con textos provenientes en su procesador de palabra o archivos de datos [...] Antes de 1995, prácticamente todas las “publicaciones electrónicas” de este tipo se distribuían vía correo electrónico o *Gopher* para aprovechar el protocolo FTP
- [...] Para mediados de la década de los noventa, con el crecimiento de la red mundial (*www*), comenzó a darse por sentado para un gran sector de usuarios que “publicación electrónica” representaba a las revistas y otros materiales semejantes que se publicaban vía la red y empezaron a ser usados como sinónimos y a convertirse en el arquetipo de estas publicaciones.

Esta cronología que retomamos es muy puntual en que la mayoría de los avances de las publicaciones digitales se dieron en la década de los años 90 del siglo xx, dentro de esta podemos observar dos acontecimientos; el primero lo clasificamos dentro de la publicación *off line* como lo es el desarrollo de publicaciones en formato CD-ROM y el segundo como el desarrollo de las publicaciones digitales *on line* con el intercambio de artículos por medio de la red y el surgimiento de los *sitios* dentro de la red mundial (*World Wide Web*).

El desarrollo de estos dos tipos de publicaciones digitales fueron relevantes en el área del Diseño y la Comunicación Visual en la década de los años 90 del siglo xx; en cuanto a las publicaciones *off line* se distribuyeron un gran número de estas en CD-ROM, algunas eran solo revistas o memorias que se comprimían en un archivo PDF y que se distribuían mediante este soporte para ser leídos en computadora, la otra vertiente de estas publicaciones podemos identificarlas el diseño de interactivos, que fue muy popular en esa década hasta hace algunos años.

La importancia del desarrollo de estas publicaciones para nuestra área de estudio se centra en que a partir de ellas los profesionales del Di-

Capítulo II

seño y la Comunicación Visual se enfocaron en el estudio de la interfaz y la planeación de la interactividad basada en la experiencia de usuario; esta área comenzó a popularizarse debido a la demanda que existía para el desarrollo de este tipo de publicaciones. Un ejemplo muy en boga de esa década fue el desarrollo del *Microsoft Encarta Multimedia Encyclopedia*³² que fue una enciclopedia multimedia en formato digital desarrollada por Microsoft en 1993 y que se distribuía mediante CD-ROM.

Estas publicaciones que fueron muy populares, desarrollaron la planeación de proyectos digitales en el que se debían establecer rutas claras para la navegación de los usuarios; las publicaciones digitales *offline* como los CD-ROM almacenaban una gran cantidad de información, y gracias a la planeación de la interfaz y el uso de vínculos para poder acceder a diferentes pantallas de información las hizo atractivas a los usuarios; esto debido a la fácil búsqueda de datos dentro de la misma publicación, por esta razón tomaron una gran importancia sobre todo para el desarrollo de diccionarios, enciclopedias, memorias y algunos libros de texto.

La gran revolución de las publicaciones digitales se llevó a cabo en lo que llamamos las publicaciones *on line* con la creación de la red mundial (*World Wide Web*), el primer desarrollo dentro de esta red fueron los *sitios de Internet*. Hoy en día es difícil imaginar que alguna empresa, editorial o proyecto académico no tenga un sitio en la red donde podamos consultar información, pero en los años noventa eran escasos. No debemos olvidar que uno de los sistemas de marcado que ya explicamos en el capítulo anterior fue el HTML que originalmente fue desarrollado por investigadores para poder compartir la información de artículos por medio de la red; al desarrollarse la red mundial e incorporar este lenguaje de marcado y las hojas CSS se desarrolló también la interfaz gráfica de estos sitios, ya no solo presentando el texto plano en una publicación sino teniendo la posibilidad de dar jerarquías, incorporar imágenes, audio, animación, etcétera; logrando así la integración de los elementos estáticos que una publicación impresa poseía junto con los elementos dinámicos, característicos del medio digital.

Otro de los elementos y quizá el más importante que ofrecen las publicaciones digitales es el llamado *hipertexto*; que permite al usuario navegar por la publicación y ofrecer una cantidad de información vinculada, y que a partir de enlaces lo canaliza a varios puntos de información.

Las publicaciones digitales se dividen en distintos géneros como los son los sitios web, los sistemas de administración de contenido (CMS), las bases de datos, libros, revistas, periódicos, etcétera. En el campo en el que se encuentra nuestra investigación el cual es el de la *edición aca-*

³² Enciclopedia Encarta, <<http://global.britannica.com/topic/Encarta>>, [Consultado el 7 septiembre 2015].

démica,³³ debemos mencionar que las más importantes son: las Revistas Académicas y los Libros (monografías e investigaciones) y son las que desarrollaremos a continuación.

2.1.1 Revistas Académicas

Las revistas académicas son publicaciones periódicas especializadas que se encuentran conformadas por medio de artículos, producto de la investigación de una Institución Académica; pueden tener una periodicidad bimestral, cuatrimestral o semestral, su contenido se centra en un área específica de conocimiento o por el contrario ser multidisciplinaria, por lo regular estas publicaciones se alojan en índices o plataformas que crean repositorios los cuales facilitan su disseminación.

Algunas revistas académicas nacieron de forma digital y siempre se han manejado en ese ámbito —como por ejemplo la *Revista Digital Universitaria* de la UNAM³⁴—, encontramos otras revistas en las que coexisten las dos realidades de la publicación —la impresa y la digital— y también hay revistas que, si bien en algún tiempo fueron impresas en grandes tirajes, hoy en día han comenzado a migrar al ámbito digital y poco a poco desaparecer del medio impreso, —como por ejemplo la *Revista de la Universidad de México*.³⁵

La migración de estas publicaciones a formato digital tiene gran relevancia ya que gracias a este nuevo formato se tiene la disponibilidad de acceder a la información en cualquier momento y desde cualquier lugar utilizando únicamente un ordenador y la conexión a la red; Galina y Ordoñez (2007: 25) nos describen como han ganado poco a poco terreno este tipo de publicaciones:

[...] En el mundo académico, la creación de la revista electrónica impactó considerablemente en la investigación. Por primera vez en la historia, los investigadores tenían acceso las 24 horas del día, 365 días al año a información que anteriormente requería de una visita a la biblioteca. En un principio la recepción fue tibia y se generaron numerosos debates en torno a la validez y a la calidad de la información en formato digital. No obstante la publicación de revistas electrónicas por parte de importantes editoriales en el mundo impreso, ayudó a legitimar el medio. Hoy en día, existen revistas académicas impresas con versiones electrónicas que no tienen equivalencia en papel. Estas últimas han ido ganando prestigio y credibilidad con el paso del tiempo

³³ La edición académica es definida por Frania Hall (2013: 101) como “[...] las publicaciones basadas en investigaciones de instituciones académicas; las investigaciones toman forma de artículos académicos publicados en revistas especializadas, así como en libros”.

³⁴ La Revista Digital Universitaria se encuentra disponible en: <<http://www.revista.unam.mx/>>.

³⁵ La Revista de la Universidad Nacional se encuentra disponible en: <<http://www.revista-delauniversidad.unam.mx/>>.

Capítulo II

El camino que han recorrido estas publicaciones al insertarse en un nuevo medio de difusión como es el digital fue producto de la necesidad de difundir los contenidos con mayor rapidez y a llegar a una mayor cantidad de público; Los formatos en los que se manejan estas revistas corresponden al formato PDF y son una copia fiel de lo que podría ser una versión impresa, aunque la tendencia actual es la de trabajar estos proyectos mediante el etiquetado XML y dar una salida multiformato (HTML, ePUB, AZW, etcétera), Los procesos de edición dentro de estas revistas también fueron modificados por la llegada de la edición digital, ya que se incorporan nuevos actores dentro del proceso editorial; como los gestores para la administración de la plataforma en la que se alojará el contenido.

Una revista digital tiene las siguientes ventajas:³⁶

- Actualización permanente de los contenidos.
- Distribución inmediata del conocimiento.
- Mayor alcance de la publicación.
- Facilidad para su consulta gracias a la indexación.
- Disponibilidad de formatos.
- Recursos multimedia.

Uno de los puntos más relevantes de este tipo de publicación lo encontramos en la manera en cómo se difunden en la red, existen diferentes plataformas que alojan una serie de publicaciones y que son de acceso abierto. Una de las más usadas es el *Open Journal Systems* (OJS) que es un software de libre acceso que aloja publicaciones académicas de todo el mundo, OJS en su sitio web se define como “un sistema de administración y publicación de revistas que fue desarrollado por *Public Knowledge Project* a través de fondos federales para expandir y aumentar el acceso a la información”,³⁷

A través de esta plataforma se encuentran diversas publicaciones periódicas que se pueden consultar gracias a que están indexadas,³⁸ mediante estos índices se pueden ubicar las publicaciones que tratan sobre la misma línea de investigación o temas parecidos; esta indexación se realiza gracias a los sistemas de marcado que ya se explicaron en el

³⁶ Información retomada de la participación de Lizbeth Luna en la *V sesión del I seminario permanente de editores de la UNAM*, 21 de enero de 2015, Instituto de Geofísica, UNAM.

³⁷ [...] is a journal management and publishing system that has been developed by the *Public Knowledge Project* through its federally funded efforts to expand and improve access to research (disponible en: <<https://pkp.sfu.ca/ojs/>>), consultado: 13 de junio 2014. [Traducción propia].

³⁸ La palabra *indexar* se utiliza en el entorno *web* como agregar un sitio a una lista o índice para su fácil ubicación dentro de un buscador.

capítulo anterior. La creación de etiquetas y metadatos con los sistemas de marcado son una de las cualidades de las publicaciones digitales y consecuencia de la llegada de la edición digital, mientras más metadatos contengan nuestras publicaciones mayor será la forma de llegar a los usuarios mediante estos índices y así compartir los contenidos de la publicación.



Figura 2.1. Ejemplo de una publicación dentro de la plataforma OJS.

El caso de las revistas académicas es de gran relevancia para el desarrollo de las publicaciones digitales; ya que son un ejemplo de como compartir contenidos por esta vía, así como, una forma de llegar cada vez a más lectores interesados en los diversos temas; es un ejemplo de la organización de plataformas para poder administrar estos contenidos ya sea en OJS o en otras, el contenido se encuentra disponible e indexado para su consulta, esto abre un panorama para la gestión de publicaciones digitales.

2.2 El libro digital

El segundo grupo más importante de publicaciones digitales es el llamado *libro electrónico* que en esta investigación llamaremos *libro digital* por las razones que ya hemos explicado en el apartado anterior; este formato de publicación es relativamente joven, hoy en día se le ha dado un mayor

Capítulo II

impulso a este tipo de publicaciones debido al avance de la tecnología y el desarrollo de los dispositivos móviles.



Figura 2.2. Repositorio SICELO donde se encuentran revistas académicas indexadas.

En primer lugar describiremos una serie de proyectos que retoman a los medios digitales como parte importante, analizaremos proyectos que se vinculan con la edición de libros digitales.

A lo largo de la historia el hombre siempre ha tenido el deseo de tener un espacio donde se pueda concentrar el conocimiento de la humanidad, por ello siempre se había hablado de las grandes bibliotecas como la de Alejandría (ca. 332 aC.), donde se albergarían libros provenientes de distintas partes del mundo y se resguardaría una serie de saberes; sobre esta idea existen varios escritos en el que se expresa el deseo de tener ese espacio donde concentrar el conocimiento de la humanidad, un ejemplo es el de Vannevar Bush quien en su artículo *As we may think* (1945) expresa que debería de tenerse un espacio donde el usuario pudiera acceder a cierta información indexada, que tuviera la posibilidad de abrir distintas ventanas que llevarán a información vinculada para consultar diversas fuentes:

[...] Un botón especial transfiere al usuario inmediatamente a la primera página del índice. Cualquier libro de su colección puede ser así traído y consultado con mucha mayor facilidad [...] dispone de varias pantallas de proyección puede ver simultáneamente varias obras. Él puede agregar a esas páginas notas al margen, comentarios, tal como si tuviera la página real frente a él [...] (Bush 1945).

En la cita anterior podemos observar una clara descripción de lo que podría ser un libro digital o también un texto en la web que nos lleve a distintos artículos relacionados a través de vínculos; lo anterior se refería al *hipertexto*, aunque no se define como tal, estamos presenciando un antecedente de lo que sería la idea de digitalizar textos.

Cuando hablamos de digitalizar nos referimos a una forma de conservación; es decir, a volver digital un diseño o una formación que ya está impresa, no a crear digitalmente la publicación; a esto lo identificamos como un *antecedente del texto digital*, esta fue una práctica muy común iniciada en los años 70 y popularizada en los años 90 con el uso del escáner.

El primer ejemplo de digitalizar textos que abordaremos tiene origen en el año de 1971 y es uno de los más importantes; se trata de un proyecto informático que tiene como base fundamental la difusión de los textos y es el *Proyecto Gutenberg*;³⁹ el cual surgió bajo la dirección de Michel Hart, que era estudiante de la universidad de Illinois, un centro que poseía una computadora Sigma V, que fue uno de los ordenadores que constituiría el Internet. Hart tuvo la idea crear un portal donde fuera posible la alfabetización mundial, y que se nutriera de los mismos usuarios; que se pudieran digitalizar obras y hacerlas accesibles para todo el mundo.



Figura 2.3. El proyecto Gutenberg es uno de los pioneros en las publicaciones digitales, es un sitio donde actualmente se pueden encontrar alrededor de 33,000 libros de libre acceso y en distintos formatos.

El primer documento del que se tiene referencia fue una copia de la *Declaración de Independencia de Estados Unidos*. El proyecto Gutenberg tiene como misión: “Ofrecer información, libros y otros materiales disponibles para un público general en formato que un amplio número de ordenadores, programas y personas puedan fácilmente leer, usar, citar y buscar”.

Este proyecto es uno de los pioneros en la digitalización de los textos ya que suben a la red diferentes libros para que se haga público el conocimiento, su descripción es: “El proyecto Gutenberg es el sitio donde puedes descargar alrededor de 33,000 libros digitales para leerlos en tu PC, iPad, Kindle, Sony e-reader, iPhone, Android o en algún otro dispositivo móvil”.⁴⁰

³⁹ Para mayor referencia el Proyecto Gutenberg está disponible en: <<https://www.gutenberg.org>>.

⁴⁰ *Project Gutenberg is the place where you can download over 33, 000 free e-books to read on your PC, iPad, kindle, Sony e-reader, iPhone, Android or other portable device.*

Capítulo II

En el párrafo anterior podemos ver reflejados algunos postulados de la sociedad de la información que ya tratamos anteriormente; a partir de la política de libre acceso⁴¹ y precursor de la edición de libros digitales. Dentro de este proyecto identificamos los primeros libros digitales, ya que los textos eran capturados por voluntarios, lo cual fue un proyecto ambicioso debido al tiempo en el que se podía digitalizar un texto, por ejemplo: “[...] El proyecto Gutenberg logra digitalizar un texto al mes en 1991, dos textos al mes en 1992, cuatro textos al mes en 1993 y ocho textos al mes en 1994” (Lebert 2009).

Este proyecto alcanzaría mayor difusión con la llegada del Internet en los años 90; convirtiéndose en un referente para la descarga de libros digitales y cuyo acervo ha crecido a través de los años debido que “[...] miles de voluntarios fueron digitalizando con paciencia cientos de obras en modo texto. Primero las colecciones eran anglófonas, pero con el tiempo se fueron haciendo multilingües, con sitios web ubicados en varios países[...].” (Lebert 2009).

Otro punto importante en el desarrollo de las publicaciones distribuidas en medios digitales se da en 1993 cuando la empresa Adobe lanza su programa *Portable Document Format* (PDF) con el que se pretende la multiplataforma; es decir poder compartir un mismo archivo en distintos ordenadores con distintos *softwares*.

Las características principales de este formato se retoman de Voutsás (2006: 67):

- Conserva el aspecto original del documento.
- Puede contener múltiples páginas en un solo archivo.
- Existe posibilidad de usar *zoom*.
- Incluye diversas opciones de desplazamiento: miniaturas, marcadores.
- Posibilita la creación de hipervínculos.
- Permite la vinculación con multimedios.
- Permite la creación de formularios.
- Incluye opciones de seguridad.
- Tiene texto reconocible y editable (incluye el modo OCR).
- Incluye la posibilidad de incorporar comentarios y notas.

A la fecha este formato es usado por excelencia ya sea para compartir archivos, mandar a prensa y publicar una obra, pero el punto importante que tratamos en este apartado es digitalizar un texto. Al ha-

⁴¹ La política libre acceso (*open Access*) se refiere al acceso a repositorios o publicaciones sin la necesidad de registro o suscripción con pago; es decir que los textos completos se encuentren disponibles en línea. Esta política se impulso a partir de distintos foros como: La iniciativa de Budapest (2002), La Declaración de Bethesda sobre acceso abierto (2003) y La Declaración de Berlín sobre acceso abierto (2003).

blar del formato PDF debemos resaltar en que un libro en este formato puede ser un medio para la salida a prensa más no es un libro digital —a diferencia de los libros del *Proyecto Gutenberg* los cuales eran capturados digitalmente—. En numerosas ocasiones algunas editoriales venden la promesa de libros digitales y desafortunadamente lo que ofrecen es un archivo en este formato que como ya dijimos es el medio por el cual se manda a prensa la formación editorial pero no tiene las cualidades necesarias para ser llamado libro digital.

Otro proyecto interesante y a que nuestro parecer es uno de los detonantes de la rápida popularización de los libros digitales es el de Google Book Search, que comenzó una digitalización de textos en octubre de 2004; Google acudió a los acervos más importantes de publicaciones impresas que fueron las bibliotecas universitarias, ofreciendo las versiones digitales de textos completos de manera gratuita en Internet (Darnton 2009: 28). Este hecho es de suma importancia ya que nadie hasta ese momento se había interesado en digitalizar el conocimiento acumulado en una biblioteca; aquí es cuando podríamos decir, ¿pero lo hacía ya el proyecto Gutenberg desde 1971?, la respuesta es sí, ellos ya digitalizaban textos, pero los dos proyectos tienen finalidades distintas.

Retomando lo anterior, podemos decir que el *Proyecto Gutenberg* realiza una labor de “alfabetización mundial” algo parecido a lo que Robert Darnton menciona como *La república de las letras del siglo XVIII*⁴² tiene un fin no lucrativo; mientras que el proyecto de Google Book Search tiene una estructura más comercial, es decir, la idea del proyecto era digitalizar los libros y ponerlos a disposición del público por medio de una suscripción; esta empresa no vendería libros si no que vendería el acceso a la información; una contraparte al proyecto Gutenberg.

Este proyecto de la empresa Google causó gran revuelo dentro de la industria editorial sobre todo entre los editores, ya que muchos de los textos que comenzó a digitalizar aun tenían vigentes los derechos de autor. Robert Darnton (2009: 29) nos relata el problema sucedido entre Google y los editores:

Google comenzó también a digitalizar más y más libros, de estas bibliotecas, protegidos por derechos de autor, con el fin de ofrecer a sus clientes un servicio de búsqueda que mostraba breves extractos de los textos. En septiembre y octubre de 2005 un grupo de autores y editores presentó una demanda colectiva contra Google por violación de los derechos de autor, el 28 de octubre de 2008 tras largas negociaciones mantenidas en secreto,

⁴² A propósito de la república de las letras del siglo XVIII; es mencionada por Robert Darnton en su libro *La gran matanza de Gatos y otros episodios en la historia de la cultura francesa* (148-191 pp.) en el hace referencia a que esta república tenía la meta fundamental de la difusión del conocimiento.

Capítulo II

ambas partes anunciaron que habían llegado a un acuerdo [...] El acuerdo crea una empresa llamada *Book Rights Registry*, que representa los intereses de los titulares de los derechos de autor.

Lo anterior nos describe como el negocio de la digitalización de los textos comienza dar sus primeros pasos, la industria editorial volteó a ver el medio digital gracias a la iniciativa de esta empresa y comenzó lo que muchos autores describen como la “crisis del sector editorial” y el interminable debate acerca de que “el libro impreso ha muerto”.

En varias ocasiones hemos escuchado decir que el libro impreso desaparecerá y que el libro digital tomará su lugar, En México por ejemplo se ha organizado el *Simposio Internacional del Libro electrónico*, donde en sus tres ediciones (2011-2013) se trataron distintos aspectos sobre este nuevo soporte, sobre el papel de los editores en la era digital, el éxito de las publicaciones digitales del catálogo de la editorial Gallimard en Francia; pero también ese temor en la industria editorial de que las ventas del libro impreso bajen y sea el libro digital el que tome su lugar, además del problema de la desigualdad de precios entre lo impreso y lo digital, sumado los problemas de derechos de autor.

El libro digital no hará desaparecer al libro impreso; en ese sentido podemos citar a Robert Darnton [2007, 15 (2): 165]:

[...] Esta historia, grande como es, no necesariamente tiene un final feliz. La industria de la edición pasa en estos momentos por una crisis. No quiero unirme a los profetas de la perdición quienes han anunciado ‘la muerte del libro’, porque el libro a menudo ha sido declarado muerto y está mucho más vivo”.⁴³

Si nos remontamos en la historia del libro podemos observar que distintos formatos han coexistido a través de la historia, el papiro y el *codex* coexistieron por una larga época; y hasta nuestros días aún existen rollos de papiro que se utilizan en prácticas religiosas. Por esto podemos asegurar que no es válido el pensar que uno desplazará al otro, hoy en día coexisten los libros impresos y los digitales; pero cada uno tiene características propias, elementos que lo impreso y estático no nos podría dar, por ello cada uno tiene su lugar en el circuito de la comunicación. Lo relevante al hablar del libro digital es observar que éste es un producto del desarrollo tecnológico así como lo fue el libro impreso gracias al invento de Gutenberg. a Kovac (2008: 38) nos expone: “La verdadera diferencia entre la cultura de lo manuscrito y lo impreso estaba oculta en el hecho de que el desarrollo de la tecnología de

⁴³ *That story, great as it does not necessarily lead to a happy ending. The publishing industry is now going through a crisis. I don't want to join the prophets of doom who have announced 'the death of the book,' cause that the book has been declared dead so often that it must be very much alive.* [Traducción propia].

impresión puso a disponibilidad una cantidad sin precedentes de textos que vieron el mismo problema desde diferentes ángulos”.⁴⁴

El impacto que tuvo la imprenta en la Europa del siglo xv fue a tal grado que difundió el conocimiento y colocó al libro como uno de los medios de comunicación más importantes hasta nuestros días; pero todo esto se basó en la tecnología de la información de esa época, hoy en día se vive una forma diferente de transmitir la información pero sobre todo la velocidad en que esta se comparte, en palabras de Kovac (2008: 33): “la búsqueda de información en la era digital no es muy diferente a la época de la imprenta, la única diferencia es el volumen de información y la velocidad de acceso”.⁴⁵

Así volvemos a lo que explicaba Manuel Castells; quien señala que en esta era existe una cantidad impresionante de información y que esta se transmite a gran velocidad; es por ello que el libro digital va ganando terreno en la industria editorial, debido a sus posibilidades de transmitir la información de una manera diferente a los impresos, e incluso de una manera más rápida.

Después de retomar estos proyectos que impulsaron la digitalización de los textos y el surgimiento del libro digital, debemos definir lo que es un libro digital; cuando hablamos de estas publicaciones nos referimos a las que cuyo proceso de edición se realizó por medios digitales; que contienen *texto digital*, elementos dinámicos hipertextuales e hipermediales, se distribuye de manera electrónica a través de algún formato y que puede ser leído ya sea en una computadora, *e-reader* o tableta.

Analizando esta definición encontramos que un libro digital se desarrolla mediante un proceso de edición y que se encuentra empaquetado en un formato digital para su distribución.

Uno de los debates más recurrentes que se ha llevado a cabo en distintos foros es establecer la definición del libro digital, marcando las diferencias con el libro impreso, existe una clara tendencia a reducir al libro digital como una versión idéntica del modelo impreso; lo cual es incorrecto. A continuación se expondrán una serie de argumentos que nos ayudarán a desechar esta tendencia.

El principal problema a enfrentar es que nos encontramos con definiciones muy pobres de lo que significa un libro, la UNESCO define el libro como “[...] una publicación impresa no periódica que consta como mínimo de 49 páginas, sin contar las de la cubierta” (Delavenay 1974: 9), asimismo la Real Academia de la Lengua Española lo define como “[...] conjunto

⁴⁴ *The real difference between the manuscript and print cultures was hidden in the fact that the development of the printing technology made available unprecedented quantities of texts that viewed the same problem from different angles.* [Traducción propia].

⁴⁵ *The search for information in the digital age is not much different from the print age, the only differences being the volume of information and the Access speed.* [Traducción propia].

Capítulo II

de muchas hojas de papel u otro material semejante que, encuadernadas, forman un volumen”.

Las definiciones anteriores nos dejan ver que una forma convencional de definir al libro es por su presentación física, específicamente como un *Codex* por lo cual otra forma de presentar un libro queda eliminada. Debemos recordar que el libro no siempre tuvo esta presentación. No olvidemos que el rollo de papiro era utilizado antes del formato *Codex*; Miha (2004: 14) expone que “el *Codex* comenzó a reemplazar al rollo como formato dominante para almacenar información con la aparición del Cristianismo, entre los siglos I y IV”, posteriormente con el desarrollo de la imprenta y el papel se adoptaría el formato *Codex* —hojas pegadas, unidas y encuadernadas— como la forma tradicional de un libro, la cual ha quedado en nuestra mente hasta el día de hoy.

Es por ello que cuando nos referimos a ¿Qué es un libro? lo primero que nos viene a la mente son sus características físicas y es porque estamos muy acostumbrados a referirnos al libro como objeto, sin embargo, existen distintos teóricos como Bhaskar (2013) quien argumenta que el libro es algo más complejo que un objeto físico y que debemos de tomar este como texto, como algo que nos aporta experiencias y no como un objeto.

Este análisis nos hace ver que el libro es más un concepto que un objeto, es decir, es una idea en la que se vierte un contenido y el cual es un concepto muy abierto ya que puede enmarcar distintas variantes ya sean físicas o digitales; Ribeiro (2016: 871) nos dice que “tal vez lo que no sea abierto sea la idea de Códice, que a ciertas alturas de la historia editorial, pasó a ser sinónimo de libro, pero que nuevamente parece dejar de serlo”.

Cuando surgieron los primeros libros digitales se les denominó así debido a que se asemejaban al libro impreso, es decir, reproducen ciertas características que tienen los libros como lo son la portada, el folio, las cornisas y en algunos formatos hasta la sensación del paso de la hoja. Aunque no debemos dejar de lado que contienen una estructura diferente y que presentan elementos propios del medio digital.

Uno de los grandes debates acerca de esta presentación es que un tipo de libro digital se asemeja mucho a la presentación del impreso y no va más allá ni transgrede la concepción de lo que podríamos encontrar en una edición impresa; Galina (2016: 834) expone que:

[...] Los libros continúan con la metáfora de la página, manejan portada, índices, tablas de contenidos e imágenes fijas. Adicionalmente han incluido algunas herramientas propias del texto digital, como búsquedas, hipervínculos, copiado, entre otros. Sin embargo, en general no se desvían mucho de la forma del impreso.

Estas características que reproducen como metáforas de los elementos del libro impreso en el medio digital son las que lo han encasillado en este término; pero no debemos dejar de lado que el contexto en el que estos nacieron es totalmente editorial; por ello se les ha denominado así. No obstante al encontrarnos en el medio digital debemos observar hacia el interior de los libros digitales, ya que contienen características que nunca podrán tener los impresos, con esto nos referimos a los *meta-datos*, a las búsquedas y en proyectos más enriquecidos a los elementos multimedia. Cope y Kalantiz (2006: 192) nos explican más puntualmente lo anterior: “[...] los libros son textos extendidos construidos de escritos, algunas veces ayudados de elementos visuales, y como tal pueden ser definidos por la estructura de sus dispositivos. Un libro necesita definirse no como un producto, sino como una arquitectura de la información”.⁴⁶

Retomando lo anterior es necesario entender que la concepción del libro va más allá de su presentación y por tal es conveniente referirnos a lo que Bhaskar (2013: 113) expone como la creación de marcos; el autor comenta que el contenido siempre está separado de la presentación, por ello es necesario la creación de marcos para modelar el contenido. Estos marcos tienen las siguientes características:

- Añaden aspectos subjetivos de nuestra experiencia con los medios están contemplados desde el principio.
- Son flexibles, es decir lo digital no elimina los contenedores, solo los cambia; los marcos nos permiten movernos con flexibilidad entre todos esos formatos, y apreciar puntos en continuidad.
- Todos los marcos cuentan con no poca especificidad, es decir no se habla de un solo elemento, un marco puede ser un libro, la red o una descarga.

La importancia de mencionar esta forma de ver los marcos nos ayuda dejar de lado la idea de que el libro es un objeto, además que al adentrarnos en el medio digital nos damos cuenta que un original no necesariamente está destinado a un solo formato, sino que puede llegar a publicarse en varios, esto dependerá del marco en el que se inserte el contenido.

La característica principal de un libro digital reside en que está conformado por *Texto Digital*; este concepto lo retomamos de lo que Lucía (2012: 121) expone de la siguiente manera:

[...] Se pueden entender los textos digitales como capas de información matemática y humana de la información, que combinados, forman lo que

⁴⁶ [...] *Books are extended texts built with writing, sometimes aided by the visuals, and as such can be defined by their structural devices. A book needs to be defined, not as a product, but as an information architecture.* [Traducción propia].

Capítulo II

percibimos como “texto”. Definiremos entonces el “texto digital” como el texto cuyo proceso de difusión consiste en la codificación de la información por los lenguajes artificiales y que se presenta materialmente como información lingüística codificada matemáticamente y representada con una forma de escritura humana legible.

Podemos decir que la “materia prima” de estas publicaciones es el texto digital que como nos dice Lucía (2012) tiene dos vertientes; la primera que a simple vista es una representación de los grafismos para componer un texto a partir de las representaciones sígnicas y es interpretado por el lector de igual forma que el texto impreso; la segunda vertiente es lo que se encuentra detrás de esta representación, que es una capa informática que no se ve representada pero que a través de algoritmos matemáticos se desarrollan para que podamos leer ese texto.

Éste es uno de los elementos primordiales de un libro digital, es por ello que podemos identificar a la digitalización de textos por medio de escaneo como un antecedente más no como un libro digital, ya que para considerar que un libro es digital debe estar compuesto de “texto vivo”, ya que esta característica definirá una de las cualidades propias del soporte y que es la posibilidad de poder recuperar información específica dentro de los textos por medio de los sistemas de marcado que generan los *metadatos*.

2.2.1 Tipologías del libro digital

Existen distintos tipos de libro digital, no todos son iguales o sirven para los mismos objetivos. Una de las grandes desventajas es que encontramos demasiadas variantes de libro digital y es por ello que es difícil su definición; Crawford (2000) establece una clasificación la cual retomaremos:

- Dispositivos electrónicos propietarios e-book: los dispositivos de equipamiento portátiles dedicados expresamente a la lectura tales como la marca librié de Sony, Gemstar, Viewsonic, ebookman de Franklin, HP, etcétera el cual el contenido es transferido en formatos propietarios típicos a este tipo de lector;
- e-books abiertos: el estándar basado en XML que permite que cualquier texto resida sobre cualquier lector protegiendo a la vez los intereses de los editores. Los potenciales dispositivos incluyen computadoras personales, portátiles, de mano y los anteriormente mencionados dispositivos propietarios e-book;
- Libros electrónicos gratuitos o libres: copias digitales de libros de dominio público por haberse terminado la vigencia de sus derechos o porque así fueron entregados expresamente por sus

autores, tales como aquellos disponibles a través de la Biblioteca del Proyecto Gutenberg. Estos están libres para transferir, imprimir, copiar o circular.

- Pseudolibros: Títulos comprados por bibliotecas o consorcios y prestados a usuarios externos para ser transferidos a sus propias computadoras personales. Solamente un usuario puede “tomar prestado” un título a la vez, a menos que la biblioteca haya pagado por más de una copia;
- Libros instantáneos o *instabooks*: libros impresos y encuadernados bajo demanda expresa provenientes de textos digitales totalmente pre marcados para impresión o imágenes de páginas escaneadas y almacenadas digitalmente por compañías como *Lighting source* o *replica books*. Estos libros se obtienen por medio de un pago o cuota;
- Los no exactamente libros: los textos de longitud media —novelas o novelas cortas— tales como la novela de Stephen King *the bullet*, que fueron creadas expresamente para ser distribuidas en la red, sin un antecedente impreso, e imitando la presentación física de una novela, normalmente como archivos PDF;
- Autopublicaciones o e-vanidades: libros publicados personalmente por individuos en la web;
- E-libros preweb: libros publicados sobre CD-ROM o disquetes
- E-libros extendidos: [...] estos van más allá de las características típicas de los libros impresos con abundantes innovaciones, ofreciendo textos “buscables”, hipertextos, multimedios y elementos interactivos.

Dentro de esta lista podemos encontrar una tipología para cada caso de libro digital; el primer punto que se aborda este listado es el más común en los inicios de los libros digitales.

Comenzaron a desarrollarse dispositivos electrónicos en los cuales se podían leer libros digitales, estos se desarrollaron en formatos que solo podían ser leídos por cierto dispositivo. El *formato propio* como se le conoce a este tipo de publicaciones; es una forma de asegurar que los libros que se lean en el dispositivo serán adquiridos en la tienda de la marca que lo distribuye.

El *formato propio* es uno de los tipos más comunes para la distribución de los libros digitales; en algunas librerías se pone a la venta este dispositivo junto con una serie de títulos que están desarrollados dentro de la plataforma propia. Este modelo de negocio de publicaciones digitales lo desarrollan por medio de las marcas que lanzan su producto junto con una tienda para adquirir las publicaciones.

Los *e-books* abiertos son un caso más interesante ya que están basados en el lenguaje XML; lo que nos remite a la importancia del desarrollo

Capítulo II

de la edición digital pero sobre todo de los sistemas de marcado que surgieron a partir del desarrollo tecnológico en el campo de la edición. Este tipo de libro digital es más flexible ya que por su naturaleza está estructurado a partir de metadatos; es decir se estructuran los datos que pueden ser buscados dentro del fichero gracias al marcaje que se hizo durante la edición. Este formato también beneficia los intereses de los editores en cuanto a derechos de autor incorporando una serie de candados como el DRM para evitar realizar una copia no autorizada.

Otra de las ventajas de este tipo de libro digital es que es compatible con los dispositivos móviles; los libros electrónicos gratuitos; estos los encontramos en muchos sitios en la red y en las principales tiendas de publicaciones digitales; estos libros al ser de dominio público se encuentran en la ventaja para ser compartidos, muchos de ellos se descargan de manera gratuita, ya sea en algún sitio como en el Proyecto Gutenberg; así como, en algunos quioscos se encuentra de manera gratuita en un formato de *e-book* libre para que pueda ser leído en cualquier dispositivo, es lo que podemos llamar multiplataforma.



Figura 2.4. Un formato multiplataforma es el ePUB, ya que se encuentra desarrollado mediante estándares como HTML y XML.

Un libro digital multiplataforma es lo que nos interesa en esta investigación; ya que al poder leerse en diversos dispositivos, amplía la posibilidad de llegar a más usuarios sin importar el tipo de dispositivo móvil que utilicen. La idea de la multiplataforma se trabaja en el libro digital desarrollando un formato estándar; aun queda mucho camino por recorrer, ya que algunos libros de formato propios desarrollan más elementos sobre todo a nivel gráfico ya que se diseñan para una sola

plataforma; la desventaja de la multiplataforma es que el mismo formato debe ser leído en distintos dispositivos.

Las tipologías restantes pertenecen más al campo de las bibliotecas digitales o a los precursores del libro electrónico como las publicaciones en CD-ROM; por ello no profundizaremos en su análisis.

Los formatos propios, los *e-books* abiertos y los libros electrónicos gratuitos son los tres tipos más comunes de libro digital. Tal vez los más populares son los gratuitos debido a su facilidad para compartir ya que no contienen candados como el DRM y son de libre acceso. Finalmente en el siguiente apartado hablaremos sobre las plataformas que existen y las características de los libros digitales.

2.2.2 Plataformas

Uno de los principales temas en torno al libro digital es la cuestión de las plataformas en las que se desarrollan los contenidos digitales para su distribución. El diseño de una publicación digital está ligado a un modelo de negocios; es decir el proyecto del desarrollo de la edición se encuentra planeado a partir de un estudio de mercado y una evaluación de los posibles compradores; un análisis del usuario. Estos estudios se suman a la decisión editorial.

Un formato corresponde a la forma en la que nos es entregado el producto digital; en este caso se puede tratar de un archivo empaquetado para que pueda ser leído por un dispositivo electrónico; he ahí el verdadero negocio de la edición digital, vender el formato específico que posteriormente requerirá de un dispositivo de lectura que también deberá comprar el usuario.

Como habíamos planteado anteriormente cuando enumeramos las tipologías de libro digital; la primer categoría correspondía a los *libros de formato propio* y justo nos referimos a ellos cuando hablamos de plataformas. Este tipo de libros digitales los encontramos distribuidos por alguna corporación que ha desarrollado el dispositivo móvil para su lectura.

Al entrar en el terreno de las plataformas debemos diferenciar dos cosas; la primera es hablar del formato que quiere decir la forma en como se empaquetó la publicación y que corresponde a la extensión del fichero que finalmente es lo que descargamos de las tiendas en línea, y otra el tipo de dispositivo electrónico que es donde visualizaremos la publicación; a su vez estos se dividen en tres grupos importantes: los PDA, los *e-readers* y las tabletas.

Comencemos por los formatos; más populares en el mercado de la edición digital que retomamos de Arévalo *et al.* (2013). Los formatos propietarios son los siguientes:

Capítulo II

- Amazon Kindle con su extensión AZW: se trata del formato diseñado por Amazon para dar soporte al lector de libros Kindle. Está basado en el formato MobiPocket con una pequeña diferencia en el esquema del número de serie (utiliza un asterisco en lugar de un signo de dólar). Tiene su propio formato DRM

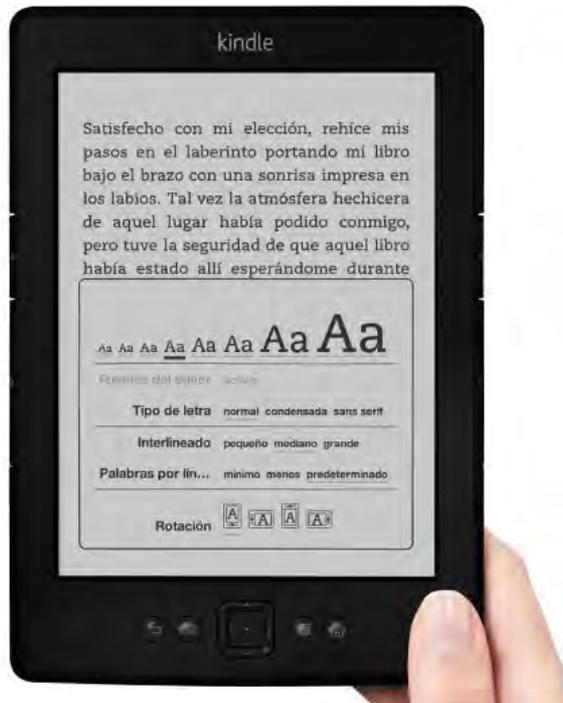


Figura 2.5. Amazon y su lector Kindle cuyo formato AZW es un tipo de libro digital de formato propietario.

- Archos Diffusion con su extensión AEH: es el formato desarrollado por Archos Diffusion para el Archos reader está basado en XML y emplea DRM propietario y métodos de cifrado para ser reproducidos en reproductores propios;
- Broad Band eBook (BBEB) con su extensión .lrf o .lrx: es un formato propietario de Sony que se ha utilizado como formato protegido con sus lectores, como el PRS-600 y el PSR-300. Dejará de existir en breve y todo el fondo de Sony será pasado a ePUB. Los ficheros XML editables que siguen la especificación BBEB Xylog XML. Este fichero fuente se compila y se comprime en ficheros LRF (no cifrados) y LRX (cifrados para aplicar DRM). Como fichero LRS es público, se distribuyen los libros en formato LRF y LRX propietarios
- Microsoft LIT, con su extensión .lit: es el formato propietario que creó Microsoft en el año 2000. Es uno de los formatos más antiguos actualmente en desuso. Se diseñó para ser leído con el software de lectura Microsoft Reader, que es una aplicación de distribución gratuita para su uso con PDA y PC en un entorno

Windows. Los ficheros disponen de protección DRM. La compañía ha anunciado su desaparición a partir del 31 de agosto de 2012;

- eReader Palm Data Bases con extensión .pdb: es el formato de Palm Digital Media, con un buen soporte por parte de los smartphones y PDA ya que hay versiones del software de lectura para iPhone, Android, PalmOS, Symbian, Blackberry, Windows Mobile, etcétera. El formato permite el empleo de marcadores de notas a pie de página. Barnes & Noble anunció en 2009 que el formato eReader sería el formato de sus libros electrónicos, aunque no lo está en Barnes & Noble Nook Color. Los dispositivos Palm Reader utilizan un formato específico pml (Palm Markup Language);

Los formatos abiertos son:

- ePUB: es un formato estándar abierto desarrollado por el IDPF (International Digital Publishing Forum). Se compone de una estructura XML basada en tres estándares de código abierto como son Open Publication Structure (OPS), Open Packaging Format (OPF), y Open Container Format (OCF), en su versión 3.0 ya existen del tipo maquetación fija (Fixed Layout) que permite incorporar un diseño fijo y elementos multimedia.
- DAISY-ANSI/NISO Z39.86 Digital Accesible Information System: es un estándar basado en XML utilizado en bibliotecas que atienden a personas con discapacidad y mantenido por el consorcio DAISY. Ha sido adoptado en Estados Unidos como el estándar de accesibilidad para materiales educativos (NIMAS), en la actualidad ha adoptado el estándar ePUB 3.0.
- MobiPocket: se basa en el estándar Open eBook utilizando el subconjunto XHTML. Puede incluir JavaScript y marcos (*frames*). También soporta consultas nativas SQL y puede funcionar como un modelo e datos integrados. Originalmente lo desarrollo la empresa francesa Mobipocket, que posteriormente fue comprada por Amazon. En los e-Books desprotegidos no hay diferencia entre los Mobipockets que son para el Kindle y los que no. En los e-books protegidos hay un "Check" que al estar activado solo permite leer los e books activados para el Kindle.

2.2.3 Interactividad

Una de las cualidades del libro digital es que a diferencia del libro impreso contiene elementos dinámicos que bien pueden reforzar la información que presenta o ser un valor agregado al contenido; otro aspecto importante es el desarrollo de una planeación de la interfaz para que el usuario pueda tener una interacción con los contenidos digitales.

Capítulo II

Una interfaz es la forma en como se establece la comunicación entre una persona (usuario) y una computadora o hablando en términos más de un entorno del libro digital; el dispositivo electrónico. La planeación de la interfaz es fundamental para que nuestra publicación tenga éxito. El usuario debe comprender como se utiliza la publicación a simple golpe de vista; el usuario no tiene tiempo de aprender cómo se navega por nuestra publicación, la interfaz debe ser intuitiva.

Esta se divide en dos aspectos que según Galina y Ordoñez (2007: 52) son las siguientes:

- Diseño de usabilidad: se basa en la cantidad y tipos de componentes con que podrá interactuar el usuario asimismo determinar la manera cómo estos se utilizarán —texto, menús, hipervínculos dentro del texto, imagen, sonido, video o animaciones interactivas.
- Diseño Visual: forma visual que tendrán los diversos componentes que se le presentarán al usuario y la distribución que tendrá en la pantalla—color, tipografía, creación de botones, íconos, etcétera.

Resuelta la planeación de la interfaz y la estructura de navegación dentro de un libro digital, podemos mencionar uno de los aspectos más importantes de este tipo de publicaciones y se trata de su cualidad hipertextual.

El hipertexto es un elemento propiamente del entorno web, muy ajeno a la tradición del diseño editorial; si bien se han escrito y publicado de manera impresa obras que imitan la relación hipertextual, yendo de una sección a otra como si se abrieran distintas pantallas dentro de un navegador, pero finalmente no cumplen la misma función y tiene las cualidades que ofrece la edición digital.

El término *hipertexto* fue acuñado por Ted Nelson en su obra *literary Machines* en el año de 1967, Nelson desarrolló una nueva forma de escribir en un medio electrónico, ya que no se pudo estructurar de la misma manera el discurso como en los medios impresos; esta idea del hipertexto como ya mencionamos viene de las planteadas por Bush, como lo explica Vandendorpe (1999: 114) “desde antes de la aparición de la computadora, Nelson buscó realizar el sueño de Vannevar por el medio de un sistema informático que bautizó como Xanadú”⁴⁷

Xanadú que es “el lugar donde se asienta el palacio de Kublai Kan, que aparece en un poema romántico inglés de Coleridge, y él lo inter-

⁴⁷ Dès avant l'apparition de l'ordinateur personnel, Nelson a cherché à réaliser le rêve de Bush au moyen d'un système informatique qu'il a baptisé Xanadu (Vandendorpe 1999: 114). [Traducción propia].

preta como ‘ese lugar mágico sitio de la memorial literal donde nada se pierde nunca’. Y no se pierde porque todo está relacionado, enlazado, de tal modo que los textos tradicionales pueden convertirse en hipertextos, dar un salto a la nueva tecnología en el momento en que es posible ‘que el texto se enlace con otros permitiendo, de este modo, diversas elecciones del lector, que él puede elegir a partir de un monitor interactivo’” (Lucía 2012).

Este concepto de hipertexto sería retomado años después en el desarrollo de la red mundial (*World Wide Web*), dando la posibilidad de ir de una información a otra relacionada con simplemente dar un clic en el hipervínculo. Esto revoluciona en cierta medida la forma en que se estructura la información; en un entorno web plantea la navegación, este elemento característico es un recurso heredado a las publicaciones digitales y en específico al libro digital; es por ello que nuestro objeto de estudio se sitúa en la intersección del diseño editorial y el diseño web.

En el hipertexto se presentan distintos niveles de información por las cuales el usuario puede navegar y este lo llevará de un sitio a otro, ya que la información se encuentra encadenada; esta cualidad del libro digital se logra gracias a las etiquetas desarrolladas por los sistemas de marcado (SGML, HTML, XML), esto se asemeja a una estructura de árbol ya que “dentro del hipertexto los diferentes bloques de información pueden constituir muchas islas distintas y autónomas accesibles para el lector dentro de una misma ‘página’ o dentro de páginas separadas”(Vandendorpe 1999:115).⁴⁸

Esta manera de presentar la información ayuda a la rápida recuperación de datos, pero existen diversas formas de organizar los enlaces hipertextuales, en esta investigación retomamos las que expone Vandendorpe (1999: 114-119) y se dividen en:

- Selección: es el caso más común de hipertexto, consiste en una serie de entradas que crea una lista de palabras que son etiquetadas para poder ser recuperadas; ya sea mediante su escritura en un buscador o referenciadas dentro del cuerpo de texto mediante la aplicación de un color, a este tipo de hipertextos Vandendorpe les llama *hypermots* (hiperpalabras). Esta forma de hipertexto es lo que se asemeja al “ideal borgiano de ‘senderos que se bifurcan’”.⁴⁹
- Asociación: el lector elige los conceptos que desea encontrar dentro de la publicación y navega por los contenidos “dejándose guiar por las asociaciones de ideas que surgen en el hilo de su navegación y de los enlaces que le son propuestos. Este modelo

⁴⁸ *Dans un hypertexte, les divers blocs d'informations peuvent constituer autant d'îlots distincts et autonomes accessibles par le lecteur dans une même 'page' ou dans des pages séparées* (Vandendorpe 1999: 115). [Traducción propia].

⁴⁹ “[...] l'idéal borgésien des "sentiers qui bifurquent" (Vandendorpe 1999: 116). [Traducción propia].

Capítulo II

es el típico de la enciclopedia”.⁵⁰ este tipo de hipertexto se encarga de agrupar la información y nos lleva a contenidos relacionados a un tema específico, así el usuario puede recuperar información de una materia concreta.

- Asociación contigua: en este tipo de hipertexto los contenidos se encuentran de forma secuencial, muy parecido a la de los medios impresos “corresponde a la transportación simple del formato *codex* al formato electrónico”. En este caso podemos encontrar los hipertextos dentro de los índices o tablas de contenido y cada uno nos llevará a las diferentes páginas del fichero donde se encuentra la información buscada.
- Estratificación: es el más complejo de todos los casos aquí mencionados, se trata de un hipertexto que se mueve dentro de diferentes capas de información, se sirve de la jerarquización de los contenidos y permite ofrecer al lector datos de diversas fuentes dentro del mismo soporte; es decir es como si se tuviera muchos libros en un solo libro. Como lo expone Vendendorpe: “el usuario de tal hipertexto podría moverse de una ventana principal donde pasará las hojas, siempre teniendo la posibilidad de abrir en paralelo una o varias ventanas secundarias[...]”.⁵¹

El hipertexto es una de las características fundamentales de una publicación digital, por medio de él se puede enlazar información o agregar datos, esta estructura basada en las ideas de Nelson revolucionó la forma en como se presentan los contenidos de manera digital. Una publicación digital debe planearse mediante estos recursos, es decir, la forma en cómo se estructura la información debe obedecer a un esquema basado en este tipo de recursos no se debe pensar que la misma estructura que tiene el escribir para medios impresos sirve para el entorno digital.

Lo anterior nos lleva a analizar las nuevas formas de lectura que tiene el libro digital y es que debido a la inclusión de elementos hipermediales; se ha modificado la forma tanto de creación como de presentación de los contenidos.

2.2.4 Formas de lectura

La llegada del libro digital como medio de comunicación trajo consigo una posibilidad de modificación en los hábitos de lectura. Roger Char-

⁵⁰ [...] *en se laissant guider par les associations d'idées qui surgissent au fil de sa navigation et de liens qui lui sont proposés. Ce modèle est typique de l'encyclopédie.* (Vendendorpe 1999: 117). [Traducción propia].

⁵¹ *l'usager d'un tel hypertexte pourrait se déplacer dans une fenêtre principal où il ferait tourner des pages, tout en ayant la possibilité d'ouvrir en parallèle une ou plusieurs fenêtres secondaires[...]* (Vendendorpe 1999: 118). [Traducción propia].

tier nos habla que las tecnologías y en concreto que la llegada del texto digital ha modificado la forma en como se concibe la lectura y también la forma en como se escribe para medios digitales; nos dice que “[...] la transformación de los puestos de trabajo en las empresas, con la introducción de la computadora, debe ser estudiada, de la misma manera como hay estudios sobre lo que cambió con la máquina de escribir y cómo nuevos oficios se definen y desaparecen, o como se establece una nueva jerarquía de las tareas” (Chartier 1999: 213).

Las nuevas tecnologías transforman el modo de hacer las cosas, por ello la llegada de un nuevo formato con distintas posibilidades como lo es el libro digital, llegó para revolucionar la forma de lectura; llamaremos a la lectura habitual del libro impreso un tipo de lectura lineal secuencial que el lector realiza,⁵² esta modificación de la lectura se debe a que el nuevo soporte ofrece diferentes posibilidades en el desarrollo de contenidos.

Dentro de los libros digitales se realiza un tipo de lectura diferente; en este ámbito el usuario que deja de ser lector realiza una lectura no lineal, en la que el al asumirse como dueño de la publicación puede navegar por el contenido de manera libre gracias a las herramientas interactivas del hipertexto y de la hipermedia.

La posibilidad de elegir el contenido que el usuario leerá otorga una gran cantidad de opciones para navegar dentro de un mismo contenido; a esto se le ha llamado narrativa hipertextual, Perla Sasson-Henry en su libro *Borges 2.0* explica sobre el poder que tiene el usuario de elegir entre distintas formas de leer un texto.

Las nuevas formas de lectura que desarrolla el libro digital están muy ligadas con la forma en cómo se escribe para estos medios digitales; un autor que escribía anteriormente en papel solía tener el recurso de la narrativa lineal, una historia que nos cuenta de principio a fin; las nuevas formas de escritura en medios digitales son: la *crossmedia* y la *transmedia*.

La narrativa *transmedia* es una escritura que utiliza los medios multimedia para contar una historia o dar a conocer una información; es una historia contada de diferentes maneras utilizando recursos de la hipermedia. No se trata de enriquecer el contenido con los elementos multimedia como audio, video, *podcast* etcétera, si no que se trata de una historia que se expande por diversas plataformas. Arévalo nos dice que “No se trata de añadir extras, puesto que cada medio forma parte de la historia aportando una experiencia de lectura diferente. Los lectores hacen suya la historia y la transforman en múltiples obras derivadas”

⁵² En estos momentos pedimos al lector que ponga atención en que dentro del entorno impreso llamamos lector a quien está destinada la obra; posteriormente descubriremos que en entorno del libro digital dejaremos de utilizar la palabra lector para convertirlo en el usuario.

Capítulo II

El desarrollo de esta narrativa de nuevo modifica la estructura del flujo de trabajo de la edición; ya que al desarrollar contenidos transmediales se debe de trabajar en conjunto multidisciplinariamente. El autor debe trabajar en conjunto con el editor pero este a su vez con todo un equipo de trabajo que debe desarrollar las plataformas multimedia, y que va más allá de lo que tradicionalmente podría ser solo un departamento de diseño editorial. La creación de estas publicaciones viene a redefinir la planeación de los proyectos y los procesos de creación y de edición.

La segunda forma narrativa que surge con los libros digitales es la *crossmedia* que difiere de la *transmedia* en algunos matices Arévalo lo describe de la siguiente manera: “[...] se tiende a distinguir entre los diferentes canales y plataformas de contar una misma historia (*transmedia*) al cambio, cruce o liberación entre distintos formatos de una misma historia —del corto a la película, de la película al teatro, un protagonista de un libro a uno de un cómic, etc. —(*crossmedia*)”. (Cordón 2013:46).

2.3 El ciclo de vida del libro digital

2.3.1 El nuevo modelo de estudio del libro de Thomas R. Adams y Nicholas Barker

Para entender como es que se han desarrollado las publicaciones a través de la historia es necesario estudiar el comportamiento de la edición durante los distintos momentos que esta ha vivido; es por ello que una línea de investigación está dedicada a encontrar esta historia de los libros.

Esta corriente desarrolla el estudio del libro en diferentes disciplinas; desde la procedencia de los materiales con los que esta hecho el libro, el estudio de los medios de impresión, la encuadernación; también se desarrollan investigaciones sobre el origen y desarrollo de las ediciones, es decir, si una edición original fue cambiando a través del tiempo.

Dentro de esta área de estudio llamada *Bibliología* encontramos a diferentes teóricos que nos muestran modelos para poder llevar a cabo el estudio de la historia de estos; uno de los más importantes es Robert Darnton, quien desarrolló un modelo al que nombró *circuito de la comunicación* para analizar las etapas de vida de una publicación.

¿Qué es la historia de los libros?⁵³ es un artículo que Robert Darnton publicó en 1982 donde habla sobre el nuevo campo de los histo-

⁵³ El título original es “What is the history of books?” Y fue publicado en *Deadalus* en el verano de 1982 : 65-83; de igual manera existe una versión en español en la edición de editorial trama del libro de Darnton *Las razones del libro* (2010: 177-204) que es la edición que se consultó en esta investigación.

riadores del libro y cuál puede ser un modelo para construir la historia de estos. Esta disciplina se fue construyendo con base en los estudios del consumo de libros durante periodos extensos.

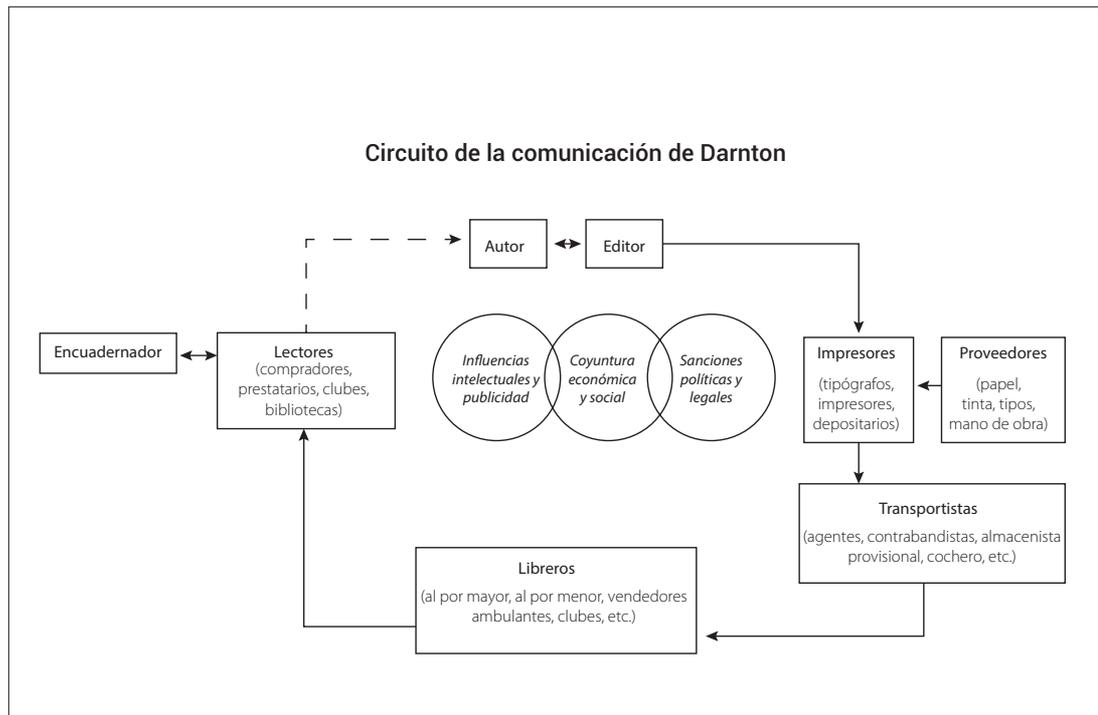
Darnton establece un modelo del ciclo de la vida del libro basado en los actores que intervienen en el proceso de edición; desarrolla este modelo a partir de la investigación que realizó durante muchos años en los archivos de la *Société Typographique de Neuchâtel* (STN) donde pudo observar cómo era la producción y el comercio de libros en Francia durante el siglo XVIII y sobre todo el comercio de *L'Encyclopedie*.

Mencionamos el trabajo de Robert Darnton ya que lo confrontaremos con el modelo que utilizaremos para explicar el ciclo de vida del libro digital.

Darnton explica que para poder estudiar la historia de los libros es necesario analizar cuál es la influencia de estos en la sociedad, poniendo como ejemplo la prensa en la Francia del siglo XVIII; podemos observar como las ideas que se plasmaban en estos libros influyeron en el pensamiento de la época, a pesar de que algunos de estos textos estaban prohibidos, eran muy demandados en el mercado editorial. Un ejemplo que nos ofrece Darnton es el de *Questions sur l'encyclopédie* de Voltaire donde narra basándose en los archivos históricos de la STN que un librero llamado Pierre Rigaud que vivía en Montpellier ordenó en 1770 varias copias de esta edición; también narra el problema de las diferentes versiones de la obra de Voltaire ya que existía la versión que publicaba el editor Cramer y otra que vendía la STN. Estas versiones de la obra diferían ya que una tenía mayor contenido que la otra, lo cual era un problema para los libreros ya que al vender la edición que tenía menor contenido se veían en desventaja ante aquellos que vendía la edición de Cramer.

Este pequeño ejemplo nos demuestra como distintos factores influyen en la distribución y vida de un libro; en el esquema 2.1 podemos ver ejemplificado como es el *circuito de la comunicación*.

En el ciclo de Darnton intervienen los siguientes actores: i. Los autores, ii. Los editores, iii. Los impresores, iv. Los transportistas, v. Los libreros y vi. Los lectores; queremos destacar que este modelo pone énfasis en los acontecimientos económicos, políticos y sociales que intervienen directamente sobre los personajes de este ciclo de la comunicación. Es por ello que en el esquema anterior observamos estos factores sociales al centro y que dependiendo de cómo se desarrollen estos hechos coyunturales es como se verá afectada la vida del libro. A continuación explicaremos cómo se comportan cada uno de estos personajes dentro del *Circuito de la comunicación*.



Esquema 2.1. Circuito de la comunicación de Robert Darnton.

- **Autor:** El autor es una pieza fundamental para este ciclo, ya que son ellos quienes elaboran la materia prima de la publicación, en un primer momento los autores —escritores— se encontraban al servicio de un mecenas quien financiaba su labor, posteriormente en otra etapa de la historia los autores ya eran independientes y vivían de sus manuscritos. En conclusión se puede estudiar la historia de los autores en diferentes etapas y eso también determina cómo el libro se desenvuelve en un contexto histórico específico.
- **Editor:** Según Darnton esta es la fuente más rica para poder construir la historia de los libros ya que su correspondencia y documentos nos da una idea de cómo se realizaban las ediciones; los editores fueron y son una de las figuras más importantes dentro de este ciclo ya que son ellos quienes ponen en acción todo este proceso.
- **Impresores:** este es el campo más estudiado por la bibliología, ya que se analizan los procesos de producción de los libros; si fueron impresos en determinada época y si existen distintas ediciones, a partir de este estudio se puede llegar a rastrear las distintas versiones de un manuscrito hasta poder reconstruirlo.
- **Transportistas:** la circulación de los libros es un punto importante de estudio de su historia ya que no en todas las épocas ha sido tan fácil la movilidad de estos entre ciudades y países.

Darnton (1993: 22-23)⁵⁴ nos dice que es difícil calcular el peligro de vender libros prohibidos y que el precio de un libro prohibido podría incrementarse [hasta cinco] veces entre el editor y el lector. Es muy importante el estudio del transporte de los libros ya que dependiendo de la época se puede analizar qué tan difícil era hacer llegar estas ediciones a los lectores y que tanta demanda tenían estos títulos para que los editores se arriesgaran a buscar formas para distribuir sus títulos.

- Libreros: estos son otro de los personajes importantes en el *círculo de la comunicación*, ya que son ellos los que con base en las demandas del mercado hacen llegar las ediciones a los lectores, Darton (2010: 199) nos comenta que los libreros se pueden ver como “agente cultural, como intermediario entre proveedores y clientes en su lugar de encuentro clave”, es decir el librero es quien pone al alcance del público las ediciones. El ejemplo que narra Darnton sobre Rigaud es muy claro, no es que la obra de Voltaire le llamara la atención si no que el pedido que hace de esa obra a la STN obedece a la demanda del público y él en su papel de librero distribuye la edición.
- Los Lectores: estudiar la historia de los libros a través de la lectura es una tarea compleja ya que dependiendo del contexto histórico-social en el que nos situemos; estaremos refiriéndonos a un tipo de lectura—debido a que ésta se va modificando con el tiempo—. No es lo mismo leer una obra clásica grecolatina que una obra influenciada por el movimiento *Sturm und drang*. Darnton (2010: 203) nos comenta que “las preguntas sobre qué se lee, en qué situación se lee, en qué momento y con qué consecuencias, conectan los estudios de la lectura con la sociología [...]”. Se hace énfasis en que estudiar la historia del libro partiendo de los lectores o la lectura, implica vincularse con otras disciplinas como la sociología o la psicología.

Desde el punto de vista de Darnton tenemos que los libros no solo se encuentran influidos por las ideas del hombre si no que son los mismos libros los que influyen en ese pensamiento social como una especie de dicotomía en la que uno se alimenta del otro.

El modelo de Darnton llamado *Círculo de la comunicación* tiene una gran influencia de los elementos sociales que se encuentran ligados a los personajes que participan en la producción de un libro, debido a este enfoque es que se estudia la historia de los libros desde un aspecto social y no propiamente sobre los procesos de producción editorial.

Es por esta razón que hemos recurrido a un modelo diferente de análisis del libro que como contraparte del de Darnton se basa en las etapas

⁵⁴ [...] It is difficult to calculate the danger of marketing a prohibited book (1993:22), [...] the cost of a prohibited book could increase fivefold between the Publisher and the reader (1993:23).

Capítulo II

del proceso de edición y no en el contexto histórico-social ni en las personas.

El modelo de Thomas R. Adams y Nicolas Barker llamado *A new model for the study of the book*⁵⁵ ponen énfasis en el análisis del mismo libro, es decir, colocan al texto y sus diversas etapas de producción al centro, dejando de lado el análisis histórico-social.

Este modelo nace como una respuesta al modelo de Darnton *El circuito de la comunicación* (1982) en el artículo ¿Cuál es la historia de los libros? (Darnton 2010: 177-204). Los autores explican su diferencia con Darnton de la siguiente forma:

“[...] La debilidad del esquema de Darnton es que se centra en las personas más que en el libro. Esto concierne con la historia de la comunicación. Su principal énfasis se encuentra en la gente que participa en el proceso a través del cual el libro se convierte en un medio de comunicación[...].”⁵⁶

La razón principal por la que hemos elegido este modelo para hacer un análisis del ciclo de la vida del libro digital es que lo que nos interesa en esta investigación es el libro y las distintas etapas del proceso de edición [digital].

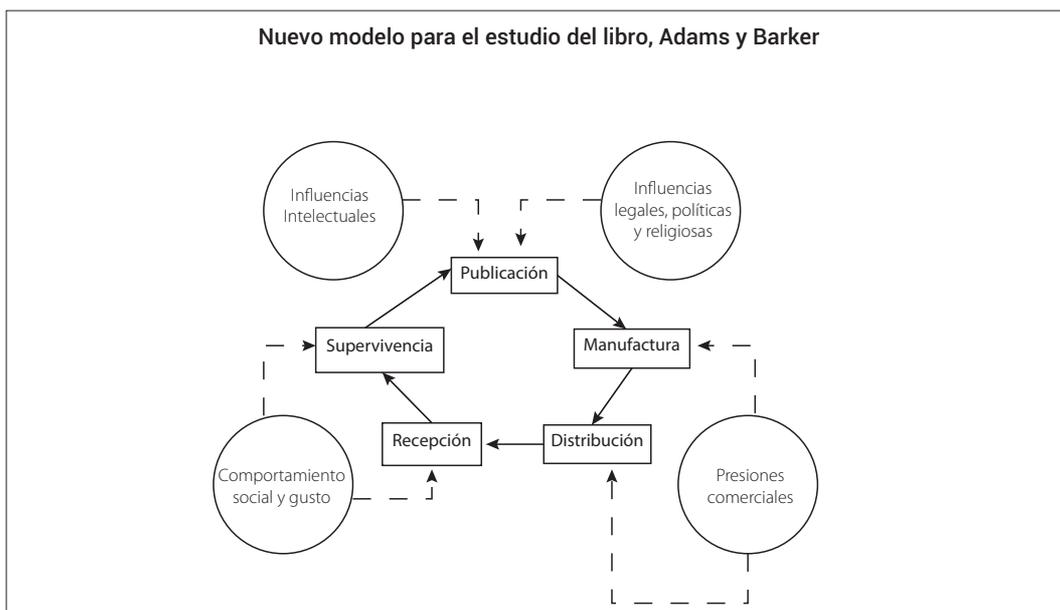
En primer lugar explicaremos cada una de las etapas de este modelo y posteriormente realizaremos un análisis aplicado nuestro objeto de estudio.

El modelo de Adams y Barker sitúa el ciclo de la vida del libro en el centro y el contexto histórico, político y social fuera de este, a diferencia del *circuito de la comunicación* este modelo se centra en las etapas del proceso de producción y difusión de un libro. Adams y Barker definen cinco momentos en la vida del libro y son: publicación, manufactura, distribución y permanencia.

Dentro de estos cinco momentos se encuentran las actividades de los personajes que intervienen en cada etapa del ciclo de la vida del libro al igual que la parte de encuadernación que en el modelo de Darnton se encuentra de manera independiente, los autores integran esta actividad dentro de la manufactura; así en este modelo se trata que el “texto es la razón del ciclo del libro[...].” (Adams y Barker 2006: 53).

⁵⁵ Originalmente publicado en el año de 1993 como parte del libro compilado *A Potencie of Life: Books in Society*; nosotros lo hemos retomado de David Finkelstein y Alistair Mc Cleery (comps.), *The book history reader* (2006: 47-65).

⁵⁶ “[...] *the weakness of Darton’s scheme is that it deals with people, rather than the book. It is concerned with the history of communication. The principal emphasis is placed on the people who participate in the process trough which the book went into providing a means of communication[...]*” (Adams y Barker 2006: 51).



Esquema 2.2. El modelo de estudio del libro de Adams y Barker. Elaboración propia.

2.3.1.1 *Publicación*

Este es el punto de partida de todo el ciclo, es el momento en el que se toma la decisión de publicar un texto, una imagen, una composición de música etcétera, y que esta decisión es tomada por un autor, editor o un distribuidor. Adams y Barker mencionan que existen diversos factores que influyen en la decisión editorial y son creación, comunicación, ganancia y preservación.

La creación concierne al deseo de difundir un texto, la comunicación va emparentada con la creación pero lleva esa intención de poner ese texto a la disposición de otros.

La ganancia se refiere a cuando este texto es parte de un plan editorial, debemos recordar que la mayoría de los casos la publicación de una obra pertenece a este rubro, ya que la publicación es parte de un plan editorial que surgió de una necesidad en el mercado. Por lo tanto, la ganancia es la necesidad de una empresa (casa editorial) de generar utilidades de esta publicación.

Así podemos concluir que en la ganancia existe un patrón —así llamado por Adams y Barker, pero que nosotros podemos identificar como el editor o gerencia de la casa editorial— busca una garantía de que ese título generará utilidades antes comenzar el proyecto de edición.

La preservación es la contraparte de la ganancia; lo que importa es que sea duradero, es decir se enfoca sobre la manera en la que se hace el libro, muchos editores se preocupan en el diseño de la edición—física— y en ocasiones se invierte en la conservación de estas ediciones.

2.3.1.2 *Manufactura*

Esta etapa del ciclo incluye aspectos económicos y tecnológicos, “cronológicamente es la primera ya que fue el desarrollo de la tecnología principal, la imprenta la que hizo posible la existencia del objeto en discusión”⁵⁷ (Adams y Barker 2006: 54), otra parte importante de la manufactura incluye el desarrollo de la materias primas como el papel y la tinta, “la tecnología de ambas ha seguido el ritmo del desarrollo de las tecnologías de la impresión”⁵⁸ (Adams y Barker 2006: 54). Los materiales con los que se hacen los libros hoy en día han pasado por una transformación que ha obedecido al desarrollo tecnológico de los medios de impresión, también como una manera de sobrevivencia con materiales más resistentes.

Otro rubro dentro de la manufactura es el de la tipografía—Tema que ya abordamos en el Capítulo I con la tipografía digital— así como la apariencia de la página, la diagramación y formación de los bloques de texto y la apariencia que tendrá el libro ante el lector. otro punto importante es el de las ilustraciones; no olvidemos que en un principio se sirvió del grabado para poder ilustrar y hoy en día se utilizan los medios digitales, pasando por la fotografía.

La encuadernación es una parte que se había considerado separada de la manufactura, pero en este modelo se integra; sabemos que anteriormente se podían comprar libros encuadernados o las hojas sueltas, en ocasiones el comprador se encargaba de mandar encuadernar los ejemplares y no fue sino hasta el siglo XIX cuando se incorporó la encuadernación al proceso del libro. Hoy en día el libro es encuadernado en ediciones de lujo, ya sea con piel o con acabados que dan una mejor presentación a la edición.

El proceso de manufactura, es un proceso muy extenso en el que intervienen muchos personajes y cada uno debe tener capacidades diferentes ya sean mecánicas o intelectuales.

2.3.1.3 *Distribución*

Es la fase dinámica del libro, sin esta etapa del ciclo no se podría cumplir la función comunicativa del libro. Dar movilidad a un libro consiste en mover de un lado a otro éste, ya sea en un medio de transporte terrestre, marítimo o aéreo, cruzando la ciudad, de una frontera a otra o continente; eso es a lo que se refiere la distribución.

⁵⁷ [...]Chronologically it comes first because it was the development of the central technology, printing, that made possible the existence of the object under discussion[...] (Adams y Barker 2006: 54). [traducción propia].

⁵⁸ [...] The technology of both had to keep pace with that of the development of printing technology (Adams y Barker 2006: 54).

El destino de los libros es lo que se puede estudiar en esta parte del ciclo, en un primer momento una publicación ya se encuentra planeada para tener una movilidad que es hacia el público a quien va dirigida.

La cadena de la distribución del libro puede ser muy fácil como ir a la librería comprar un ejemplar y llevarlo a casa o por otro lado más complicado con aquellas ediciones prohibidas —como la circulación de libros en el siglo XVIII—, también podemos tomar en cuenta que esta distribución significa una planeación logística de la entrega de libros.

También debemos contemplar que los libros se mueven en dos mercados, el primero el de la librería —cuando una edición es nueva— donde el librero ha hecho toda una gestión para poder llevar los títulos hasta los lectores y el segundo mercado, el de los libros de segunda mano; el cual pertenece a las ediciones que han dejado de ser vigentes ya que en ocasiones en las reimpressiones se les añade material o se hace una revisión exhaustiva del contenido. Este motivo hace que las ediciones se desplacen al mercado de segunda mano, que sin embargo sigue dándole movilidad al libro, además de funcionar como una especie de preservación.

Otro aspecto importante que abordan Adams y Barker sobre la distribución es la del libro como un objeto de deseo; esta idea parte de que un [original] surge del deseo de un autor por comunicar su texto a otros —aquí añadimos que para esto se busca a un editor que gestione todo el proceso de edición—, la contra parte es cuando el público tiene el deseo de tener el libro que se entiende como un deseo de poseer el objeto, los autores aclaran que eso no significa que tenga el deseo de leerlo, los autores afirman:

La lectura inmediata es solo una de las razones por la que la gente compra libros, ellos pueden comprar libros para leer después, una acción que no siempre se cumple, o por referencia. Pero ellos también pueden comprar libros debido a que su posición o función lo demanda “[...] los libros pueden comprarse como muebles, para adornar un cuarto. eso también se utiliza expresar un estatus”. (Adams y Barker 2006: 57)⁵⁹

En la nota anterior se observa que el libro también se mueve socialmente como símbolo de poder y estatus —no olvidemos que el conocimiento siempre ha sido visto como sinónimo de poder—, esta es otra forma de la movilidad del libro; que puede ser comprado como objeto de deseo, por un valor añadido que brinda cierta categoría social a quien lo posee.

⁵⁹ [...]Immediate Reading is only one of the purposes for which people buy books. They may buy books to read later, an intention not always fulfilled, or for reference. But they may also buy a book because their position or function (or the view of that) demands it [...]books may be bought just as a furniture, to garnish a room; that too is use expressing status.

2.3.1.4 Recepción

Esta etapa es una de las más complicadas para la historia del libro debido a que significa evaluar el impacto que un libro tiene en un público específico, los autores localizan cuatro formas para estudiarlo: documentación directa, popularidad, influencia y uso.

La documentación directa se divide en dos partes: las publicaciones —lo que se publica sobre el libro— y las respuestas privadas; esto quiere decir que todos los comentarios que son publicados y los comentarios en conversaciones son tomadas como una evidencia.

La popularidad puede ser medida por las reimpresiones; estas pueden ser tomadas como una fuente primaria para medir el éxito de una publicación; aunque una reimpression no siempre se puede tomar como medida de popularidad, ya que no sabemos si en la actualidad aun sea un texto que se lea.

La popularidad puede ser uno de los últimos aspectos importantes de respuesta, pero puede que no se dé inmediatamente de la publicación, en casos específicos un trabajo puede pasar una larga época sin pena ni gloria. Existen casos en los que el trabajo del autor puede ser redescubierto años después de la publicación y sea el momento en el que tome popularidad la obra.

2.3.1.5 Sobrevivencia

En ocasiones este punto se toma como una parte separada de la historia del libro pero es una clave importante para poder comprender el ciclo; tomando el ciclo del libro como un objeto físico y la evidencia de que ese objeto existe.

Las circunstancias por las que pasa el libro son determinantes para esta etapa, algunos sobreviven archivados en cajas y llegan a nuestros días por un redescubrimiento.

Los autores identifican tres estadios de la sobrevivencia; el primero lo llaman creación y recepción inicial, el periodo en el dura su función para la cual fue hecho y por lo que pasó para poder existir. El segundo es un periodo en el cual el libro queda sin uso, este es un punto peligroso; ya que el libro puede llegar a desaparecer, si las circunstancias son buenas, este libro puede sobrevivir; el tercer periodo es cuando el libro es redescubierto, y este se convierte en un objeto de deseo ya sea por él mismo o por el texto que contiene, por lo regular en esta etapa los libros entran en el mundo de los coleccionistas y en la investigación académica.

2.3.2 Aplicación del modelo de Adams y Barker a libros digitales

En este apartado explicaremos brevemente como se puede aplicar el modelo de Adams y Barker a libros digitales, esto con el fin de demostrar que el libro digital se encuentra inmerso en un proceso de edición y más en el ciclo de la vida del libro; es muy común escuchar a algunos editores tradicionales que afirman que el libro digital no entra en un proceso real de edición —si bien aluden que existe un gran número de auto publicación, generalizar es un signo de falta de conocimiento de los modelos para estudiar las ediciones—, por ello este análisis tiene el objetivo de situar al libro digital en un ciclo real de vida del libro.

La publicación es la parte inicial de todo proceso de edición tanto impreso como digital; como ya mencionamos en el primer capítulo publicar significa dar a conocer algo; y es justo en este momento cuando encontramos al autor que contacta a un editor para poder dar a conocer su obra o sus ideas. No debemos de olvidar que aun en el entorno digital siempre vamos a encontrar la figura del editor como parte fundamental para el proceso de edición digital; uno de los principios primordiales de esta investigación es que es necesaria la figura del editor como representante de la publicación ante los demás, así como el coordinador de todo el proceso.

En este punto del modelo debemos de analizar la naturaleza del original; un original que nace en el entorno digital ya que se encuentra en un procesador de textos y que en ocasiones solo se le llama manuscrito como un fósil del lenguaje.

Es aquí donde se ha tomado la decisión editorial de publicar la obra de una forma digital y se ha hecho un estudio de mercado definiendo los usuarios potenciales, el tipo de publicación, la plataforma que se utilizará para producir este libro digital.

En el punto en el modelo de Adams y Barker que corresponde a la manufactura, nosotros lo hemos nombrado desarrollo y consiste en todos los procesos de edición que se tienen que llevar a cabo en un libro digital.

En este punto se involucran distintos actores del proceso como; el editor, el equipo de diseño, los programadores, correctores de estilo, fotógrafos, animadores, etcétera; dependiendo de la complejidad del proyecto es como irá creciendo el número de elementos involucrados.

Pero ¿qué pasa con el original?, como ya habíamos mencionado en este modelo lo que nos interesa es el soporte no los actores del proceso de edición; en este momento se debió haber recibido la planeación y es el editor que ha dado los lineamientos de la publicación digital; ya se tiene en que plataforma será empaquetado, se ha desarrollado un guión sobre

Capítulo II

la interfaz; se evalúa como desarrollar todos los elementos gráficos así como la programación y el desarrollo de la maqueta y los sistemas de marcado para generar los metadatos.

La distribución es uno de los puntos fundamentales en todo proceso de edición ya sea impreso o digital; es aquí donde reafirmamos que el modelo de Adams y Barker es el que sirve para el libro digital ya que a diferencia de Darnton aquí no existen transportistas ya que no se trata de un objeto físico.

Aquí uno de los problemas es que existen diversas maneras de distribuir los libros digitales; la primera es por medio de las tiendas en línea; la de Apple o la de Google play, aunque también existen acervos digitales como el Proyecto Gutenberg donde se puede subir el libro digital en diversos formatos.

Otro punto importante dentro de la distribución es ¿qué se hace con esa publicación?, como ya lo hemos dicho el negocio de la edición digital está en la ganancia, es decir en la descarga de nuestro fichero ya sea por medio de las tiendas o si lo compartimos de manera gratuita; el éxito se verá reflejado en cuántas descargas se tienen.

Por ello es necesario utilizar las redes sociales y crear una campaña alrededor de nuestra publicación; ya que el libro digital no goza de los recursos que el libro impreso; como los son el quiosco, el punto de venta o la feria del libro. Por ello debemos crear toda una estrategia de venta alrededor de nuestra publicación que no podremos exhibir en físico sino solo en el entorno virtual.

Cuando hablamos de recepción nos referimos a la forma en cómo llega al usuario el libro digital, hay diversas alternativas para que esto suceda; la primera es por medio de las tiendas en línea ya sea de Apple o de Google play; también existen editoriales que tienen su tienda en línea o aplicaciones que permiten comprar los libros digitales.

Otra forma son los sitios de descarga gratuitas, también aquí pueden entrar las bibliotecas digitales que prestan un ejemplar y también el tráfico ilegal de documentos por medio de servidores donde se alojan ficheros que han sido modificados los candados (DRM) de seguridad.

El siguiente paso del ciclo nos pone la pregunta ¿cómo sobrevivir?, a comparación del libro impreso del cual tenemos datos de algunos ejemplares que han sobrevivido desde la aparición de los incunables hasta nuestros días; el libro digital debe sobrevivir al paso del tiempo; aunque ese es un punto que se podrá evaluar al futuro, ya que debido al avance de la tecnología podríamos pensar que los formatos en los que ahora desarrollamos estas publicaciones en unos años podrían quedar obsoletos.

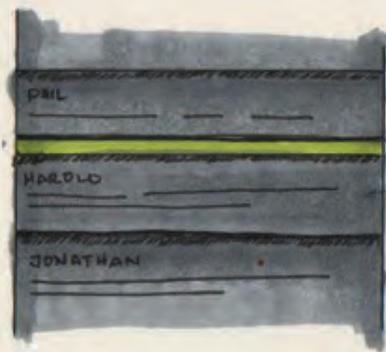
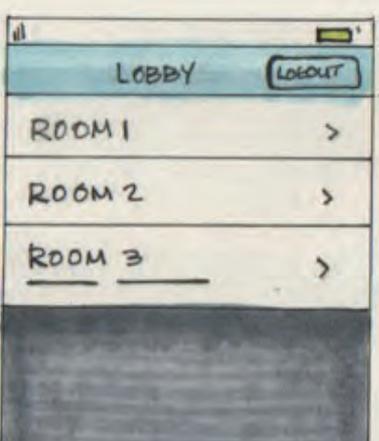
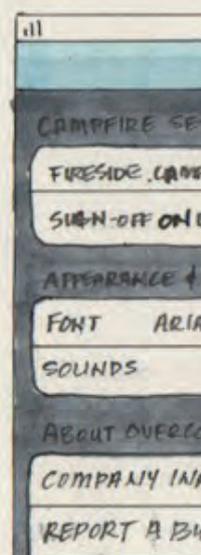
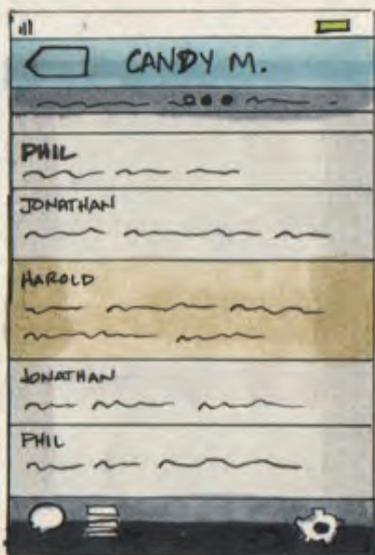
Otra forma de sobrevivir es el desarrollo de los repositorios digitales; hablando en el ámbito académico podemos encontrar repositorios

donde se alojan colecciones completas de publicaciones periódicas, pero también en el ámbito del libro podemos identificar repositorios donde se alojen colecciones de libros ya sean antiguos o actuales.

La sobrevivencia del libro digital será dictada conforme vayan desarrollándose las plataformas; algunos formatos en la corta historia del libro digital ya han desaparecido. Por ello es recomendable manejar estas ediciones en estándares, ya que estos están basados en lenguajes comunes en varias plataformas y será difícil que desaparezcan tan fácilmente. Dentro de este nuevo medio no hay nada escrito, todo es un constante desarrollo en el cual los editores, diseñadores y desarrolladores se encuentran en un constante cambio.

CAPÍTULO III

ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA ESTRUCTURAR CONTENIDOS EN LIBROS DIGITALES



3.1 Arquitectura de la información

En el primer capítulo analizamos el avance de las tecnologías en el mundo de la edición, la importancia del desarrollo de los programas de autoedición, los procesadores de texto, el desarrollo de la tipografía digital y mencionamos que en nuestra opinión uno de los avances más importantes de la edición digital fue la incorporación de los sistemas de marcado; dando la posibilidad de que una misma obra pueda tener diferentes salidas — libro impreso, publicación web, impresión bajo demanda, libro digital—, pero uno de los atributos más importantes de la inclusión de los sistemas de etiquetado ya los mencionamos en aquel apartado; pero no está de más recordarlo y es: la posibilidad del marcado de información para la búsqueda de datos dentro de una publicación.

Esta característica tan importante dentro de la recuperación de la información en un libro corresponde a los avances de las tecnologías de la información y la comunicación; como ya lo dijimos en el apartado de sistemas de marcado; estos son aplicados a determinadas palabras o conceptos clave que permiten identificar información específica sobre una publicación; en opinión de algunos profesionales de la edición,⁶⁰ los *sistemas de marcado* se relacionan más con el manejo de grandes catálogos bibliográficos como los de las bibliotecas digitales ya que no se puede perder ningún dato ya que si se desea localizar una obra relacionada con un tema en específico dentro de un gran acervo, se necesita tener todos éstos bien organizados.

Una de las preguntas que debemos hacernos en este punto es ¿Cuál es la importancia de la recuperación de datos dentro de una publicación?, la respuesta parecería muy obvia e inmediatamente responderíamos: “para poder clasificar y localizar la información deseada”. La primera parte de la respuesta nos lleva a relacionar esta característica de etiquetado con las colecciones de los acervos de bibliotecas; pero solo si lo vemos desde un entorno impreso o lo que llaman “la galaxia Gutenberg”, pero nuestro objeto de estudio se sitúa en un estadio más allá de esa “galaxia”; La discusión se lleva a cabo en el terreno de lo digital donde estos sistemas de marcado nos dan la posibilidad de recuperar la información de los contenidos, no solo en relación con las materias sobre las que versan estos sino sobre temas específicos, es decir; una búsqueda semántica dentro del cuerpo de la obra. Estas características nos permiten observar la relación que ahora tiene el libro con los contenidos en línea.

⁶⁰ Astrid Velásco, jefa de ediciones del CISAN-UNAM, opina: “Yo creo que estos han ayudado mucho a la clasificación pero más una clasificación bibliográfica y, en algunos casos, [...] justamente para tener distintos tipos de publicaciones y distintos tipos de distribución de contenidos, pero creo que es más para las bibliotecas y no para los editores”. Realizada el 24/04/2015.

Capítulo III

En la década de los años 90, con el surgimiento del diseño *web*, se nos entregaba información en pantalla; el desarrollo de estos contenidos en un principio era muy extenso lo cual provocaba un cansancio al lector o más bien lo que llamamos el usuario; con el paso del tiempo y el desarrollo de distintos recursos como el código HTML y los CSS se ha ido perfeccionando la presentación de los contenidos; desde la presentación visual del sitio hasta cuestiones relacionadas con la interactividad y heurística del usuario. Los objetivos del desarrollo de un sitio o aplicación web es que el usuario pueda encontrar la información de una manera fácil y rápida; ya que la complejidad en el acceso a esta puede provocar que el usuario abandone el sitio y nunca más vuelva a acceder a él; es por ello que se ha desarrollado una disciplina llamada *Arquitectura de la Información* (en adelante AI) y la cual estudiaremos en los siguientes apartados.

La organización de los contenidos dentro de cualquier medio de comunicación llámese libro, sitio web o periódico, siempre ha sido una actividad compleja; ya que se debe clasificar cada uno de los contenidos, creando así una especie de mapa a través del cual el usuario o el lector⁶¹ se debe desenvolver para acceder a la información. Durante el desarrollo de la red mundial se fueron perfeccionando la manera de presentar los contenidos, además del estudio del comportamiento de estos usuarios dentro de la interfaz; a partir de ellos surgen dos conceptos relevantes para comprender la importancia de la planeación de la forma de presentar los contenidos.

El primero de estos conceptos es el de la usabilidad término tomado del inglés *usability*, y que consiste en “grado de eficacia, eficiencia y satisfacción con la que los usuarios específicos pueden lograr objetivos específicos en contextos específicos” (Hassan *et al.* núm. 2, 2004).

En la cita anterior nos referimos al grado en que la planeación donde el sitio web satisface las necesidades del usuario, en cuanto a la facilidad en la que este puede acceder a los contenidos, se debe tener en cuenta que un usuario accede a estos entornos con un objetivo específico desde una tienda virtual en la que desea adquirir productos, una red social por medio de la cual desea mantener contacto con otros usuarios, hasta una publicación digital la cual le permite consultar los contenidos de una materia específica. El grado de *usabilidad* que tenga este entorno será evaluado por medio del cumplimiento de los objetivos específicos del usuario. Este término es descrito por Jakob Nielsen en

⁶¹ Debemos tomar en cuenta que los términos *usuario* y *lector* corresponden a contextos diferentes pero engloban el mismo concepto; utilizamos *usuario* para referirnos a quienes utilizan los medios digitales como sitios web, aplicaciones o libros digitales; mientras que el término *lector* lo utilizamos para aquellos que acceden a la información de manera análoga por medio de los soportes impresos.

la década de los años 90 de la siguiente manera: “La usabilidad es un neologismo proveniente de la palabra inglesa *usability* que significa facilidad de uso, y que según la ISO 9241 (1998), hace referencia a la eficacia, eficiencia y satisfacción con la que el producto permite alcanzar objetivos específicos a usuarios específicos en un contexto de uso específico” (Córdoba-Cely 2013, 9, 12: 60).

Esta evaluación según Hassan (2: 2004) se realizará en dos niveles; el primero está ligado a cuestiones objetivas “[...] la eficacia y número de errores que comete el usuario para realizar una tarea”; es decir si el usuario accedió rápidamente a la información que necesitaba o debió seguir distintas rutas para acceder a ella, como por ejemplo: el método de ensayo y error. Continuando con lo que Hassan nos dice, la segunda forma de evaluar la *usabilidad* es una manera subjetiva que se mide a partir de realizar un cuestionario al usuario.

Morville y Rosenfeld (2006) nos definen de una manera más exacta lo que llaman ingeniería de la *usabilidad*:

[...] Los ingenieros de la usabilidad comprenden como aplicar los pasos del método científico a las búsquedas de los usuarios, probando y analizando el estudio de la relación humano-computadora y su experiencia de observar usuarios les ha proporcionado información útil en el diseño. Ellos a menudo se preocupan en probar todos los aspectos de la experiencia de usuario inclusive en la arquitectura de la información y el diseño gráfico.⁶²

Los ingenieros de la *usabilidad* evalúan todas las formas en las que el usuario se relaciona con los contenidos, gracias a los estudios de cómo los seres humanos se relacionan con los equipos de cómputo; se deben realizar diferentes pruebas de un sitio antes de dar acceso al usuario; y son estos profesionales los que ejecutan las pruebas; estas incluyen modificaciones en lo que definiremos como arquitectura de la información.

De acuerdo con lo que Córdoba-Cely [2013, 9, (12): 60] citando a Nielsen, define que los ingenieros de la usabilidad evalúan los siguientes aspectos dentro de un sitio web:

- Facilidad de aprendizaje;
- Eficacia para realizar las tareas encomendadas;
- Facilidad de “recordación” por parte del usuario;
- Facilidad para corregir los errores al usar el sistema;
- Satisfacción del usuario.

⁶² *Usability engineers understand how to apply the rigors of the scientific method to user research, testing and analysis their background in human-computer interaction and their experience observing users provide them with useful insights into design, they are often concerned with testing all aspects of the user experience, inclusive of an information architecture and graphic design* (Morville y Rosenfeld 2006: 4).

Capítulo III

Otro aspecto importante que queremos destacar antes de definir lo que llamamos Arquitectura de la información y establecer la relación que tiene con los libros digitales, es que esta *usabilidad* debe estar dirigida a un usuario específico por lo cual los contenidos también deben ser evaluados de tal manera que la información que requiera tener atributos especiales será planificada de diferente manera debido a la demanda del usuario. Esto nos muestra el lado contrario de la moneda que refiere a otro concepto fundamental para comprender la importancia de estructurar los contenidos y es el de la *accesibilidad* que consiste en que “este contenido esté disponible para varios tipos de usuarios es por ello que en ocasiones una aplicación debe estar disponible en varias versiones, por ejemplo: ‘versiones solo texto o versiones en varios idiomas” (Hassan Núm. 2: 2004).

El conjunto de estos conceptos crea lo que en entornos web se llama la experiencia de usuario que fue introducida a principio de los años 80 con el modelo de metas, operadores y reglas de card (Córdoba-Cely 2013, 9, 12: 59). y es una traducción tomada del inglés *User eXperience* (ux); y se puede entender como la forma de medir la interacción que tienen los usuarios con un sistema, evaluando aspectos objetivos en cuanto a la función y rapidez con las que se llevan a cabo los objetivos y una parte subjetiva que implica la satisfacción por medio de un producto o servicio.

Algunos teóricos como Córdoba-Cely citando a Engblom *et al.* (2006) lo asocia como parte del Diseño centrado en el usuario (DCU) ya que “no solo enfatiza en la inclusión de éste en el proceso de diseño y evaluación del producto, sino que además evalúa la experiencia de los sentidos de la persona al interactuar con el sistema” (Córdoba-Cely 2013, 9, 12: 58).

Como consecuencia del desarrollo de los medios digitales y concretamente de los sitios web se ha perfeccionado una disciplina que se encarga de la planificación a nivel estructural de la presentación de los contenidos en estos medios digitales, y que es conocido como arquitectura de la información (AI); en general no existe una definición concreta de lo que se refiere esta disciplina, tomaremos como base la que expone Pérez-Montoro (2010: 24) y es la siguiente:

[...] Disciplina (arte y ciencia) encargada de estructurar, organizar y etiquetar los elementos que conforman los entornos informacionales para facilitar de esta manera la localización (o el acceso) de la información contenida en ellos y mejorar, así, su utilidad y su aprovechamiento por parte de los usuarios.

La definición anterior nos habla de la organización a nivel estructural; es decir la formación de lo que podríamos llamar esqueleto de este entorno informacional que en el caso de la cita anterior, se refiere a los

entornos web; pero que para nosotros será el libro digital, Sin embargo; una definición más completa la retomamos de Morville y Rosenfeld (1998) quienes fueron los primeros en definir en que consiste la AI y exponen lo siguiente:

- El diseño de la estructura de entornos de información compartida
- La combinación de organización de los sistemas de etiquetado,
- Búsqueda y navegación dentro de sitios *web* e *intranets*.
- El arte y ciencia de estructurar información y la accesibilidad.
- Una disciplina emergente y comunidad práctica enfocada en dar los principios de diseño y arquitectura en el terreno de lo digital. (Morville y Rosenfeld 2006:4).⁶³

Como primer punto estos teóricos nos plantean que la AI tiene como base el diseño⁶⁴ de la planeación de las estructuras para organizar la información en un medio digital. Gracias a una estructura el usuario cumplirá sus objetivos y por ende tendrá una buena experiencia de usuario.

En segundo lugar nos exponen una serie de procesos que se llevan a cabo en la AI y son la organización, el etiquetado y la navegación, tres elementos esenciales para el manejo de la información; el primero corresponde a un ámbito de un esquema de organización, el etiquetado se trata de la forma en cómo se crean los enlaces que arrojaran los datos en la búsqueda del usuario y finalmente la navegación implica la forma en como el usuario se podrá trasladar por todas las capas de información que ofrece nuestro medio digital.

Lo que concierne al arte y ciencia de estructurar la información y la accesibilidad, podemos añadir que uno de los objetivos principales de esta disciplina es la fácil recuperación de la información, por esto es necesario la planeación de las estructuras y la clasificación de los contenidos. Para cerrar esta definición citaremos un ejemplo que exponen Morville y Rosenfeld (2006: 9).

Las características de las barras de navegación, los enlaces que conducen a otras secciones y las páginas del sitio *web*. Esas etiquetas dependen de la estructura y categorización subyacente del sitio. La creación de categorías y

⁶³ *The structural design of shared information environments.*

The combination of organization labeling, search, and navigation systems within web sites and intranets.

The art and science of shaping information and findability

An emerging discipline and community of practice focused on bringing principles of design and architecture to the digital landscape.

⁶⁴ Diseño comprendido a un nivel estructural y no con la representación gráfica o creación de algún objeto.

Capítulo III

la selección de etiquetas cae claramente en el dominio de la arquitectura de la información.⁶⁵

En el ejemplo anterior observamos que los elementos mencionados —organización, etiquetado, búsqueda y navegación— se encuentran ya de forma funcional dentro del sitio web, aquí es donde Morville y Rosenfeld ejemplifican que todo se encuentra unido para lograr la usabilidad y la accesibilidad al sitio, pero nos recalcan que la organización de estas categorías proviene del campo de la información y no de otras disciplinas.

Ahora que hemos expuesto a qué se refiere la AI debemos explicar qué es lo que no está en el campo de esta disciplina, ya que suele haber una confusión debido a que la AI se mueve interdisciplinariamente con el Diseño y la Comunicación Visual, el desarrollo de software y la ingeniería de la *usabilidad*.

La AI se desarrolla ayudándose de otras disciplinas para lograr dar salida al medio digital, en varias ocasiones el trabajo conjunto de estas disciplinas llega a confundirse y se puede pensar que son parte de una misma; por lo que es pertinente hacer esta aclaración. Basándonos en el texto de Morville y Rosenfeld (2006) encontramos la primera diferencia y que en nuestra opinión es la más importante “el diseño gráfico no es arquitectura de la información”, esto nos lo comentan de la siguiente manera: “tradicionalmente, el diseño gráfico fue responsable de los aspectos de comunicación visual en el diseño de identidad corporativa y en la composición de las páginas individuales. En web, vemos un incremento en la especialización debido a la complejidad del medio”. (Morville y Rosenfeld 2006: 9).⁶⁶

Tenemos que definir nuestra postura ante esta aseveración ya que nuestra investigación se desarrolla desde el campo del Diseño; vamos a dejar claro que coincidimos con los autores en que el diseño gráfico no es AI; es una de las disciplinas que trabaja conjuntamente con la AI, ya que el diseño se ocupa del aspecto gráfico por medio del cual el usuario interactúa con el medio digital es decir; que el diseñador de la Comunicación Visual se encarga de crear la interfaz gráfica del usuario (GUI) y no de crear la estructura de esta; Wood nos dice al respecto que “[...] mediante el uso de metáforas visuales [el Diseñador de la Comu-

⁶⁵ The navigation bars feature and links that lead to other sections and pages within the website. These labels are dependent upon the underlying structure and categorization of the site. The creation of categories and choice of labels fall clearly inside the domain of Information Architecture. (Morville y Rosenfeld 2006: 9)

⁶⁶ Traditionally, a graphic design was responsible for all aspects of visual communication from the design of corporate logos and identities to the layout of individual pages. On the web, we're seeing increasing specialization due to the complexity of the environment.

nicación Visual] comunica la navegación, la interacción y el contenido de una interfaz” (Wood 2014: 42).

Para el diseño de la interfaz gráfica el diseñador se sirve de lo que se conoce como WIMP que significa un sistema de interacción por medio de ventanas, íconos, menús y puntero; a reservas de que en la actualidad este modelo se ha enriquecido con la incorporación de tecnologías mediante las cuales se puede acceder a la información de manera más directa a través del tacto y el gesto (Wood: 2014: 40).

La tarea del diseñador de la comunicación visual es conceptualizar de manera gráfica los lineamientos que entregan los arquitectos de la información, podemos ver esta actividad como un trabajo en equipo, en el cual los arquitectos de la información realizan la estructura y clasificación de los contenidos, se planean las rutas de acceso (organización) la forma de acceder (etiquetado) y la manera en que se desplazará el usuario (navegación); una vez que estas etapas concluyeron es cuando entra en acción el diseñador que realizará la conceptualización gráfica. La actividad del diseñador complementa el trabajo de la AI, el desarrollo de esta actividad en conjunto con otras disciplinas arrojará una discusión que derivará en una propuesta sólida y con buenas prácticas para poder comunicar exitosamente el mensaje al usuario. Nunca debemos de olvidar que el desarrollo de estos medios se encuentra inmerso en un flujo de trabajo donde cada actor tiene un papel específico y ninguno es el centro del este.

Continuando con lo que no es AI Morville y Rosenfeld exponen: el desarrollo de *software* no es AI:

La gente confunde desarrollo de software y arquitectura de la información, pero los dos campos son altamente interdependientes. Los arquitectos de la información dependen de los desarrolladores para llevar las ideas a buen puerto. Los desarrolladores nos ayudan a entender lo que es y no es posible [hacer]. Y a medida que la Web avanza se borran la diferencias entre aplicaciones de software y sistemas de información [...] (Morville y Rosenfeld 2006: 11).⁶⁷

Con respecto a lo anterior observamos que la AI se encuentra estrechamente ligada al desarrollo de *software* ya que al realizar un trabajo interdisciplinario, debe estar en constante comunicación con desarrolladores que opinarán sobre si es viable tal o cual salida para el proyecto; la AI propondrá las diversas formas de estructura pero debe saber si es

⁶⁷ *People rarely confuse software development and information architecture, but the two fields are highly interdependent. Information architects rely on developers to bring our ideas to fruition. Developers help us understand what is and isn't possible. And as the Web continues to blur the distinction between software applications and information systems, these collaborations will become even more important.*

Capítulo III

posible lo que propone. Al ser el desarrollo de aplicaciones y los entornos web una disciplina en constante evolución, puede ser que algunos planteamientos que propone el arquitecto sean muy ambiciosos y no sean viables por el momento.

A continuación exponemos los demás campos que los autores diferencian de lo que es AI, no consideramos que sea pertinente desarrollarlos ya que para nuestro caso de estudio lo más importante es separar lo que es AI del diseño y la comunicación visual y el desarrollo de software, ya que estas áreas son las que trabajan en conjunto en el desarrollo de los libros digitales y las incorporaremos en nuestro proceso de migración de libros impresos a digitales.

- **Diseño de Interacción:** los diseñadores de la interacción están preocupados en el comportamiento de una tarea y los procesos que los usuarios encuentran en el software y la información de sistema y a nivel de la interfaz. Ellos a menudo tienen antecedentes la interacción humano-computadora y se enfocan en la ayuda satisfactoria del usuario logre sus metas satisfactoriamente y complete las tareas.
- **Ingeniería de la usabilidad:** comprende cómo aplicar las reglas del método científico en las búsquedas del usuario, evaluando y analizando. Sus antecedentes en la interacción humano-computadora y su experiencia observando usuarios, los proveen de ideas útiles en el diseño. A menudo están preocupados con evaluar todos los aspectos de la experiencia de usuario, incluso la arquitectura de la información y el diseño gráfico.
- **Diseño de experiencia:** es un término general que comprende la arquitectura de la información, ingeniería de la usabilidad, diseño gráfico y diseño de interacción como componentes de la experiencia de usuario. Se encuentran relativamente pocos “diseñadores de experiencia” ya que no hay muchas personas con habilidades en estas áreas. El término es útil en la medida como se fomenta la interdisciplina conciencia y colaboración.
- **Arquitectura empresarial:** en los años 80 y 90 un movimiento autodenominado arquitectura empresarial surgió en la disciplina de los sistemas de información. Mientras en fases tempranas de este movimiento se centraba en los datos y los sistemas de integración, definiciones posteriores abarcó negocios, procesos, información y arquitectura de la tecnología.
- **Gestión de contenido:** manejo de contenido y arquitectura de la información son dos caras de la misma moneda, AI retrata una captura o una visión espacial de un sistema de información mientras el manejo de contenido describe una visión temporal mostrando como la información fluye, alrededor y fuera del mismo sistema con el paso del tiempo. Los gestores de contenido hacen frente a problemas de propio contenido y de integra-

ción de políticas, procesos y tecnologías para apoyar un entorno de publicación dinámica.

- **Gestión de conocimiento:** desarrolla herramientas, políticas e iniciativas para alentar a la gente a compartir lo que ellos saben. Creando un entorno de conocimiento colaborativo que significa abordar asuntos difíciles entorno a la cultura corporativa como acumular información y el síndrome del “no inventado aquí”. Arquitectos de la información se centran más en hacer accesible lo que ellos ya han capturado.⁶⁸

Después de haber aclarado las diferencias entre la AI y otras disciplinas con las que trabaja conjuntamente describiremos en una forma general como se encuentra dividida y en que consiste, para después exponer su relación con los libros digitales y el porque la hemos decidido incorporarla en nuestro proceso de edición digital.

3.2 Estructura de la Arquitectura de la información

La AI se divide en tres etapas fundamentales para la organización de la información, debemos recordar que en un primer momento lo que nos

⁶⁸ *Interaction design: Interaction designers are concerned with the behavior of tasks and processes that users encounter in software and information system and interface level. They often have a background in human-computing interaction, and are focused on helping user successfully achieve goals and complete tasks*

Usability engineering: Usability engineering understands how to apply the rigors of the scientific method to user research, testing and analysing. Their background in human-computing interaction and their experience observing users provide them with the useful insights into the design. They are often concerned with testing all aspects of the user experience, inclusive of information architecture and graphic design.

Experience design: is an umbrella term that encompasses information architecture, usability engineering, graphic design and in reaction design as components of the holistic user experience. You'll find relatively few "experience designers" as there aren't many people with skills in this áreas. The term is useful insofar as it encourages cross-disciplinary awareness and collaboration.

Enterprise architecture: In the 80s and 90s a movement calling itself an enterprise architecture arose in the information systems discipline. While the early stages of this movements were focused on data and system integration, later definitions have encompassed business, process, information and technology architecture.

Content management Content management and information architecture are two sides of the same coin. IA portrays a "snapshot" or a spatial view of an information system, while CM describes a temporal view of showing how information should flow into, around, and out of that same system over time. Content managers deal with issues of content ownership and the integration of policies, process and technologies to support a dynamic publishing environment.

Knowledge management develops tools, policies, and incentives to encourage people to share what they know. Creating a collaborative knowledge environment means tackling tough issues surrounding corporate culture such as "information hoarding" and "not-invented-here sindrome." Information architects focus more on making accessible what has already been captured. [Traducción propia].

Capítulo III

añe es crear la estructura del medio digital y no la apariencia y mucho menos la salida que tendrá —entiéndase: sitio web, aplicación o libro digital—.

La primer parte que analizaremos de la AI corresponde a los esquemas de organización, parte fundamental cuando hablamos acerca de la planeación de un proyecto informacional, se puede definir esta sección de la siguiente manera: “[...] es un sistema que divide y clasifica los ítems de información o los contenidos que alberga una página web en grupos a partir de un criterio concreto” (Pérez-Montoro 2010: 74).

La clasificación de contenidos se realiza a partir de un análisis cuidadoso de la información, a partir de esto se realizan categorías en las que se van agrupando por características comunes; éstos grupos se dividen en esquemas y estructuras

3.2.1 Esquemas de organización

Llamamos *esquemas* a la organización de la información a través de características comunes; es decir que comparten elementos que nos ayudarán a agruparlos y así poder localizar la información, y se define de la siguiente manera:

Un esquema de organización es un sistema que divide y clasifica los *ítems* de información o los contenidos que alberga una página web en grupos a partir de un criterio concreto. Las características compartidas entre los *ítems* o los contenidos que pertenecen a un mismo grupo definen al propio grupo y pueden ser consideradas el aspecto crítico del esquema (Pérez-Montoro (2010: 74).

La agrupación de la información es el primer paso que debemos de dar cuando recibimos los contenidos de una publicación digital; tomemos en cuenta que el autor nos habla de los entornos web, pero para los usos de nuestra investigación trasladaremos todo hacia una publicación digital.

Existen diferentes clasificaciones de los esquemas y corresponden al modo en el que clasifican la información; algunos de forma exacta, otros de forma ambigua y finalmente de forma híbrida, esto como consecuencia de la naturaleza de la información, en la tabla 3.1 exponemos los distintos tipos de esquemas que nos presenta Pérez-Montoro (2010).

Estos esquemas organizan la información debido a su naturaleza, en un primer término encontramos los que tienen información muy puntual que puede ser clasificada de una manera homogénea; por ejemplo, en la tabla anterior la primera división de esta clasificación es la de orden alfabético, en la cual toda la información se ordena con la primera

letra con la que inicia la palabra; este tipo de clasificación es más usual en bases de datos o listados; en el área de libro digital podemos utilizarla en los índices analíticos, onomásticos o glosarios. Esta información tiene la característica de que por su naturaleza es fácil de clasificar.

Esquemas de organización		
Esquemas exactos	Son sistemas que organizan la información a partir de una definición objetiva de la información, generando categorías o grupos objetivos y excluyentes	Esquemas de organización alfabético Esquemas de organización cronológicos Esquemas de organización geográficos
Esquemas ambiguos	Organizan la información a partir de categorías para las que no existe una clasificación exacta y suelen ser utilizados por el usuario de una forma interactiva e interactiva.	Esquemas de organización por temas Esquemas de organización por tareas Esquemas de organización por audiencia Esquemas de organización por metáforas
Esquemas híbridos	Es un sistema que organiza los grupos de ítems de información o los contenidos resultante de los esquemas mostrando las dependencias lógicas que existen entre estos grupos.	

Tabla 3.1 Esquemas de organización.

La segunda categoría es la de esquemas de organización cronológicos; en el cual el criterio de agrupación es por medio de las fechas, ya sea de mayor a menor o viceversa y finalmente los esquemas de organización geográficos que delimitan las áreas.

El común denominador de estos esquemas es que la información que se clasifica es específica, consiste en una serie de datos que poseen características comunes y que es fácil relacionar entre sí. Por otra parte los sistemas de organización ambiguos son menos específicos y en ellos se deben de utilizar métodos menos precisos para la clasificación de los datos.

En primer lugar están los que se organizan por tópicos es decir por temas, y son: los que se organizan por una tarea específica, en estos se utiliza como criterio principal la participación de los usuarios en las dis-

Capítulo III

tintas tareas dentro de un sitio, un ejemplo de estos esquemas son las intranets, el *e-commerce* y los *e-service*.

Los esquemas de organización por audiencia corresponden a grupos de usuarios específicos y son mediante los cuales se planean contenidos especiales para un tipo de usuario, un ejemplo de ello lo tenemos en los contenidos creados con idioma a elegir o la creación de *passwords*.

El esquema de organización por metáfora es aquel en el que se hace referencia a un objeto de la realidad; realizar la metáfora a un objeto arrojará información relacionada con el tema principal y el contenido, un ejemplo lo tenemos en las interfaces de sistemas operativos que tienen iconos para ejemplificar las acciones a realizar de los distintos botones de la interfaz;—no olvidemos lo que comentamos al inicio de este capítulo sobre la importancia del desarrollo del modelo WIMP—

Los esquemas híbridos que mezclan características de los exactos y de los ambiguos; en estos el usuario puede recuperar información de distintas maneras, debido a que la información que poseen; esta puede recuperarse de manera exacta o ambigua y es por ello que se combinan estos dos esquemas.

3.2.2 Estructuras de organización

El siguiente aspecto en el terreno de ordenar la información es el de las estructuras de organización, Pérez-Montoro (2010: 91) la define como las responsables [...] de habilitar la posibilidad y la manera en la que un usuario puede explorar la página web y localizar la información que estaba buscando”.

Las estructuras de organización derivadas de los sistemas que ya mencionamos, a partir del análisis y la clasificación de la información se examinan las formas en que estas se relacionan, es decir “las dependencias lógicas que existen entre estos grupos”(Pérez-Montoro 2010: 91).

Los estructuras de organización se dividen de la siguiente forma:

Jerárquica	Teniendo en cuenta los resultados obtenidos a partir de los estudios de sus usuarios se crean taxonomías para que este pueda orientarse.
Basada en registros	Los contenidos se presentan en forma de registro en la que se agrupan una serie de diferentes campos que los definen [...] tienen una organización ascendente ya que va desde los contenidos concretos hasta la página principal.

Estructura Hipertextual	Es una forma no lineal de estructurar la información. En este caso, se organizan los contenidos [...] estableciendo enlaces entre ellos de forma que, activándolos podemos trasladarnos y explotar esos contenidos.
Estructura secuencial	Organiza la información presentando los contenidos de una manera lineal. Normalmente[...] se suelen identificar un contenido que actúa como punto de partida y otros como punto final.
Estructura en tabla	Organiza los contenidos de una página web en forma de tabla o parrilla. En esta parrilla o matriz, cada una de sus celdas actúan como hipervínculo o enlace de navegación para explorar los contenidos allí alojados

Tabla 3.2 Estructuras de organización.

3.2.3 Sistemas de etiquetado

El siguiente punto dentro de la estructura de la AI son los sistemas de etiquetado; que consisten en la forma en como se puede identificar un concepto para su futura recuperación dentro del medio digital; podemos definir un sistema de etiquetado de la siguiente manera: “[...]etiquetar es una forma de representación. Así como usamos las palabras para representar conceptos y pensamientos, usamos las etiquetas para representar largas cadenas de información en los sitios web[...]” (Morville y Rosenfeld 2010: 82).⁶⁹

El etiquetado se utiliza para poder localizar un concepto que deseamos pueda ser recuperado dentro de los contenidos, al etiquetar una palabra dentro de un texto estamos generando una jerarquía dentro del mismo, ya que este concepto se destaca de las demás palabras y crea la posibilidad de que se convierta en un elemento clave para el usuario. Existe una tipología de los etiquetados, ya que no todos se realizan de la misma manera, y son dos: los *etiquetados de formato icónico* y los de *etiquetados de formato textual*.

⁶⁹ Labeling is a form of representation. Just as we have spoken words to represent a concept and thus, we use labels to represent a larger chunk of content [...] (Morville y Rosenfeld 2010: 82).

Capítulo III

Los *etiquetados de formato icónico* se caracterizan por ser etiquetas sobre imágenes o íconos que representan un tipo de información; un ejemplo claro lo tenemos en algunos entornos web donde se utilizan galerías de fotografías, también en las interfaces basadas en iconos para que el usuario localice los enlaces para poder navegar por las distintas páginas de un sitio.

El otro tipo que existen son *los etiquetados de formato textuales*; es decir, los que se encuentran dentro de bloques de texto o corresponden a representaciones realizadas a partir de texto digital, Pérez-Montoro define estas etiquetas de la siguiente manera:

“[...] se caracterizan por utilizar unidades lingüísticas textuales (términos o palabras de un lenguaje) como etiquetas para representar contenidos [...] las que se suelen utilizar a la hora de planificar una página web son los enlaces contextuales, los títulos, las opciones del sistema de navegación y los términos de indización” (Pérez-Montoro 2010: 128).

La clasificación de los sistemas de etiquetado obedece a que cada uno tiene una función específica dentro de la planeación del medio digital, no se utilizan indiscriminadamente, cada uno tiene una tarea específica y responde a una necesidad. Lo más importante al momento de planear estas etiquetas es que se tome en cuenta que deben de ser funcionales; deben responder a una necesidad de recuperar la información dentro del entorno, no se debe etiquetar a la ligera; se debe hacer una planeación de estos recursos para que no se cree una especie de desorden que pueda confundir al usuario.

La primer clasificación de las etiquetas son los *enlaces contextuales* y son aquellas etiquetas que se encuentran inmersas en un texto y que generalmente reconocemos como enlaces ya sea porque se encuentra destacado por un peso *bold* o de color diferente al cuerpo de texto o subrayado, en palabras de Pérez-Montoro se definen como: “etiquetas que, dentro del texto “[...] actúan como hipervínculos que conectan contenidos con otras páginas externas y otros contenidos[...]” (2010: 138).

Este tipo de etiquetas son hipervínculos que nos llevan a enlaces externos o también a alguna sección diferente del medio digital, reciben también el nombre de *literales*. Se debe tener mucho cuidado al momento de establecer que será un enlace contextual y que no lo será ya que puede ser que se recupere información que no es importante para el usuario, o que este espere otro tipo de información debido a las significado de las palabra, las características negativas de estas palabras es que sean sinónimas o polisémicas (Pérez-Montoro 2010: 163), identificamos el problema de la sinonimia cuando un usuario elige una etiqueta pensando que encontrará cierta información que se relacio-

na con alguna de las acepciones de la palabra, por otra parte, la polisemia corresponde a que una palabra puede tener diferentes significados y que estos creen una especie de ambigüedad de la información para el usuario.

Por ello una de las características de estas etiquetas es que son “contexto dependientes” es decir que tienen que estar ligados a un contexto específico para que no creen ambigüedad en el usuario, tenemos que tener en cuenta que este tipo de etiquetados son facilitadores para la recuperación de información.

El segundo tipo de etiquetas es el de los *títulos*; y como su nombre lo dice, son aquellas secciones que jerarquizan un sitio o medio digital, también llamados en su anglicismo *headings*, y gracias a estos el usuario puede ubicar las distintas secciones que existen o saber dónde comienza una información y dónde termina la otra.

El uso de los títulos se encuentra prevista desde la formación de los contenidos, es parte de la estructura de la información, etiquetar este tipo de información le dará un fácil acceso a las secciones por parte del usuario, así como poder ubicar que tipo de información se encuentra dentro de nuestro medio digital. El etiquetado de títulos es una de las formas de recuperar información básica no solo en los entornos digitales sino desde la tradición impresa.

Se debe destacar los etiquetados de títulos, algunos autores como (Morville y Rosenfeld 2010: 92) recomiendan que se deben hacer obvios ya sea mediante el “uso de números, utilizar una secuencia de pasos etcétera, ya que “[...]las etiquetas deben decirle a los usuarios dónde empezar, a dónde ir y que acción involucrará cada paso en el camino[...]”.⁷⁰

Las opciones de navegación es otro tipo de etiquetado que se utiliza, anteriormente se encontraba más relacionado con los sitios web, pero en la actualidad ya se pueden observar este tipo de etiquetados en algunas aplicaciones y en libros interactivos más enfocados al público infantil debido a su nivel de interactividad con el usuario, se definen como “etiquetas que actuando como enlaces o hipervínculos, conforman visualmente el sistema de navegación [...] y permite la exploración de los contenidos que alberga (Pérez-Montoro 2010: 138-139).

Usualmente un sistema de navegación nos permitía en un entorno web ubicar las distintas maneras en cómo nos podríamos desplazar por los contenidos y se utilizaba una especie de menú que a grandes rasgos contenía:

- Página principal.
- Búsqueda.
- Mapa de la web.

⁷⁰ [...] Labels should tell users where to start, where to go next, and what action will be involved in each step along the way[...] (Morville y Rosenfeld 2010: 92).

Capítulo III

- Contacta con nosotros.
- Ayuda y FAQ.
- Noticias.
- Sobre nosotros.

El último tipo de etiquetado es el de *términos de indización* correspondiente al etiquetado de contenidos para la elaboración de grandes índices, Pérez-Montoro lo define como: un conjunto de etiquetas utilizadas para describir cualquier tipo de contenido en un entorno web y facilitar su localización y, de forma especial su búsqueda y recuperación Morville y Rosenfeld (2010: 95) se refieren a estas etiquetas como: palabras clave, etiquetas (*tags*), metadatos, taxonomías, vocabularios controlados, tesauros, entradas de índice. Estas etiquetas sirven para hacer más fácil la búsqueda de contenido de sitios, subsitios, páginas o cadenas de información y que son más fácil de recuperar que en un bloque de texto.

Estas etiquetas son invisibles para el usuario, están contenidas dentro de una base de datos o motor de búsqueda interno, se encuentran identificados los conceptos gracias a los sistemas de etiquetados como el TEI y forman parte de los metadatos.

3.2.4 Sistemas de Navegación

Los sistemas de navegación son la forma en como el usuario puede explorar el entorno web mediante herramientas que muestran en todo momento la ubicación del usuario dentro de las distintas secciones del sitio. Este es un punto importante en materia de usabilidad ya que en ocasiones los sitios tienen una naturaleza muy compleja que provocan que el usuario se pierda.

El diseño de los sistemas de navegación es un “área gris” en la que se trastocan diferentes disciplinas como la misma AI, el diseño de interactividad, diseño gráfico y la ingeniería de la usabilidad (Morville y Rosenfeld 2010: 117).

Se debe tener en cuenta que estos sistemas de navegación tienen la función de indicar al usuario en dónde se encuentra “parado”, por ello tienen un objetivo que es el de “habilitar el tránsito asistido y controlado por las diferentes secciones y páginas que componen el sitio web” (Pérez-Montoro 2010: 178). Es decir llevan de la mano al usuario para explorar las secciones y en todo momento le indican en que parte se encuentra; es una especie de “usted está aquí” que encontramos en los mapas de ubicación, Morville y Rosenfeld (2010: 118) hacen la siguiente analogía de un sistema de navegación: “[...] ya sea que estemos visitando el Parque Nacional de Yellowstone o el Mercado de América la marca de *usted está aquí* colocada en el mapa de ubicación es una herramienta familiar y valiosa. sin esa marca, nosotros lucharíamos para triangular nuestra posición actual[...]”.⁷¹

⁷¹ [...]Whether we're visiting Yellowstone National Park or the Mall of America the You Are Here Mark on fixed-location map is a familiar and valuable tool. Without that landmark, we must struggle to

Por ello en los sistemas de navegación siempre es crucial que se indique en dónde se encuentra el usuario como una especie de contextualización; para realizar esto existe diferentes técnicas que se aplican en entornos web y que también sirven para que el usuario se dé cuenta de las dimensiones que tiene el sitio. Un sistema de navegación es una estructura arquitectónica que ordena y agrupa contenidos y que a su vez muestra al usuario como desplazarse por ella.

Para poder orientar al usuario sobre cuál es la ruta que toma desde la página principal hasta la sección que desea consultar existe una técnica llamada *breadcrumbs*⁷² o migas de pan y que consiste en informar al usuario en que parte del sitio se encuentra, mediante la creación de una ruta desde la página principal hasta donde se encuentra el usuario, cabe destacar que esta técnica está ligada con la estructura del sitio y que es propia de los sitios de navegación estática.

Los sistemas de navegación se dividen en dos; en *sistemas de exploración integrados* y en *sistemas de navegación complementarios*. Los *sistemas de navegación integrados* por lo general están rodeados e inmersos en el contenido del sitio “[...] proveen [...] contexto y flexibilidad, ayudan a los usuarios a entender dónde están y a dónde van”.⁷³ (Morville y Rosenfeld 2010: 116). A su vez estos sistemas se dividen en sistemas constantes, sistemas locales y sistemas contextuales.

Los sistemas constantes (Pérez-Montoro (2010: 198) también llamados sistemas globales (Morville y Rosenfeld 2010: 122) se presentan a lo largo de todo el sitio, como un elemento fijo, una de sus características es que son una barra de navegación horizontal en la parte superior de cada una de las páginas del sitio.

Esta barra de navegación permite acceder a las secciones clave del sitio no importa en qué parte de él se encuentre el usuario; este siempre podrá moverse gracias a esta barra .

En ocasiones se encuentran las partes laterales y cuentan con elementos como sombreados o color para indicar que el usuario se encuentra en alguna parte sección del sitio.

Los sistemas locales se componen barras laterales de navegación que ayudan al usuario a moverse de forma local; es decir que el usuario pueda ir a los contenidos que están más cercanos. El usuario puede navegar por los contenidos que se encuentran en una sección específica, este tipo de navegación es utilizada en sitios que son muy grandes y que a su vez una sección es muy extensa.

triangulate our current position[...]

⁷² Inspirada en el cuento de los hermanos Grimm en el que Hansel y Gretel utilizan unas migas de pan para orientarse y poder volver a casa cada vez que son abandonados (Pérez Montoro 2010:185).

⁷³ [...]They provide [...]context and flexibility, helping users understand where they are and they where go.

Capítulo III

Los sistemas contextuales crean relaciones entre los contenidos de la página, son muy usuales en el *e-commerce* o en sitios educativos; estos sistemas crean relaciones por medio de literales asociadas con temas comunes dentro del sitio, Pérez-Montoro (2010: 204) lo define: “Los sistemas contextuales suelen introducirse mediante enlaces o hipervínculos que utilizan como literal alguna parte (texto o imagen) de una página y que conecta con otros contenidos”.

Este tipo de sistemas lo vemos muy seguido en páginas de librerías o comercio en línea; donde nos hacen sugerencias de productos que están relacionados con las búsquedas que hemos hecho dentro de ese sitio.

Los sistemas de navegación complementarios son totalmente diferentes a los integrados; como ya vimos este tipo de navegación son una constante en todas las páginas del sitio, se encuentran presentes en reiteradas ocasiones. Los sistemas de navegación funcionan como una página independiente incluida en el sitio; es decir son parte del sitio pero son una página más de él; no se encuentran dentro de las demás páginas. En ocasiones son definidos como: “[...] parches o remiendos que vienen a enmendar las limitaciones que, con respecto a las opciones de localización, presentan los sistemas integrados de navegación. Sin embargo, si los analizamos a profundidad, podemos convenir que “[...] una alternativa a los sistemas integrados para localizar información” (Pérez-Montoro 2010: 2014).

Los sistemas complementarios de navegación son una extensión para poder recuperar información que en ocasiones no es tan sencillo recuperar mediante los sistemas integrados. Estos sistemas complementarios se dividen en tres tipos: *mapas de sitio*, índices y; cada uno de estos cumple una función específica para ayudar al usuario a encontrar la información.

Los mapas de sitio funcionan como una especie de índice de un libro; ya que muestra el contenido del sitio y es fácil localizar la información que se necesita y poder ir a esa sección. un mapa de sitio se define de la siguiente manera:

[...] Un mapa típico mapa de sitio presenta en la parte superior pocos niveles de información jerarquizada. Proporciona una amplia visión del contenido del sitio web y facilita el acceso aleatorio para segmentar partes del contenido. Un mapa de sitio puede emplear enlaces gráficos o de texto que dan al usuario el acceso directo a las páginas del sitio (Morville y Rosenfeld 2010: 132).⁷⁴

⁷⁴ A typical sitemap presents the top few levels of the information hierarchy. It provides a broad view of the content in the website and facilitates random Access to segmented portions of that content . A sitemap can employ graphical or text-based links to provide the user with direct access to the pages of the site.

Se nos presenta como una forma de orientar al usuario y que este pueda ir a la sección que desea consultar mediante un acceso hipertextual directo. Un mapa de sitio es utilizado en sitios grandes donde se encuentra la información jerarquizada, para sitios muy pequeños no es recomendable.

Otro sistema complementario de navegación son los índices, estos se refieren a un listado de conceptos ordenados alfabéticamente que el usuario mediante un clic en el enlace hipertextual puede ir a la entrada que se está buscando. Estos índices se refieren a palabras clave o frases que no se ordenan jerárquicamente como lo sería una tabla de contenidos o un mapa de sitio.

Es más usual encontrar este tipo de sistemas de navegación en sitios como repositorios o grandes bases de datos, donde los usuarios se dirigen directamente a la entrada que buscan y mediante el hipertexto pueden recuperar la información que necesitan.

El último sistema complementario de navegación es el de las guías, este sistema es diferente a los anteriores ya que su objetivo no es recuperar la información general del sitio como los anteriores, sino que solo de una parte específica. Se pueden presentar de diferentes formas como un subsitio o tutorial sobre alguna sección.

Las guías tienen objetivos concretos como orientar al usuario en el uso de ciertas partes del sitio. Ejemplos de ellos son algunos sitios donde se realizan trámites o transacciones —sitios de gobierno o bancos en línea— donde existe un video tutorial o una guía rápida que explica al usuario como funciona; en general es para orientar a nuevos usuarios que no tienen clara la idea de cómo utilizar la sección.

3.3 Arquitectura de la Información para libros digitales

Como ya mencionamos la AI es una disciplina que se encarga de la estructura de los entornos web y se relaciona con otras áreas como la UX y el diseño y la comunicación visual, entre otras —y en ocasiones llegan a confundirse— con el conjunto y trabajo interdisciplinario es como se logra que un sitio web esté bien estructurado y que genere una buena experiencia de usuario y usabilidad.

Dentro de las publicaciones digitales y en específico el libro digital se requiere de una estructuración de los contenidos para poder generar un producto digital que ofrezca una buena experiencia de usuario y que los contenidos se encuentren bien organizados y de fácil acceso; ya que no es lo mismo estructurar una obra impresa que una obra para soporte digital.

Es por esta razón que hemos integrado la AI a nuestro proceso de edición digital, a continuación expondremos muy puntualmente como los elementos con los que se conforma la AI se aplica para la estructura de un libro digital.

Capítulo III

Cuando recibimos un original para libro digital debemos analizar cada uno de los contenidos que este contiene —texto, imagen, video—, para poder realizar las estructuras recurrimos a los *esquemas de organización*, así podremos tener toda la información organizada.

Posteriormente las estructuras de organización son las que nos ayudarán organizar el contenido del libro; puede ser que hagamos una estructura jerárquica de la información. cada capítulo de nuestro libro lleva a subcapítulos, así organizaremos nuestro contenido de mayor importancia a menor. La estructura de base de registros no es tan aplicable en un libro digital pero no podemos prescindir de ella; se aplica más hacia un contenido web donde podamos establecer una base de datos donde recuperar información mediante un motor de búsqueda, este tipo de organización puede servir para algún catálogo en línea o repositorio que no descartamos pueda estar vinculado a una publicación mediante enlaces hipermediales, haciendo una edición transmedial.

Las estructuras hipertextuales son fundamentales en los libros digitales, entre más conexiones hipertextuales tengamos más enriquecida será nuestra publicación, ya que estas nos pueden llevar a crear vínculos con otras partes de la obra e incluso con otras plataformas que versen sobre el mismo tema o que contengan algún elemento que no se pueda incorporar en nuestro libro por alguna cuestión de formato.

La estructura secuencial es tal vez la menos recomendada en un libro digital ya que sigue una lectura secuencial de los contenidos y el caso del libro digital es totalmente opuesto a este. Existen varias publicaciones que se jactan de ser digitales como las revistas o periódicos —pero que terminan siendo versiones PDF subidas a algún servidor— que utilizan la estructura secuencial, esto es porque es un esquema de organización tradicionalmente de los medios impresos.

Las estructuras en tabla son muy utilizadas en publicaciones digitales para mostrar índices o carruseles de imágenes. este tipo de organización en ocasiones se encuentra combinada con otros tipos de estructuras.

Los sistemas de etiquetado son parte fundamental en las publicaciones digitales y sobre todo en el libro digital; en este se aplican todas las tipologías de etiquetado. depende que sistema de marcaje se emplee para poder recuperar las palabras claves, realizar índices y mostrar la jerarquía de nuestra publicación.

Gracias a los sistemas de marcado podemos identificar ciertas partes de las obras o de los contenidos y relacionarlos entre sí, existen proyectos de edición crítica digital que utilizan estos sistemas de etiquetado para poder crear las entradas y ya sea comparar manuscritos con las transcripciones, hasta etiquetar las entradas para después darles una interpretación filológica.⁷⁵

⁷⁵ Este proceso es explicado por la Dra. Sònia Boadas de la Universidad Autónoma de Barcelona en su ponencia "la edición crítica y el archivo digital de *La dama boba* de

Los diferentes tipos de etiquetados en el libro digital ayudan a enriquecer los contenidos y hacer de la publicación un entorno conectado entre partes del texto, hasta buscar información en la red o complementar los contenidos con otros sitios.

Los sistemas de navegación se aplican a los libros digitales de una forma parcial; con esto nos referimos a que siempre se depende del lector en el que se abra el archivo, existen diversos formatos como los que enlistamos en el capítulo II, en ocasiones cada uno tiene un lector específico por lo que los sistemas de navegación se ven limitados ya que mientras se utilicen estos lectores, la forma de navegar por el libro estará predeterminada.

Las excepciones a tener cuando se tiene un lector propio ya sea que se desarrolle una aplicación como libro o que se cree un libro en línea; en esos casos se podrá tener control completo sobre el sistema de navegación.

Como consecuencia de lo anterior podemos afirmar que los sistemas de navegación siempre van a depender del lector en el que se visualice, pero eso no quiere decir que se pueda planear este aspecto en la AI. Los lectores contienen sus propios sistemas de navegación.

Al momento de diseñar hay que planear qué sistemas de navegación, los que se pueden utilizar en el libro digital son los siguientes:

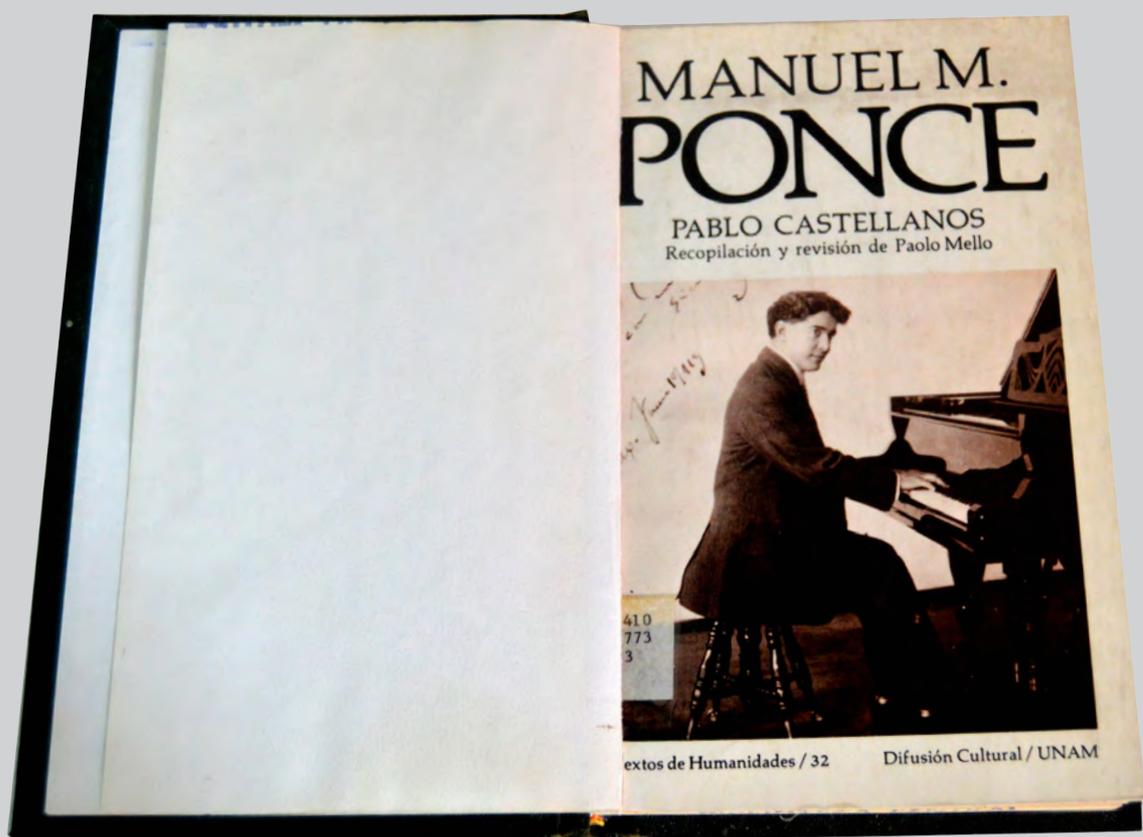
- Los sistemas constantes de navegación; mediante una barra de navegación —en los casos que se cree un aplicación y también en formatos como ePUB de maquetación fija—, los sistemas que no pueden aplicarse al libro digital son los locales y contextuales ya que demasiada información en un menú puede confundir al usuario; salvo que la obra a editar sea una gran colección de libros que se encuentren en un mismo fichero o una enciclopedia, en esos proyectos podríamos revalorar el uso de esos sistemas de navegación.
- Los sistemas complementarios que se utilizan son los índices; estos sirven para organizar los índices analíticos, onomásticos, de palabras claves, etcétera. Las guías también se pueden utilizar ya que en ocasiones se necesita un tipo de tutorial para mostrarle al usuario como se utiliza nuestra publicación.

La arquitectura de la información es una herramienta muy útil para poder estructurar los contenidos en un medio digital; hemos hecho este breve análisis para demostrar que un libro digital debe ser tomado como un entorno informacional más parecido a un sitio web que como un libro tradicional; al incorporar esta disciplina podemos garantizar las buenas prácticas al momento de organizar contenidos lo que resultará en una edición bien planeada dónde el usuario podrá moverse por las capas de información fácilmente.

Lope de Vega", *Il congreso de Humanidades Digitales Hispánicas, innovación, globalización e impacto*, realizado del 5 al 8 de octubre de 2015, Madrid. Disponible en: < <http://hdh2015.linhd.es/>>. El proyecto al que se hace mención se encuentra disponible en < <http://damaboba.unibo.it/>>.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE CASO DE LA MIGRACIÓN DEL LIBRO DE PABLO CASTELLANOS, *MANUEL M. PONCE* (MÉXICO, UNAM, 1982)



4.1 La edición musical en México

Dentro de nuestro objeto de estudio debemos localizar cuál es el género de edición al que nos estamos refiriendo; esto no quiere decir que la propuesta que establezcamos no pueda aplicarse en general a la migración de libros impresos a formato digital en general, pero sí queremos establecer claramente que esta investigación se enfoca a un público específico y en un área de la edición concreta.

Mucho se habla acerca de la edición de textos literarios, investigaciones académicas de ciencias y humanidades, pero existen escaso textos donde se aborde concretamente sobre la edición musical; tema que para nosotros es relevante, ya que, nuestro interés se encuentra en la migración de libros impresos que versen sobre esta área de las artes.

La publicación musical es un género de la edición que no es muy recorrido por los grandes editores; debemos saber que como área artística existe muy poca demanda de estos materiales; existirán varios subgéneros —monografías, catálogos, compilaciones de partitura, epistolarios, memorias— sobre todo enfocados hacia la publicación de ediciones sobre música popular, pero específicamente a lo que nos estamos refiriendo es a publicaciones sobre lo que se llama “música clásica”⁷⁶ pero que nosotros definiremos propiamente como *música académica*.

Las características de contenido que debe tener un original para poder ser considerado una edición musical son las siguientes: se trata de partituras, obras específicas para un instrumento o vocal, monografías donde se encuentren ejemplos musicales aunque sean fragmentos cortos, manuales de teoría musical (solfeo, armonía, contrapunto, orquestación, etcétera) y artículos de investigación sobre algún aspecto relacionado con este arte; así podemos concluir que en este género de la edición encontraremos, libros, revistas y partituras.⁷⁷

En México la edición musical es escasa; existen pocas editoriales que dediquen su catálogo a este género de la edición; lo más común es encontrar monografías sobre la vida y las obras de algún compositor y menos usual la edición de tirajes dedicados a partituras. Dentro del sector privado encontramos las mencionadas monografías, pero es en las instituciones públicas donde sí encontramos ediciones musicales que son producto de

⁷⁶ El término *música clásica* llega a nosotros como un concepto derivado de la música compuesta por medio de estructuras europeas como en el periodo del clasicismo musical y es por ello que se ha aplicado a toda la música de concierto, sin importar si pertenecen a otros periodos musicales como el Barroco, Romanticismo, Nacionalismo, etcétera.

⁷⁷ Entrevista realizada a Sandra Salgado Marín del Departamento de Publicaciones de la Facultad de Música de la UNAM el día 16/06/2015 “se trata de una partitura, que puede ser una partitura en sí, es decir una obra específicamente para un instrumento musical o para canto, pero si no es una partitura y es un libro tiene ejemplos musicales aunque sean cortos, esa es una características exclusiva de la ediciones musicales; la notación musical”.

Capítulo IV

la investigación que se realiza en estos centros; los más importantes a nivel nacional son el Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información Musical “Carlos Chávez” (CENIDIM);⁷⁸ la Universidad Nacional Autónoma de México dentro de la Facultad de Música y el Instituto de Investigaciones Estéticas⁷⁹.

Esto no quiere decir que el total de los productos de edición musical que se consumen en México sea editados por estas instituciones; existe un gran consumo de ediciones provenientes del extranjero, que son realmente las que utilizan día a día los artistas e investigadores. Centrándonos en el subgénero de las partituras podemos ubicar que se comercializan las provenientes de Europa como las ediciones Weiner Urtext, Real Musical, G. Henle Verlag y Ricordi entre las más importantes, también se encuentran las americanas Dover y Schirmer.

Actualmente en México se hace muy poca edición de partituras, aunque este género de la edición tuvo un periodo de auge durante el siglo XIX, tal vez porque así lo demandaba el mercado editorial de aquella época; hoy en día tenemos productos editoriales que son parte del trabajo de investigaciones o de las ediciones de obras inéditas o reediciones en su mayor parte de compositores mexicanos.

Dentro de esta investigación hemos analizado un nuevo modelo de edición que se encuentra en pleno desarrollo y que nuestro objetivo es poder ponerlo en marcha encaminado a la edición musical digital, en un inicio en el género de monografía musical pero no descartamos la posibilidad de realizar las ediciones de partituras con este nuevo modelo. Para poder analizar la edición musical en México debemos realizar un recuento de su desarrollo histórico.

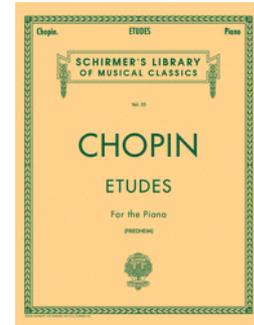


Figura 4.1. Portada de una edición de la casa Schirmer.

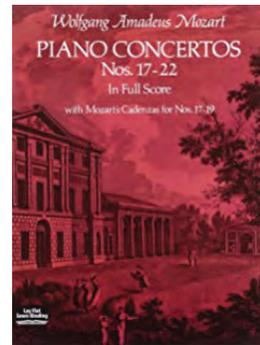


Figura 4.2. Portada de una edición de la casa Dover, Nueva York.

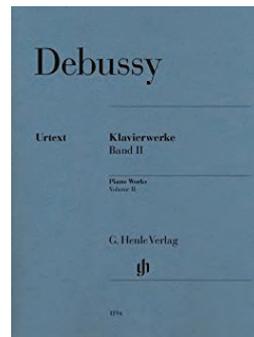


Figura 4.3. Portada de una edición de la casa Hanle Verlag.

⁷⁸ CENIDIM -INBA < <http://www.cenidim.bellasartes.gob.mx/> >.

⁷⁹ UNAM, FAM < <http://www.fam.unam.mx/> >, IIE < <http://www.esteticas.unam.mx/> >.

4.1.1 Breve recuento histórico sobre las ediciones musicales en México

Las ediciones de música en México tienen su origen en los tiempos de la colonia, primero con las ediciones enviadas por Carlos V desde España por medio de los Franciscanos a la Catedral de México. Entre las colecciones de ediciones musicales antiguas que hasta nuestros días se conservan cabe destacar una de las más importantes que es la que se encuentra en la Biblioteca Nacional de México y corresponde a los *manuscritos y libros raros y curiosos*; en su colección de Música Mexicana encontramos obras que datan de 1554 a 1910 y en el hallamos los primeros libros de música en México.

Chapa Bezanilla marca que el año de inicio de las publicaciones musicales en México es en 1556 y comienza con la impresión del primero de 12 libros litúrgicos de música; los 11 aparecieron posteriormente entre 1560 y 1589 (2012: 176).

Este primer libro de música fue impreso para la orden de los agustinos contaba con 80 páginas con el título de *Ordinarium Sacri ordinis heremitarum sancti Augustini episcopi*, el segundo libro fue impreso por Juan Pablos y es el *Manuale Sacramentorum secundum usum ecclesie Mexicane* en 1560, para el año de 1561 se edita el *Missale Romanum ordinarium* que en palabras de Chapa (2012) “era el libro más bello impreso en México en el siglo XVI ya que contaba con 330 páginas en tintas rojas y negra y 52 páginas de música preponderantemente silábica con algunos pñuemas de dos y tres notas y ningún melisma” (2012: 173).

Para finalizar esta primer etapa encontramos a Pedro de Ocharte,⁸⁰ quien editó numerosas ediciones musicales por encargo hasta que fue llevado a la inquisición, uno de sus trabajos más importantes lo editó en el año de 1576 y lleva por título el *Graduale Dominicale* que contaba con cuatrocientas páginas de formato grande y es un libro que respondía a las reformas hechas durante el concilio de Trento.

Durante los siguientes años las ediciones musicales se caracterizaban por ser de corte litúrgico, unos de los más importantes son *liber in quo quatuor pasiones Christi Domini continetur* editado en 1604 por Dídacus López Dávalos, “la breve noticia del canto llano” de Manuel Sánchez (1725) y la *Missa gothica seu mozaribica et officium itidem gothicium* editado por Francisco Lorenzana en 1770 (Chapa 2012: 175).

Otro momento importante en la edición musical en México tiene lugar en el año de 1826 y corresponde al establecimiento de la primer imprenta de música profana que editaba obras de Giuseppe Tartini, jan

⁸⁰ Originario de Rouen Francia, heredero y yerno del primer impresor de México Juan Pablos, y fue el responsable de imprimir numerosas ediciones litúrgicas como el *Psalterium Amphonarium Sactorale*, el *Gradual Dominacale* (1576), un *antiphonarium* (1589) entre otros.

Capítulo IV

Ladislav Dussek, Jean-Philippe Rameau, entre otros y cuyo editor era Manuel Rionda. Aquí encontramos el primer ejemplar editado totalmente en México y es un *vals con variaciones* y es descrito de la siguiente manera:

Este primer ejemplar musical impreso tenía la virtud de que todo en él era mexicano: la composición, la imprenta en que se editó y hasta el papel que se usó, además de que el trabajo presentaba limpieza, claridad y exactitud en el proceso de elaboración (Chapa 2012: 177).

Este ejemplar es uno de los grandes avances en la edición musical en México ya que se puede hablar de un desarrollo de las técnicas en los talleres de impresión y la encuadernación, el hecho de no depender de otros países para poder editar este ejemplar, es uno de los avances más significativos en la edición musical.

Una de las casas editoras más importantes para la edición musical Mexicana se funda en el año de 1839 como consecuencia del fracaso de la casa editora “el instructor filarmónico” que se transformó en la casa editora Wagner y Levien; la casa editora más próspera en México que hasta nuestros días se encuentra dentro del mercado musical, ahora más conocida por la venta de instrumentos musicales que por las publicaciones, pero que durante un gran periodo fue una de las principales editoras de música en el país:

Presenta una variedad de obras para piano del género de salón de diversos autores nacionales: valsos, caprichos, melodías, polcas de salón, mazurkas, etcétera, transcripciones de arias de ópera italiana para piano y zarzuelas, composiciones que habían dominado el qué hacer musical en México en ese siglo, pero también [...]obras de corte nacionalista como Aires Nacionales Mexicanos de Ricardo Castro y la colección de ocho piezas para piano denominada *La india frutera* de Melesio Morales [...] (Chapa 2012: 181).

El siglo XIX en México es uno de los periodos más ricos en la edición de música, durante este periodo podemos encontrar diversas publicaciones, tanto volúmenes completos de obras de compositores extranjeros, así como piezas sueltas para que pudieran ser interpretadas por músicos *aficionados*, una de las obras



Figura 4.4. Portada de una edición de Wagner y Levien.

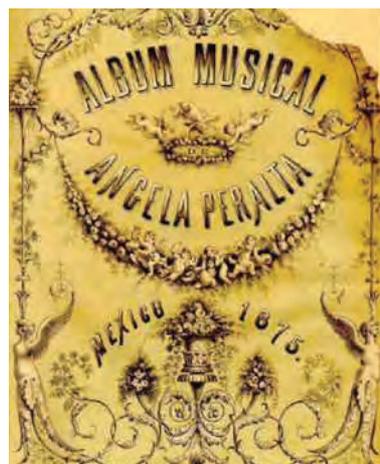


Figura 4.5. Portada del álbum del Álbum de Ángela Peralta (ca. 1874).

más importantes de este periodo es el álbum musical de Ángela Peralta que comenzó a publicarse en 1874 y que se desarrolló en entregas semanales de cuatro páginas, tiene el estilo de la canción italiana que era muy usado en esa época, Chapa nos expone que este álbum estaba compuesto de la siguiente manera:

[...] colección completa de 19 piezas para piano y para canto con acompañamiento de piano, predominan las composiciones de llamada música de salón, consistente en la producción de una vasta literatura pianística que se nutrió de las formas más populares de baile: mazurcas, valsos, polkas, galopas, etcétera. (Chapa 2006: 209).

Al analizar esta obra encontramos que existía una demanda que tenían que cubrir los editores de música, la circulación de este álbum con entregas semanales responde a que existía una circulación de estas piezas en la sociedad mexicana de este periodo; es decir “estas ediciones respondían a una demanda de la sociedad sino estas partituras habrían quedado para los editores”⁸¹

Existieron otros editores durante la segunda mitad del siglo XIX en México, las más importantes fueron: “Rivera, Hijo y cía., H. Nagel sucesores, Bizet y hermanos y Carlos Godard. De estas casas se editaron obras importantes como *Ecos de México* de Julio Ituarte, obras de Tomás de León y la reducción para piano de la ópera *Atzimba* de Ricardo Castro” (Chapa 2012: 179).

En el campo de la prensa musical tiene su origen con el periódico filarmónico por Mariano Elízaga en 1826 (Brennan 2016: 4), que servía como boletín oficial de la anteriormente mencionada Sociedad filarmónica mexicana, le siguieron el seminario musical de Jaime Nunó.

Existió una publicación semanal donde se difundían obras breves para piano y canto, métodos cortos de enseñanza musical, crónicas, etcétera y fue editada por Antonio Gómez en 1842, llevó por nombre *el instructor musical*, Gustavo E. Campa editó la *Gazeta mu-*

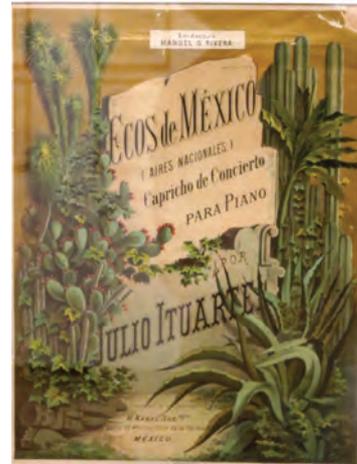


Figura 4.6. Portada de *Ecos de México* de Julio Ituarte.

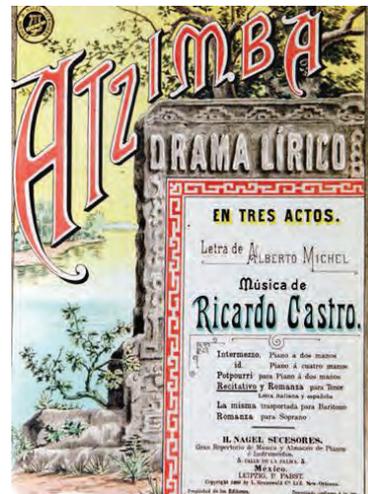


Figura 4.7. Cartel de la ópera *Atzimba* de Ricardo Castro.

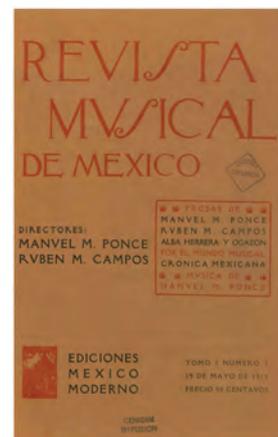


Figura 4.8. Número 1 de la *Revista Musical de México*.

⁸¹ Entrevista realizada a María de los Ángeles Chapa Bezanilla el día 2/09/2015.

Capítulo IV

sical que tuvo un periodo de circulación de 1896 hasta 1914 (Chapa 2006:218).

También durante esta época se incluían críticas y crónicas musicales en los periódicos como: *El hogar, el siglo XIX, El imparcial, El cronista de México, El globo, El monitor de la República* etcétera; existía una respuesta de los lectores ante estas publicaciones ya que era muy popular que se incluyeran valeses, mazurcas, impromptus, danzas, romanzas óperas y zarzuelas (Chapa 2006: 218) en las ediciones de estos diarios; seguramente dirigidas para el público aficionado a la música.

Durante el siglo XIX podemos asegurar que existió un auge de la edición musical, como ya lo habíamos mencionado; esto respondía a una demanda del público, cada vez era más común que se incluyeran crónicas sobre conciertos de música, reseñas de obras, composiciones para piano, canto con acompañamiento de piano, un ejemplo de esto lo encontramos en la publicación llamada *Revista de Revistas*.⁸²

Una de las publicaciones periódicas más importantes para la edición musical en México es la que fue editada por Manuel M. Ponce, *La revista musical de México* en 1919, considerada la primer publicación de estilo modernista; siguiendo este camino aparecieron *Música, Revista Mexicana* En el nombre de publicaciones editada por Daniel Castañeda y Gerónimo Baqueiro Foster. Una de las últimas publicaciones de este periodo y que tuvo gran importancia fue *Nuestra música* editada por los grandes compositores Rodolfo Halffter, Blas Galindo y José Pablo Moncayo.

En el año de 1963 la pianista Esperanza Pulido editó la revista *Heterofonía* editada en el Conservatorio Nacional de México y que posteriormente se convirtió en la publicación oficial de esta institución (Brennan 2006: 3), (Chapa 2006: 218). Esta publicación después de la muerte de su editora pasó a manos del CENIDIM convirtiéndose en su publicación institucional; es “una revista que se ha convertido más en una publicación de musicología que de divulgación, lo cual me parece bien que haya diversas revistas que cubran varios aspectos de la música en México” (Brennan 2006: 4).

⁸² Entrevista realizada a María de los Ángeles Chapa Bezanilla el día 2/09/2015.



Figura 4.9. Número 55-56 de la revista *Pauta*.



Figura 4.10. Número 153 de la revista *Heterofonía* del CENIDIM.



Figura 4.11. Ejemplo de una publicación del Proyecto Editorial Manuel M. Ponce de la FAM-UNAM.

Finalmente en el año de 1982 se edita la revista *Pauta* por el compositor Mario Lavista, inspirada en la revista *Nuestra Música* de Halffter, donde se mantiene un diálogo entre varios compositores y se incluyen a otros artistas alrededor de un tema específico.

4.1.2 Los principales editores de Música en México y el proceso de edición musical (siglo xx y XXI)

Como mencionamos en el apartado anterior la edición musical es uno de los géneros de la edición que tiene un público muy reducido, en México existen muy pocos editores de música y todos corresponden a instituciones públicas, no existen casas editoriales privadas que se dediquen a editar obras sobre este género.

Las principales instituciones que publican sobre edición musical son en primer lugar el Instituto Nacional de Bellas Artes a través del Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información Musical “Carlos Chávez” CENIDIM; la Universidad Nacional Autónoma de México a través de la Facultad de Música y el Instituto de Investigaciones Estéticas; la Universidad Veracruzana y el Conservatorio de las rosas.⁸³

El objetivo de este apartado es analizar como llevan a cabo los procesos de edición musical los principales editores de música, pero solo se tomarán dos casos; el de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) en el Departamento de publicaciones de la Facultad de Música (FAM) —cuyo trabajo de edición comienza en el año 2000—, y el del Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información “Carlos Chávez” (CENIDIM). —cuyo trabajo se encuentra fechado desde 1976—.

4.1.2.1 El proceso de edición en la Facultad de Música de la UNAM

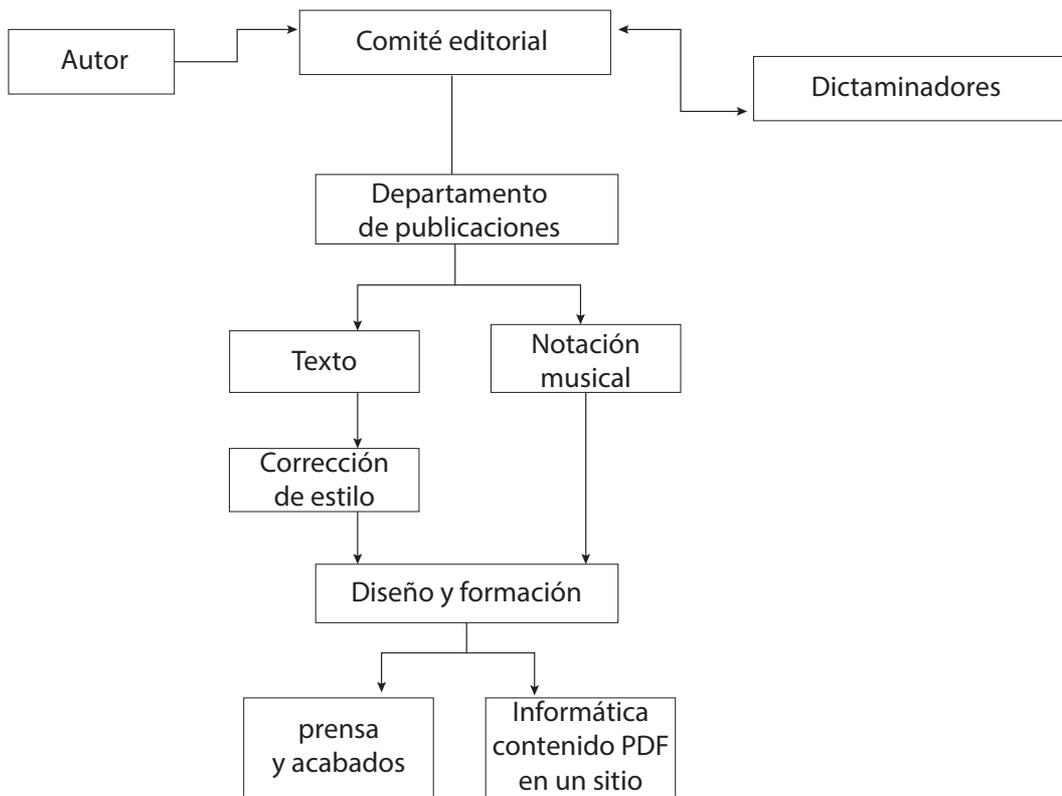
La Facultad de Música de la UNAM es una de las pocas instituciones de educación musical superior de nuestro país, fue fundada en el año de 1929 pero el desarrollo de sus publicaciones ya en forma organizada y regular datan del año 2000⁸⁴ cuando la dirección convocó a que los docentes sometieran sus investigaciones ante el Comité Académico para generar publicaciones, así en ese año se comenzó con la publicación de un boletín en el que se presentaban algunos artículos de investigación y además del surgimiento de uno de los proyectos más importantes de la institución el cual es el *Proyecto Editorial Manuel M. Ponce* cuyo objetivo es el de editar las obras del compositor.⁸⁵

⁸³ Información recuperada de la entrevista con el Mtro. José Luis Segura coordinador de investigación del CENIDIM, realizada el 17 de octubre de 2016.

⁸⁴ Información recuperada de la entrevista con la Mtra. Sandra Salgado Marín del Departamento de Publicaciones de la FAM, UNAM, realizada el 16 de junio de 2015.

⁸⁵ En el año de 1998 la en ese entonces Escuela Nacional de Música recibió de manos de

Proceso de edición en la Facultad de Música de la UNAM



Esquema 4.1. Proceso de edición de la Facultad de Música, UNAM.

El catálogo de publicaciones de la Facultad de Música se encuentra conformado de los siguientes géneros de la edición: en su mayor parte de partituras, publicaciones periódicas, monografías y discos, se publican en promedio 16 títulos al año.⁸⁶ Los títulos fuertes dentro del catálogo editorial de la facultad es el que concierne al *Proyecto editorial Manuel M. Ponce* que cuenta con 45 títulos ya publicados, 10 títulos de partituras, 18 títulos de libros entre los que encontramos métodos didácticos y monografías, 9 títulos de discos, 3 diferentes publicaciones periódicas las cuales son: *Cuadernos Interamericanos de Investigación en Educación Musical* (8 títulos), el boletín *Tempus*(publicación mensual) y los *Cuadernos de Iconografía Musical* (publicación semestral).

El proceso de edición de la Facultad de Música es muy sencillo, en primer lugar se recibe una obra que es sometida ante el Comité Edito-

Carlos Vázquez —heredero universal de Manuel M. Ponce— el acervo de composiciones en facsimilar y se encuentran en resguardadas en el área de Música Mexicana de la Biblioteca Cuicamatini.

⁸⁶ Información recuperada de la entrevista con la Mtra. Sandra Salgado Marín del Departamento de Publicaciones de la FAM, UNAM, realizada el 16/07/2015.

rial el cual se encarga de dictaminar la obra, una vez que la obra es dictaminada se entrega al Departamento de publicaciones. Hemos decidido dividir el original en dos partes; la primera corresponde al texto el cual es el cuerpo de la obra y el segundo al de la notación musical ya que este segundo elemento se debe trabajar de manera especial.

El texto se revisa por el corrector de estilo y se realizan las correcciones en originales, posteriormente se forma y se realizan las correcciones en galeras que ya incluyen la revisión ortotipográfica. La Notación musical en la FAM se recibe en tres formatos; TIFF, JPG o PDF, en este proceso no se utilizan programas de dibujo musical⁸⁷ debido a que no se cuenta con el personal que pueda realizar las transcripciones, debemos dar énfasis en que la transcripción musical debe ser realizada por personas con conocimientos de notación musical; por ellos en la FAM se ha optado por recibir archivos gráficos de las partituras y manejarlos como imagen.

Finalmente se preparan los archivos para prensa y se les da dos salidas; la primera es mandar a la imprenta y el segundo es que algunas publicaciones se encuentran alojadas en la red por lo cual se mandan los archivos PDF al Departamento de Informática para que los contenidos sean subidos en línea.

4.1.2.2 El proceso de edición en el CENIDIM

El Centro de Investigación, Documentación e Información Musical “Carlos Chávez” (CENIDIM) fue creado en 1974 es parte de otros cuatro centros de investigación del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA); tiene como misión el estudio y conocimiento de la música en México así como su rescate, conservación y divulgación.

El catálogo editorial del CENIDIM⁸⁸ está conformado por monografías —biografías, estudio de caso—, catálogos de obras —de compositores como Melesio Morales, Rodolfo Halffter—, facsimilares de libros —colección de facsimilares de libros importantes en la historia o historiografía de la música en México como *Nociones de Historia de la Música Mexicana* de Miguel Galindo o *Panorama de la música mexicana* de Otto Mayer Serra—, Facsimilares con un estudio crítico, epistolarios, partituras—colecciones de partituras de música mexicana contemporánea, antologías de partituras como la de *piezas para piano del siglo XIX* en México, la colección *El*

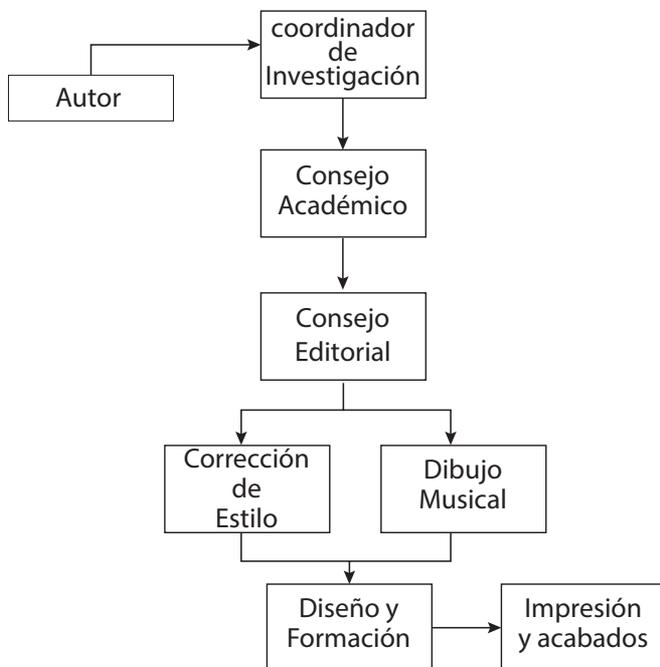
⁸⁷ Sandra Salgado expresa: “[...] Nos envían la partitura en un formato gráfico en Tiff, a veces en PDF o JPG y ahí no hay mucho problema porque los tomamos como imágenes como si fuera una fotografía y nosotros la colocamos ...no tenemos los programas, en algún momento instalaron *Sibelius* y *Finale* para que los tuviéramos y alguna cosa si se llegó a hacer en esos programas, pero a veces contratan un experto en captura musical pero después ya no lo pueden contactar para corregirlo y por alguna cosa hay que detener la partitura”.

⁸⁸ Información recuperada de la entrevista con el Mtro. José Luis Segura coordinador de investigación del CENIDIM, realizada el 17/10/2016.

Capítulo IV

tesoro de la música polifónica en México—, discos y la publicación periódica *Heterofonía*.

Proceso de edición del CENIDIM



Esquema 4.2 Proceso de edición del CENIDIM-INBA, elaborado con información retomada de la entrevista al Mtro. José Luis Segura coordinador de investigación del CENIDIM, realizada el 17 de octubre de 2016.

El proceso de edición del CENIDIM se comienza con un original que en general son investigaciones propias de investigadores del centro, es decir, no se recibe ningún original externo excepto en los artículos de la revista *Heterofonía*. El proceso de edición del CENIDIM comienza de la siguiente manera; el autor entrega el original al Coordinador de Investigación ya que una de sus funciones también es el de coordinar los consejos editoriales. El coordinador de investigación pregunta al autor sobre quiénes propone para dictaminar la obra;⁸⁹ una vez hecha la propuesta se somete ante el Consejo Académico y si éste la aprueba, el coordinador de Investigación convoca al consejo editorial que puede estar conformado por tres participantes (uno perteneciente al centro y dos externos o dos del centro y uno externo, nunca tres del centro o externos), se les entrega el original y se les da un plazo no mayor de un mes para realizar el dictamen.

⁸⁹ En el CENIDIM no se realiza la revisión por pares o doble ciego ya que la comunidad de investigación es muy reducida y existen muy pocos expertos en la materia.

Una vez que están los dictámenes se convoca a una reunión donde se analizan las observaciones y se redacta una bitácora la cual se le hace llegar al autor para que incorpore las correcciones. Estamos hablando que las investigaciones del CENIDIM siempre tienen el dictamen de aprobado con correcciones, por lo que se le da un tiempo al autor para que las incorpore y regrese la obra.

Una vez que las correcciones se encuentran hechas el original pasa a la corrección de estilo donde se revisa la sintaxis y manejo del lenguaje, después se realiza el diseño y formación donde se presentan las propuestas de diagramación y portada. Una vez aprobada pasa a imprenta.

Un punto en el que debemos observar es que dentro del proceso del CENIDIM y en la estructura de su departamento de publicaciones existe un área especializada en el dibujo musical con un programa de notación musical; esto es muy importante ya que por las características del tipo de edición que se realiza debe de existir un área especial que se dedique a realizar las transcripciones de las partituras o de los ejemplos con notación musical, área que debe ser independiente a la de diseño y formación. La ventaja de contar con un área especializada en el dibujo musical es que se puede cotejar con facsimilares o la fuente primaria y en caso de existir un error se pueda corregir.

Al analizar los procesos de edición de dos de los principales editores del país encontramos información muy valiosa la cual nos ayuda a detectar el estado en el que se encuentra la edición musical en nuestro país; encontramos fortalezas y debilidades de dos procesos de edición que a pesar de que tratan sobre el mismo género de edición, los encontramos totalmente diferentes.

El modelo de edición que se lleva en la FAM lo definimos como un modelo de duración corta y directo; como fortaleza en él podemos afirmar que es de fácil control ya que los actores en el proceso son pocos y se encuentran en una constante comunicación, sin embargo; una gran debilidad que tiene su modelo en nuestra opinión es que no se encuentra bien estructurado el departamento además de la falta de recursos tanto materiales como humanos, esto lo afirmamos de la falta de un área encargada del dibujo musical que como lo expresó la Mtra. Salgado “no se cuenta ni con el personal capacitado para realizar esta actividad —la cual demanda una persona que tenga conocimientos de notación musical para poder detectar algún error en la transcripción— ni del software para poder realizarlo”; debemos también comprender que el área de publicaciones en la FAM es de reciente creación y que falta mucho trabajo por desarrollar. Otra de las debilidades que observamos es que si bien, existe un responsable de las publicaciones, este modelo carece de una figura de editor que pueda dar seguimiento al proyecto editorial; encontramos que existen los responsables de publicaciones pero es necesario que exista

Capítulo IV

una figura que esté al pendiente de todos los aspectos que conciernen al proyecto editorial durante el proceso de edición.

Por otro lado el modelo con el que trabaja el CENIDIM lo encontramos más completo; este nos habla de un proceso de edición donde intervienen diversos cuerpos colegiados para la toma de la decisión editorial y notamos que a favor de este modelo existe una persona encargada de vigilar y dar seguimiento a todo el proceso, si bien no se le define como editor si cumple las funciones que este desempeña y es el coordinador de investigación que es quien recibe los originales y se da a la tarea de convocar y coordinar a los cuerpos colegiados para realizar las reuniones y dar salida al proyecto editorial.

En nuestra opinión una de las debilidades que observamos es la ausencia de la revisión por pares ya que en este centro se estiliza que el autor proponga a sus revisores y que ellos dictaminen el original; esta cuestión puede causar ruido ya que las recomendaciones siempre es que la obra sea dictaminada por una persona la cual el autor desconozca, y así se puede evitar un cierto sesgo al momento de realizar el dictamen; aunque este tipo de revisión se justifica en palabras del Mtro. Segura porque la comunidad de investigación es muy reducida y no existen muchos expertos en la materia, a nuestro parecer es necesario aplicar la revisión por pares o doble ciego.

En cuanto al proceso de edición del CENIDIM observamos una estructura en su departamento de publicaciones ya que las áreas se encuentran definidas; área de corrección donde se trata la sintaxis y manejo del lenguaje y un área especializada en el dibujo musical; es verdad que no todas las obras que se publican se realizan con dibujo musical pero dentro de las que sí lo utilizan es una gran ventaja contar con el personal especializado en ello; ya que se puede tener mayor control en el cuidado de la edición. En publicaciones especializadas como las que tratan sobre música es un punto a favor que se puedan manipular los textos —hablamos de la notación musical como una forma de texto—, así se podrá cotejar con los facsimilares o con las transcripciones, y poder detectar algún error y corregirlo inmediatamente, cosa que si se trabajará con imágenes podría ser engorroso y de difícil precisión. Además de que poder contar con los archivos dibujados brinda mayor calidad al trabajo de la edición.

Estos procesos que hemos analizado son muy diferentes entre sí pero nos brindan información valiosa para saber cómo es que se están desarrollando las ediciones de música actualmente. Podemos notar que en general los procesos editoriales en ocasiones son un poco deficientes ya que se requiere de un flujo de trabajo sólido donde las tareas estén bien definidas; a eso debemos sumarle que el trabajar con ediciones especializadas hace la tarea un poco más difícil como el caso

de tener que resolver dibujos especiales y no solo estamos hablando de la transcripción de música si no de ediciones que requieren fórmulas especiales como las de matemáticas o signos fonéticos o antiguos como las de lingüística; todas ellas requieren que las áreas que trabajen estén bien estructuradas y que cuenten con los recursos necesarios.

Una de las ventajas de este análisis es el poder observar fortalezas y debilidades de los procesos de edición en la vida real, para así poder formular un proceso de edición digital propio que pueda servir de modelo para llevar a cabo los proyectos de edición.

4.2 El proceso de edición musical digital para la migración del libro Manuel M. Ponce (UNAM,1982)

El proceso de edición de una publicación digital es el camino que el original debe de seguir para poder convertirse en un producto editorial de buena calidad, la manera en cómo se encuentre estructurado el proceso es lo que va a definir la calidad del producto. Es decir, entre más estructurado y organizado se encuentre el proceso podremos obtener productos con la más alta calidad, tanto en sus contenidos como en su aspecto final.

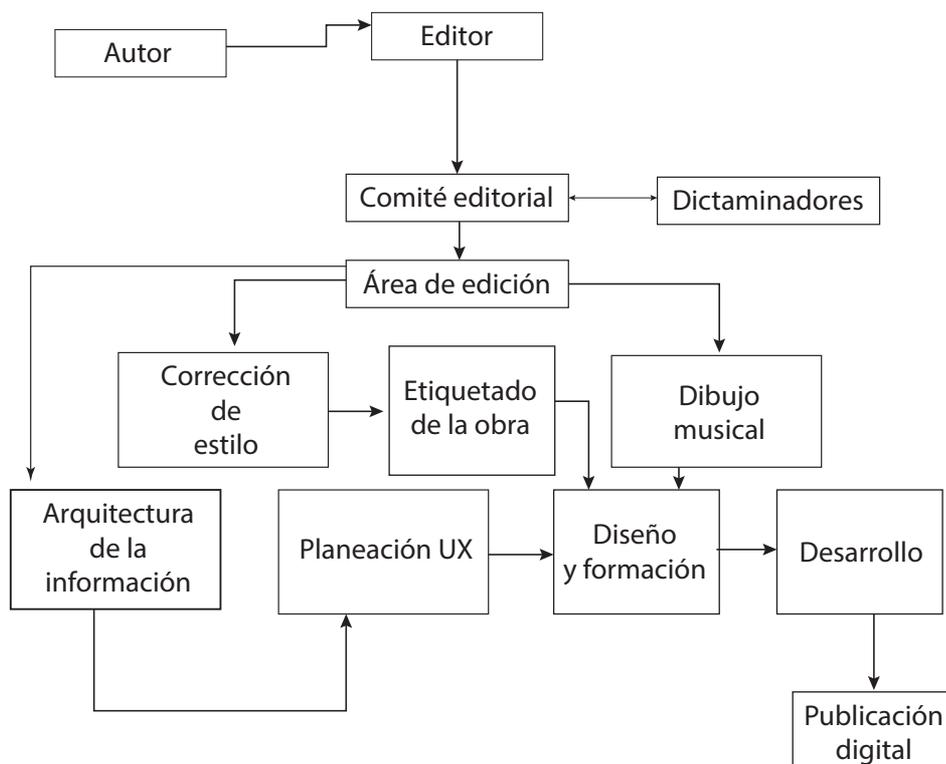
Después de haber realizado un análisis de cómo es que se fue modificando el proceso de edición con la llegada de la edición digital y haber observado el proceso de edición de dos de los principales editores de música en México; propondremos un modelo de edición musical digital que pueda ser la base para la migración de publicaciones análogas a formatos digitales.

El modelo que proponemos se divide en tres etapas; invitamos al lector a que conforme se exponga el proceso de edición acuda a los formatos que se citan y que se encuentran en el Anexo I de la investigación.

La primera etapa del proceso la nombraremos calibrado del original y comienza cuando el original llega a manos del editor en el caso de una obra nueva, para el caso de la reedición de obras, éstas pueden llegar por parte de un autor o bien que el editor se aventure a proponer los títulos. Cuando el editor recibe el original debe realizar el registro del proyecto editorial (Anexo, formato A1) para poder darle seguimiento; el editor debe realizar una serie de revisiones al original y este se puede llamar un predictamen (Anexo, formato A3), si en esta etapa el editor detecta errores que impidan que el proceso de edición se lleve a cabo puede dirigirse al autor mediante una carta (Anexo, formato A4) para expresarle que su original tiene algunas inconsistencias y que ha sido rechazado.

La segunda etapa que hemos denominado Revisión y dictamen comienza cuando si todo se encuentra en orden en el original; éste se presenta ante el comité editorial (Anexo, formato B1).

Proceso de edición musical digital



Esquema 4.3. Proceso propuesto para la edición musical digital.

El original se presenta ante el Comité editorial para su valoración, es ahí donde se propondrán a los dictaminadores que realizarán la revisión por pares (Anexo, formato B2). El dictamen de la obra debe estar siempre basado en los resultados que arrojó la revisión por pares (Anexo, formato B3) una vez hecho el dictamen el comité editorial emitirá el resultado el cual puede ser de tres maneras: aprobado (Anexo, formato B4), rechazado (Anexo, formato A4) y aprobado con correcciones (Anexo, formato B5).

La tercer etapa es la que hemos llamado de edición digital y comienza cuando el proyecto es aprobado por el comité editorial (Anexo, formato C1), cabe señalar que este formato de aprobación se realiza ya que el original está listo para mandarse al área de edición; es decir, si el original fue aprobado con correcciones, este formato de aprobación no se puede llenar hasta que el original haya regresado con todas las observaciones hechas.

Cuando el original llega al área de edición se presenta junto con el *brief* de la publicación (Anexo, formato C2) en el se encuentran los objetivos y alcances que debe tener el proyecto, así como, el público al que va dirigido; es importante determinar los alcances del proyecto y

el público meta ya que así el área de edición puede determinar que recursos necesita para el desarrollo del proyecto; tanto tecnológicos para saber en qué formatos se trabajarán y cuáles son los recursos humanos necesarios.

El trabajo en el área de edición es una labor muy extensa y es ahí donde se termina de dar forma al proyecto; esta área se compone de varias secciones y es por ello que se debe tener un coordinador que pueda supervisar el desarrollo del proyecto en las diversas áreas. Las secciones que componen el área de edición son las siguientes:

- Corrección de estilo
- Dibujo musical
- Arquitectura de la información
- Planeación UX
- Diseño y formación
- Desarrollo

Cada una de estas secciones tiene una tarea específica dentro del proyecto; la de corrección de estilo se dedicará a cuidar la sintaxis y el uso del lenguaje, así como cuidar las referencias y una vez que la obra se encuentre formada en galeras, se corregirán los errores ortotipográficos,⁹⁰ el etiquetado del texto es donde se le dará la jerarquía a las partes de la obra, esto es muy importante ya que al movernos en el medio digital cada sección debe estar definida para poder organizar sus partes mediante las etiquetas ya sean HTML o XML y también para poder tener en cuenta las reglas CSS que se tengan que desarrollar para la apariencia final de la obra.

El área de dibujo musical se dedicará a transcribir las obras en programas de notación musical, una de las ventajas de estos sistemas es que dependiendo de la plataforma en la que se trabajará la publicación puede utilizar estas notaciones como datos importantes dentro del libro; es decir, existe la posibilidad de poder marcar los fragmentos musicales por medio de etiquetas. Existe un lenguaje llamado MusicXML con el que se puede marcar secciones y esto convertirlo en un metadato, también algunos programas para etiquetar xml ayudan a marcar TEI para identificar secciones de una pieza y recuperar posteriormente la información por medio de las búsquedas.

⁹⁰ Debemos señalar que nuestra propuesta es que la corrección de estilo se realiza en una etapa temprana para que cuando se forme la maqueta, el texto se encuentre limpio; en cuanto a la revisión ortotipográfica, si se realizará en lo que las posibilidades del medio permita ya que estamos hablando de formatos en los que en ocasiones no se tienen tanto control del texto como en el impreso.

Capítulo IV

Lo que concierne a las áreas que se dedican al desarrollo de la publicación y que son las de Arquitectura de la información, planeación ux, Diseño y Formación así como la de Desarrollo; deben trabajar conjuntamente, es decir en un primer momento los Arquitectos de la información son quienes se dedican a clasificar todos los paquetes de contenido que contiene el original; es decir clasificarán que tipos de contenidos existen y por medio de jerarquías estructurarán el cuerpo de la obra, toda esta clasificación por medio de los sistemas, esquemas, etiquetas etcétera es organizado y clasificado para poder saber como estará compuesto el contenido; hay que recalcar que la comunicación en esta etapa es muy estrecha con la planeación ux.

Los ingenieros ux que pertenecen al área de planeación se encargarán de diseñar métodos para que el usuario pueda navegar con facilidad por la interfaz de la publicación, gracias a la información recabada por los arquitectos de la información generarán pruebas por medio de los *wireframes* o maquetas; esta información será llevada al área de Diseño y formación quienes generarán los estilos visuales para el aspecto final de la publicación, aquí junto con la información de los arquitectos y los ingenieros ux se desarrollarán botones, animaciones, videos, ilustraciones, infografías, etcétera, todo lo que requiera la publicación .

El desarrollo es una de las partes importantes en este punto del proceso, los desarrolladores programarán cada uno de los elementos que ya fueron definidos desde un etapa temprana por los arquitectos y se situarán en el lugar que les fue asignado por los ingenieros ux y con el aspecto que se planeó por los diseñadores, esta es un etapa que podemos llamar *Diseño Back end* donde se realizan todos los procesos de programación y compilación; todo aquello que el usuario no ve pero que se encuentra dentro de la publicación, finalmente se compila y se tiene el archivo en el formato que se estableció, dicho archivo tendrá que pasar una serie de pruebas en diversos dispositivos para que finalmente se entregue al editor y comience una serie de trámites legales para su comercialización.

Todos los proceso se encuentran controlados por el coordinador de edición quien en una hoja de control irá documentando cada parte del proceso (Anexo, formato C3) y rendirá cuentas de todo ante el editor.

En el siguiente apartado analizaremos la metodología que se utiliza para establecer la AI y así comprender como es que los contenidos se estructuran y toman forma para poder realizar el proceso de edición.

4.2.1 Metodología para la Arquitectura de la información

Ya que hemos analizado la anatomía de la arquitectura de la información (AI) y hablamos sobre qué partes de ella son aplicables a los libros

digitales, mostraremos una metodología para aplicar los conceptos de la AI y realizar la migración de una publicación análoga a formato digital por medio de un proceso de edición digital.

La metodología para la AI que utilizaremos la retomamos de Morville y Rosenfeld que en su libro *Information Architecture for the World Wide Web* (2007) establecen los conceptos principales de esta disciplina; y exponen una metodología a través de la cual se pueden integrar los conceptos explicados anteriormente dentro de un proyecto *web*. Nuestra segunda referencia es la de Pérez-Montoro quien en su libro *Arquitectura de la información en entornos web*; retoma a dichos autores y establece una metodología basada en sus conceptos.

Hemos elegido esta metodología ya que es la expuesta por quienes han acuñado este término y además en la revisión bibliográfica hemos encontrado que siempre se hace referencia a la metodología Morville y Rosenfeld. Lo expuesto en este capítulo en su gran mayoría está planeado para la creación de sitios web, sin embargo; hemos adaptado esta metodología para la planeación de proyectos de edición digital.

Queremos hacer énfasis en que un libro digital se comporta de manera similar a la de un sitio web por ello hemos basado parte de nuestra investigación en estudiar la Arquitectura de la Información para poder estructurar por medio de *las buenas prácticas* una publicación digital.

La metodología de Morville y Rosenfeld se divide en varias etapas que son: investigación, estrategia, diseño, implantación y administración y las definen de la siguiente manera:

- *La fase de investigación* comienza con la revisión de materiales de referencia y reuniones con el equipo de trabajo, dirigido a comprender a fondo los objetivos y el contexto[...]
- [...] *la estrategia* proporciona un mayor marco de referencia para la AI, estableciendo la dirección y el alcance que guiará el proyecto a través de la implantación.
- *La fase de diseño* es donde toma forma la estrategia de la AI, creación, los mapas (*blueprints*), las maquetas (*wireframes*) y el esquema de metadatos que serán usados por los diseñadores gráficos, programadores, autores de contenido y el equipo de trabajo [...]
- *La fase de implantación*: es cuando el diseño se pone a prueba como un sitio construido, probado y lanzado[...] (Morville y Rosenfeld 2007: 232).

Las partes de esta metodología las hemos agrupado en tres grupos de acuerdo con Pérez Montoro (2010) este proceso en tres fases: la de análisis; la de diseño y la de implantación. Cabe señalar que a pesar de que la metodología está pensada para aplicarse en entornos web, nosotros la empleamos y adecuamos para las publicaciones digitales, tomando como

en un principio las características similares de los entornos web con las publicaciones digitales y en segundo lugar sustentándonos con el análisis que realizamos de la AI aplicada a libros digitales en el capítulo anterior.

4.2.1.1 Fase de análisis

Editar una publicación es un proceso en el que intervienen diferentes profesionales las cuales pertenecen a diversas áreas, pero la decisión de comenzar un proyecto de edición proviene del editor; como ya analizamos en los primeros apartados, la figura del editor es fundamental para garantizar la calidad de la edición y de los contenidos de ella.

Cuando hablamos de la edición digital de una publicación debemos tomar en cuenta la existencia de la figura del *editor digital*; que se encuentra rodeado de un personal capacitado para llevar a cabo este proceso. En apartados anteriores ya describimos el nuevo flujo de trabajo de la edición a partir de la incorporación de las nuevas tecnologías; además ponemos énfasis en que el editor digital debe estar al pendiente tanto del proceso de recepción de originales, como del proceso de AI, por ello el editor también debe estar al tanto de en qué consiste este proceso y cuáles son las tareas que realizará el arquitecto de la información.

La primer fase de esta metodología corresponde al análisis y lo primero es la planeación del proyecto. Comenzar una edición digital de una publicación que ya fue editada en papel no es una decisión que se pueda tomar a la ligera, realizar una edición digital debe obedecer a varios criterios; si nos situamos en el contexto de la creación de un catálogo editorial, la primera razón debe ser porque es una demanda del mercado; es decir, que es una necesidad en cierto sector editorial y existe un público que adquirirá esta publicación; otra razón un poco menos comercial pero muy válida es la que se sitúa en el contexto de la conservación, digitalizar una obra que tiene alta demanda y de la cual se cuentan con pocos ejemplares.

No se puede digitalizar una obra como una decisión unilateral; la decisión de digitalizar un texto —o en nuestro caso realizar la edición digital de una obra— debe obedecer a ciertos criterios. Para ejemplificar estos nos referiremos a Los *criterios de selección para la preservación por reformateado digital* de la División para la preservación por reformateado digital de la Biblioteca del Congreso de EUA⁹¹ y que retomamos de Voutssás (2006: 49).⁹¹ [...] La selección de materiales para la preser-

⁹¹ Debemos tomar en cuenta que solo retomamos los criterios aplicables para la edición digital propuestos por la División para la preservación por reformateado digital de la Biblioteca del Congreso de EEUU, ya que ésta contiene aspectos diferentes a nuestro objetivo. finalmente proponemos un modelo para la toma de decisión para la edición digital.

vacación por reformateado digital se basa en el valor, uso, condición, características del documento original y conveniencia de las reproducciones digitales para uso y acceso”.

- Valor: se dará prioridad a los materiales de interés nacional, de alto valor y sin riesgo. La entrega de copias digitales de este tipo de información es altamente deseable; en parte para servir como preservación preventiva, así como por su seguridad, lo que se pretende lograr al reducir el manejo de los originales.
- Condición: los documentos que no estén en servicio por daño o fragilidad son candidatos que se encuentran para el reformateado digital, ya que son documentos que se encuentran actualmente en soportes inestables.
- Uso: los materiales originales que tengan una tasa de demanda muy alta o altos costos de recuperación son fuertes candidatos para el reformateado digital.
- Características del original: los originales en distintos formatos físicos y con características diferentes son elegibles para reformateado digital, incluyendo documentos encuadernados o sueltos, fotografías, negativos y documentos a color. Esta lista de posibles candidatos se irá expandiendo en un futuro.
- Ayuda al acceso: la ayudas para el acceso de todo tipo son elegibles para el reformateado digital, especialmente cuando las ventajas de la tecnología digital signifiquen la mejora para el acceso a colecciones en papel o microfilmadas . Por ello las ayudas al acceso tales como índices, resúmenes, bases de datos , etcétera, serán consideradas adecuadas bajo este propósito.

Tomando en cuenta lo anterior, comentamos que el proyecto de reedición que abordaremos surge de la necesidad de reeditar publicaciones que se encuentran agotadas pero que siguen teniendo gran demanda; el libro que hemos elegido para su edición digital es una obra de ensayo que es utilizada en un contexto universitario, como parte de una asignatura de nivel licenciatura; pero también se ha seleccionado para ser parte fundamental de una colección de libros digitales sobre compositores mexicanos. Esta colección se plantea a futuro y consiste en la reedición de títulos agotados de monografías sobre estos compositores.

Un primer paso antes de comenzar la migración de este libro; es tener claro cuál es el *brief* u objetivo de la publicación y cuáles son las necesidades que debe solucionar nuestra edición; además la obra debe estar inscrita dentro de un catálogo de publicaciones digitales y debe tener un público meta el cual recibirá la publicación.

El análisis de contexto es una fase en la que a partir de distintas operaciones lograremos saber que necesidades tiene un cierto sector

Capítulo IV

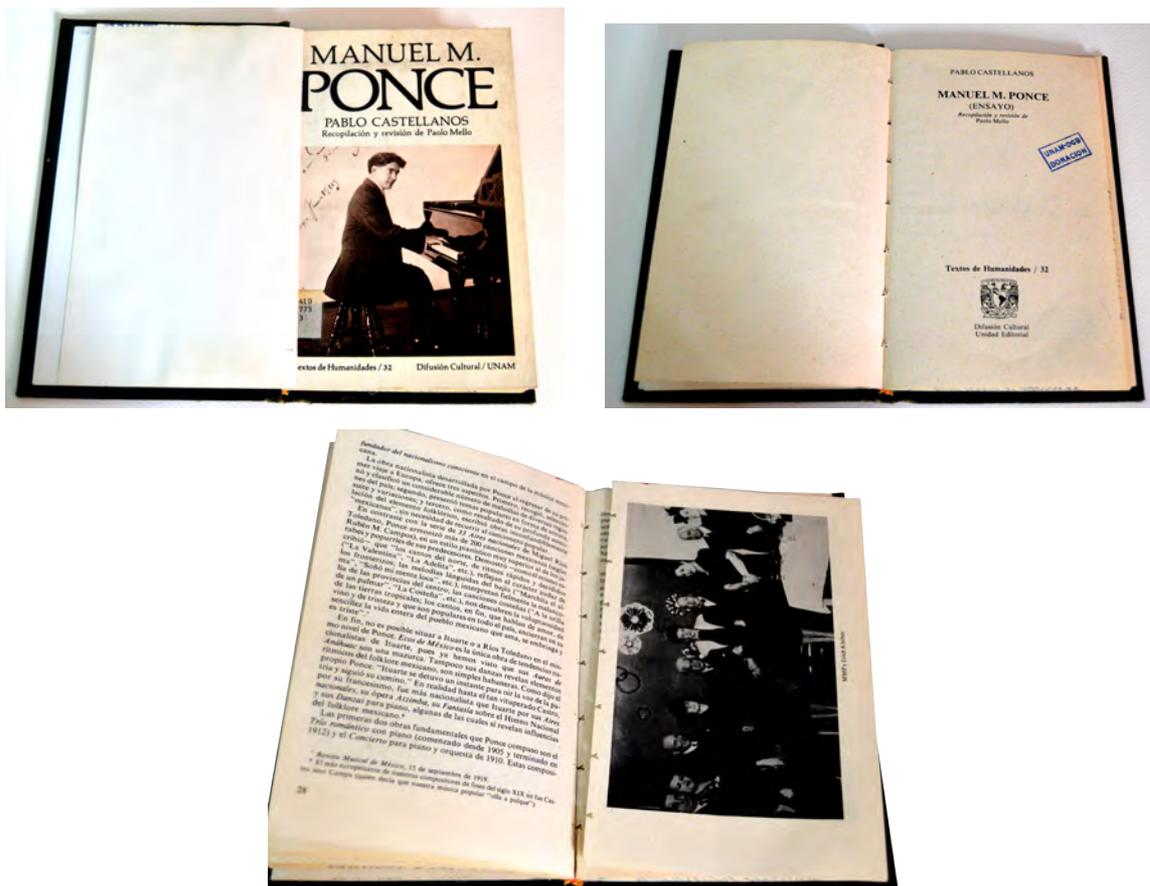


Figura 4.12. Imágenes que documentan el estado en el que se encontraba el ejemplar consultado de la Biblioteca Central, UNAM.

del mercado y aprovechando este análisis podremos colocar nuestro producto editorial; Morville y Rosenfeld (2007: 234) nos exponen que “realizar una investigación en el contexto de negocios puede ser un buen lugar para comenzar”; es por ello que el primer paso es una investigación de contexto.

Esta operación no está tan alejada de lo que comúnmente se realiza en la industria editorial y es la creación de un *brief*; este se refiere a las especificaciones que un proyecto debe cumplir; en este caso debemos de tener ciertos objetivos tanto de mercado como de comunicación que nuestra edición debe cumplir.

Un *brief* editorial debe cumplir las preguntas: ¿Cuál es el objetivo de la publicación?, ¿A quién va dirigido el producto?, ¿Qué tipo de publicación se editará?, ¿Qué recursos se necesitan para la edición del original?

A continuación mostramos el Brief de nuestro ejemplo práctico en la investigación:

	<p>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO DEPARTAMENTO DE PUBLICACIONES</p>
<p>Brief de la publicación</p>	
<p>Número de registro <u>ENM-001</u></p>	
<p>Título: <u>Reedición digital del libro Manuel M. Ponce</u></p>	
<p>Autor: <u>Castellanos, Pablo</u></p>	
<p>Área: <u>Música Mexicana</u></p>	
<p>Sinopsis de la obra: <u>Se trata de un breve ensayo donde se describe la vida del compositor y se realiza un análisis de sus obras más importantes, organizadas según el periodo en el que apreciaron, cuanta con ejemplos musicales.</u></p>	
<p>Descripción del proyecto: <u>Libro digital de maquetación fija interactivo, que incluye audio de las obras más importantes así como ejemplos con notación musical</u></p>	
<p>Usuarios o posibles lectores: <u>Estudiantes que cursen asignaturas como Historia de la Música Mexicana</u></p>	
<p>Características del producto: <u>Edición Digital, multiplataforma, requiere diseño editorial, arquitectura de la información, redibujo musical y no requiere desarrollo</u></p>	
<p>Formato: <u>ePUB maquetación fija</u></p>	
<p>Identificadores: <u>ISBN, DOI</u></p>	
<p>Fecha posible de término de edición: <u>marzo 2017</u></p>	

Figura 4.13. Ejemplo de formato de Brief de publicación.

Capítulo IV

Después de establecido el *brief* se llevan a cabo una serie de reuniones:

La primera es una presentación con todo el equipo de trabajo; en esta presentación “es bueno tener a los autores, desarrolladores de software, diseñadores gráficos, equipo de ventas” (Morville y Rosenfeld 2007:235), todo esto con la finalidad de poder comprender los problemas que se deben resolver en el desarrollo del proyecto.

Reunión del grupo de estrategia o como nosotros lo podemos expresar “el equipo de trabajo”; esta reunión tiene como objetivo definir cuáles son los objetivos, la misión, visión del proyecto la funcionalidad, los contenidos.

Los autores especifican una reunión con los creadores de contenido, esta especificación es muy típica en un entorno web; para nuestro uso práctico los denominaremos como los autores o coordinadores; es importante tener una reunión con ellos ya que se pueden discutir la importancia que tiene el contenido que llevará la edición, qué tecnología son las que tenían pensadas para sus contenidos, qué tipo de material es el que se incluirá dentro de la edición; si es contenido estático o dinámico.

La Reunión sobre tecnología de la información es muy importante realizar una junta con los responsables del desarrollo tecnológico de la edición; podríamos tener un proyecto en la mente que realizara diversos procesos que incluyen programación y desarrollo que tal vez no esté a nuestro alcance en estos momentos; por ello es importante ver con que tecnologías se cuentan para realizar el proyecto, por ejemplo si mi edición se debe de conectar con un repositorio de partituras, es de suma importancia que tenga a alguien que pueda desarrollar una base de datos dentro de mi equipo de trabajo, por ello evaluar cuales son los alcances tecnológicos con los que contamos es de suma importancia.

Una vez que hemos analizado el origen del proyecto y que se nos ha entregado un *brief* de la publicación como el que hemos mostrado anteriormente; comenzamos una etapa de análisis de contenido.

Entendemos que al *contenido* como “cualquier paquete de información representada en un documento con cualquier formato” (Pérez-Montoro 2010: 324); es decir, cualquier paquete de información ya sea escrito, visual o auditivo debemos tomarlo como parte de la edición —nos referimos a distintos tipos de información diferentes al escrito ya que en las publicaciones digitales lo más usual es incorporar contenidos multimedia—, en esta primer etapa es de suma importancia clasificar los distintos contenidos que conformarán nuestra publicación, para analizarla y posteriormente crear los distintos sistemas que ayuden a su fácil localización dentro de la obra.

Morville y Rosenfeld (2007) proponen tres operaciones para realizar el análisis de contenido y son la evaluación heurística, la construc-

ción de mapas de contenido y el *benchmarking*; estas son las tres etapas que seguiremos en el análisis del contenido de una publicación. Antes de aplicar las operaciones sugeridas debemos clasificar el tipo de contenido que llevará nuestra publicación.



Figura 4.14. Página principal del repositorio de investigación y documentación e información musical "Carlos Chavez", INBA.

La obra que se migrará es una edición musical del tipo monográfico y contiene diversos tipos de contenido. En una primera etapa al evaluar los contenidos de la versión impresa hallamos que la mayoría de esta clase de obras son los textos de los diferentes apartados en los que se desarrolla la monografía, fotografía tomada de una colección particular, ejemplos musicales con notación musical y un catálogo de obras del compositor. Siguiendo los lineamientos del *brief* editorial, tomamos la decisión de incorporar nuevo material; como audio para los ejemplos musicales que se citan. Organizar el tipo de material nos ayudará a tener un mayor control en el tipo de información que se maneja; y así poder desarrollar los diversos sistemas para su fácil localización dentro de la estructura de nuestra publicación digital.

La primer operación para el análisis del contenido es la *evaluación heurística* y consiste en lo siguiente:

[...] Es una crítica de un experto evaluando un sitio web confrontando una línea de diseño ya sea formal o informal; usualmente es mejor que sea realizada por alguien ajeno al grupo de trabajo,; ya que esta persona puede dar

Capítulo IV

un punto de vista nuevo y no se encuentra viciado con consideraciones políticas[...] (Morville y Rosenfeld 2007:240).

En el caso de nuestra publicación no podemos realizar esta evaluación; ya que esta solo se podría llevar a cabo si se tratará de reeditar una publicación que fuera *born digital* o ya se encontrara en formato digital y no es nuestro caso de estudio. La *evaluación heurística* consiste en una serie de preguntas que evaluarán la usabilidad y la pertinencia de información dentro de una publicación digital, Remitimos al lector a la Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web de Hassan Montero Yusef, Martín Fernández y Francisco J. (2003) para mayor información.⁹²

La elaboración de *mapas de contenido*⁹³ ayuda a visualizar la información que contiene la publicación, así podremos clasificar los diversos materiales con los que contamos y así poder agruparlos de una manera práctica; debemos clasificarlos:

- Formato: si es un texto, audio, imagen o video
- Tipo de documento: que clasificación pertenece; es un catálogo, un artículo, reporte, etcétera.
- Fuente: quién realizó el documento.
- Tema: de que trata el contenido.

Analizar el contenido nos puede arrojar datos interesantes para poder clasificar la información y nos ayuda a obtener los metadatos y sus clasificaciones que son: metadatos estructurales, descriptivos y administrativos, por ejemplo:

[...] en el caso de los estructurales, describiremos cuál es la posición del contenido con respecto a la estructura...(si pertenece a la página principal o a la de segundo nivel en la jerarquía, etcétera), cuál es su estructura (de qué otros contenidos o unidades está formado) y como se accede a las unidades que los conforman (de forma directa, desde otros contenidos, por el sistema de búsqueda o por el sistema de navegación, por ejemplo), los metadatos descriptivos, en cambio, recogen las propiedades del contenido (título, autor, etcétera) y los administrativos, los que permiten integrarlo con el contexto de la gestión de los contenidos (quién lo ha creado, a quién pertenece, cuándo fue creado, cuándo hay que revisarlo o cuándo hay que extraerlo del sistema, entre otros). (Pérez-Montoro 2010:325).

⁹² Yusef Hassan Montero, y Francisco J. Martín Fernández, (2003). "Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web" en *No Solo Usabilidad*, n° 2, 2003. disponible en: <<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/heuristica.htm>>, [fecha de consulta: 22 de febrero 2016].

⁹³ El mapa de contenido es una representación visual de la información existente en el medio (Morville y Rosenfeld 2007: 244).

Otra de las operaciones propuestas en la metodología es el uso del *benchmarking*;⁹⁴ se proponen dos tipos: el competitivo y el de rendimiento (Pérez Montoro 2010: 327). El que utilizaremos en el desarrollo de nuestro proyecto es el competitivo ya que involucra el estudio de otras arquitectura o en este caso lo tomamos como hacer un estudio de la posible competencia que tiene nuestra edición y así poder evaluar fortalezas y debilidades de nuestro proyecto.

El caso del *benchmarking* de rendimiento se refiere a la evaluación de una AI ya hecha para encontrar como se pueden realizar mejoras; es decir si nosotros ya tuviéramos desarrollada nuestra edición digital, podríamos realizar esta operación para crear una nueva versión de la misma a partir, del análisis y de la solución de problemas de la arquitectura anterior; podríamos llamarlo como la versión 2.0 de nuestra edición.

Después de nuestro análisis sobre la edición musical hemos determinado que la gran competencia que tendrá nuestra publicación son las editadas por el CENIDIM; por ello aplicamos el Benchmarking competitivo con las publicaciones de este centro de investigación. Pudimos analizar dentro del portal digital del INBA un repositorio donde encontramos monografías sobre compositores mexicanos; publicadas en años anteriores y digitalizadas en formato PDF para su descarga.

Dentro del *Benchmarking competitivo* se analiza a la posible “competencia”; se encuentran similitudes entre nuestro productos y los que vende la competencia, en este caso sería la ediciones de música, al ser el CENIDIM uno de los principales editores de música en el país, es necesario analizar los productos culturales que editan y así encontrar similitudes y diferencias con los que nosotros ofrecemos.

En este análisis nos centramos en las publicaciones sobre compositores mexicanos, ya que son las publicaciones afines a la que nosotros ofreceremos como una edición digital de una publicación impresa. Podemos observar que se trata de monografías en de compositores mexicanos; editadas entre los años 80 y 90, del siglo xx

Otro punto que surge de nuestro análisis es que todas se tratan de publicaciones que hablan sobre la vida de los autores, dan ejemplos de sus obras, con algunos trozos de piezas que van siendo explicados en el texto; así como fotografías de los compositores.

Una de las diferencias que encontramos en el análisis de *Benchmarking* es que en el repositorio hay libros que fueron digitalizados por medio de escaneo y que se encuentran en formato PDF para ser descargado.

Gracias a la evaluación de este repositorio que es la principal competencia de nuestra edición, encontramos diferencias y similitudes. Una de las grandes diferencias es que nosotros realizaremos una edición digital

⁹⁴ *Benchmarking* involucra una identificación sistemática, evaluación y comparación de una arquitectura de la información de distintos sitios web e intranets

del libro impreso; es decir que la obra pasará por un proceso de edición, y durante el cual se hará un análisis que con la ayuda de la AI se incorporarán nuevos elementos multimedia y se realizará la transcripción de los ejemplos musicales.

4.2.1.2 Análisis de los usuarios

Cuando hablamos de una publicación digital nos referimos a un entorno digital en el que la definición de quienes consumen estos productos culturales cambian de denominación. Dentro de estas publicaciones encontramos que no llamaremos lector a quienes consumen nuestro producto, sino que se les denomina *usuarios*.

El análisis de los usuarios es muy importante debido a que son ellos a quienes va dirigido el producto y es necesario saber cuál es su comportamiento dentro de estos entornos.

Para el análisis de los posibles usuarios de nuestra publicación se deben crear perfiles de usuario; es decir, se realiza un estudio entre los posibles consumidores y a partir de puntos en común se crea un perfil de un posible tipo de usuario.

Existen diferentes metodologías para definir a los usuarios; Morville y Rosenfeld exponen diversos métodos para poder definir cuál es la usuario meta y construir la arquitectura de la información.

Una de las primeras operaciones que exponen los autores para poder determinar los usuarios es por medio de las estadísticas. El uso de aplicaciones que generan datos estadísticos sobre el comportamiento de los usuarios como el caso de *Google Analytics*⁹⁵, *metacrawler* y *Aquery analysis tool*; este tipo de aplicaciones solo las mencionamos ya que se encuentran propuestas dentro de la metodología, pero queremos recalcar que no nos sirven para valorar al usuario de nuestra



Figura 4.15. Google Analytics es una herramienta para medir el número de visitas y flujo de sitios web.

⁹⁵ Para mayor información remitimos al lector a consultar el sitio de la aplicación, disponible en: <https://analytics.google.com>.

publicación a menos que nuestro libro se encontrará en una *aplicación web* como muchos sitios de humanidades digitales.

Para la definición del usuario en nuestro caso práctico utilizaremos el método expuesto por Pérez-Montoro (2006); que es el método persona (o personajes y escenarios). Esta metodología tiene el objetivo de crear el perfil de los usuarios mediante la creación de arquetipos y así poder tomar decisiones sobre la AI.

Además de crear estos perfiles se debe crear un posible escenario en el que visualicemos al usuario dentro de una situación hipotética en la que nuestra publicación podría satisfacer una necesidad. Los usuarios que definimos son producto de un sondeo a través de un cuestionario; el cual fue aplicado a estudiantes de la Facultad de Música de la UNAM y arrojó los siguientes arquetipos:

USUARIO



Nombre: Ricardo
 Edad: 16 años
 Ocupación: Estudiante del propedéutico en música (Composición) en la Facultad de Música, UNAM

DESCRIPCIÓN

Ricardo es un joven interesado en los medios digitales, por las mañanas acude a la ENP 6 “Antonio Caso” y por las tardes a la Facultad de Música.

Ricardo siempre carga con su computadora y en ella realiza sus composiciones en programas de notación musical; en la clase de Armonía le han pedido haga una exposición donde analice armónicamente y encuentre los fragmentos de música popular dentro de la *Balada Mexicana* de Manuel M. Ponce.

ESCENARIO

Ricardo desconocía la existencia de esta pieza y no sabe dónde encontrarla; acudió a la biblioteca de la Facultad y encontró un libro sobre el compositor, pero este ya había sido prestado; acudió a la sección de Música Mexicana de la biblioteca y consiguió la partitura, la analizó pero le faltaba el sustento teórico sobre los fragmentos de música popular. Por esta razón un libro digital de libre acceso le sería muy útil para realizar su exposición; ya que este contendría el sustento teórico así como los fragmentos musicales.

Figura 4.16. Imagen de ejemplo de usuario.

USUARIO



Nombre: Mariana
Edad: 19 años
Ocupación: Estudiante de la Licenciatura en Música (Piano), Facultad de Música UNAM

DESCRIPCIÓN

Mariana es estudiante de la licenciatura en música (piano) en la UNAM; es una estudiante apasionada por la música del siglo xx y una de sus metas es especializarse en la música contemporánea.

ESCENARIO

Un día el profesor de Historia de la Música Mexicana le ha dejado redactar un ensayo sobre algún compositor mexicano de la corriente nacionalista; también les ha pedido que expongan ejemplos musicales del compositor.

A Mariana no le gusta acudir a la Biblioteca de su facultad porque está acostumbrada a consultar en fuentes en línea; debido a que su pasión es la música contemporánea desconoce sobre los compositores mexicanos de ese periodo.

Por ello un libro digital de un compositor como Manuel M. Ponce le ayudaría para exponer sus obras en la clase de Historia de la Música mexicana.

Figura 4.17. Imagen de ejemplo de usuario.

4.2.1.3 Fases del diseño

Las fases del diseño es la parte de la metodología donde se realizan operaciones cuyo objetivo es el de representar la arquitectura de la información para la edición. Es una parte de la metodología que va ligada con la fase de análisis; ya que sin la información sobre los objetivos de la publicación, el análisis de los contenidos y los usuarios no se podrá definir la estructura que tendrá.

En este punto es importante que definamos que en esta exposición de fase del diseño en ningún momento estamos hablando sobre la pro-

puesta gráfica que podría tener nuestra publicación; sino del diseño de la AI por medio de operaciones que establecerán las relaciones entre los diversos contenidos que alberga nuestra publicación y como se conectarán entre sí.

El desarrollo de estas operaciones serán de mucha utilidad cuando se tenga que desarrollar la propuesta gráfica, sin embargo en esta fase del diseño el diseñador gráfico no participa; al finalizar este proceso recibirá los materiales finales, los cuales le ayudarán a desarrollar el estilo visual de la publicación y el cual será tratado en el anexo I de nuestra investigación.

Con la ayuda de los mapas de contenido que se realizaron anteriormente se clasificó el tipo de documentos que contendrá la publicación, y en esta fase podemos aplicar una operación llamada Inventario de contenidos. A cada uno de estos elementos se le asigna un código identificativo y se le asigna un destino concreto (Pérez-Montoro 2010: 354).

Los modelos de contenido retomarán la información vertida en los mapas de contenido y una vez hecha la clasificación de contenidos podremos ver que recursos tecnológicos debemos utilizar para poder llevar a cabo nuestra edición; una parte importante de la anatomía de la información era la clasificación de documentos y es aquí donde vemos aplicados los conceptos.

Una vez que recibimos los paquetes de información, realizamos un mapa de contenido en la fase del análisis, posteriormente en la fase del diseño los agrupamos en categorías, las cuales podremos identificar por similitudes ya sean de formato, o de contenido. Así para nuestra edición encontramos seis grandes grupos que son:

- Texto: es el cuerpo de la obra; dividido en diferentes capítulos y jerarquías es la información más abundante para la edición digital de la obra.
- Fotografías: imágenes en escalas de grises que ilustran pasajes de la obra
- Partituras: Obras importantes cuyo acervo se encuentra editado por la UNAM; se pone a disposición de los usuarios para su consulta más no para su descarga
- Frases musicales: ejemplos de trozos de alguna obra que se ponen de ejemplo en el texto; estas son transcripciones hechas en el software de notación musical *Finale*
- Enlaces: existen de dos tipos; los que son hipertextuales que van de capítulo a capítulo, o a alguna cita o parte del libro y los hipermediales que nos llevan a enlaces con material auditivo en aplicaciones.
- Audio: contienen fragmentos de piezas que se exponen en el cuerpo de la obra

Capítulo IV

Una vez realizada nuestro inventario de contenido, se lleva a cabo uno de los procesos más importantes dentro de esta metodología y es la del prototipado.

En términos generales el diseño de una AI implica la creación de esquemas para la estructura de la publicación; el desarrollo de estos prototipos es realizado por los arquitectos de la información y no por los desarrolladores ni diseñadores. El resultado de este prototipado es lo que recibirán los diseñadores para la creación de la propuesta gráfica basada en esta arquitectura. Ninguno de las siguientes operaciones de prototipado incluye una propuesta gráfica, los esquemas se realizan ya sea en programas especiales para su trazado (axure y Microsoft Visio [Pérez-Montoro 2010: 363]) y algunos autores mencionan que también pueden ser hechos a mano.

El primer prototipo que se realiza es el llamado *Blueprint* que se ha realizado la traducción al español como *plano*. Podemos definir a un *Blueprint* de la siguiente manera: “un plano que muestra las relaciones entre las páginas y otros componentes y puede ser usado para mostrar la organización, la navegación y el etiquetado; en ocasiones son llamados ‘mapas de sitio’[...]” (Morville y Rosenfeld 2010: 296).

En la figura anterior podemos observar el mapa de nuestra publicación en el que a diferencia de una página web no contiene una página principal, pero podemos observar las diferentes secciones en las que se encuentra dividida la obra; también localizamos qué sección va a otra sección, además, hemos agregado los distintos tipos de contenido que contiene cada sección.

La segunda operación de prototipado es la de los *wireframes* que ha sido traducido al español como *maqueta* (Ronda 2007), este prototipo está basado en la información del *mapa*; esto no quiere decir que se tengan que hacer esquemas de maqueta de cada una de la páginas de la publicación; sino que se realiza



Figura 4.18. Imagen de ejemplo de *blueprint*.

solo la de las más importantes o si la estructura es uniforme sólo de cómo se mostrará el contenido.

En la imagen anterior podemos observar que se definen las distintas secciones de que contendrá la interfaz de la publicación y ubicamos las secciones hipertextuales que nos llevarán a otras secciones dentro de la publicación; queremos señalar que nuestra publicación tiene un menú de navegación permanente; así el usuario puede ir a la sección que desee en cualquier momento. También cuenta con un botón de ayuda que explica el funcionamiento de los distintos elementos interactivos. También un botón que es un enlace al catálogo de obras del compositor que es una de las partes fundamentales de nuestra publicación.

Establecer estos esquemas es de suma importancia para la planeación del proyecto, ya que esta planeación será la que retomarán los Diseñadores de la Comunicación Visual para poder establecer los estilos gráficos que tendrá la publicación y es la que se describirá más adelante.



Figura 4.19. Imagen de ejemplo de *wireframe*.

4.2.1.4 Propuesta gráfica

En este apartado describiremos como se realizó la propuesta gráfica del libro Manuel M. Ponce. Aclaramos que esta sección propiamente no forma parte de la arquitectura de la información sino que es una etapa pos-

Capítulo IV

terior, en la que el diseñador conceptualiza y desarrolla el estilo gráfico de la publicación con base en la información entregada por los arquitectos de la información y la planeación UX.

El primer punto se retoma del brief y es que hay que comenzar por el formato y la plataforma por medio de la cual se distribuirá la publicación; en nuestro caso se determinó que fuera un ePUB de maquetación fija, debido a que necesitan incorporar gráficos y ventanas emergentes así como distintos elementos en los cuales es necesario conservar la apariencia del diseño tal y como se ha maquetado.



Figura 4.20. Portada del libro digital *Manuel M. Ponce*.

Al elegir este formato estamos determinando ciertas características que la publicación tendrá por omisión como es que el texto no sea fluido (reflowable text), debido a que al elegir un formato fijo estamos sacrificando la cualidad de que fluya el texto debido a que es más prioritaria la presentación de las páginas. Esto se encontró determinado por el tipo de público al que va dirigido así como por los elementos que integran la obra.

Se eligió un formato de trabajo de 1024 x 760px el cual es un estándar de pantalla y más orientado para los usuarios que usan una tableta iPad; La disposición de las páginas es horizontal de acuerdo con el *blueprint*, y se destinó un área para la barra de navegación y otra barra inferior el botón de ayuda; todo esto de acuerdo con el *wireframe*. Además se realizó el diseño de íconos para localizar ciertas acciones dentro del libro como se muestra en la imagen 4.21.

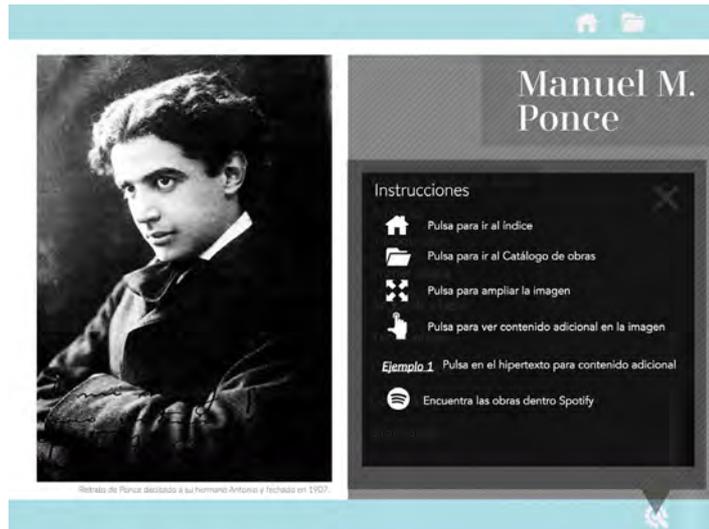


Figura 4.21. En la imagen se observan los íconos diseñados para la ventana de ayuda y el menú del libro.

La diagramación de la publicación se trabajó con una retícula de tres columnas, cargando la mayoría del contenido hacia el lado derecho de la pantalla y dejando una columna vacía a la derecha, esto con el fin de crear un área de descanso visual; ya que al tener demasiados elementos se puede cansar al usuario, además de que se tienen elementos fijos como la barra superior y la barra inferior en todas las pantallas. El estilo gráfico de nuestra publicación es reticente, se decidió prescindir de grandes texturas o fondos que pudieran distraer de la lectura, en cambio se optó por utilizar un estilo más mesurado y clásico.



Figura 4.22. En la imagen se observa la formación a dos columnas.

La elección tipográfica fue uno de los puntos fundamentales en la conceptualización de la propuesta gráfica, en primer lugar se consideró que por ser un libro ePUB de maquetación fija, era necesario que fuera de formato OpenType ya que al momento de exportar es la única fuente que soportan los ePUB de maquetación fija, en segundo lugar se decidió tener una fuente para los títulos y otra para el cuerpo de texto.

Didonesque

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¡ ! ¿ ? “ · \$ % & / ()
= | @ # € ∞ ∼ ÷ “ ” ≠ ´ , œ æ € ® † ¥ ø π [] å / ð
f 🍏 ™ ¶ § μ „ … –

Lato

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1
2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¡ ! ¿ ? “ · \$ % & / () = | @ #
¢ ∞ ∼ ÷ “ ” ≠ ´ , œ æ € ® † ¥ ø π [] å ∫ ð f (t)
™ ¶ § μ „ … –

Figura 4.23. Se muestra la selección tipográfica tanto para inicios de capítulo como para cuerpo de texto.

Las entradas de capítulo fueron pensadas con un arreglo tipográfico de la fuente didonesque a 32 puntos junto con una imagen del periodo al que hace referencia el texto.

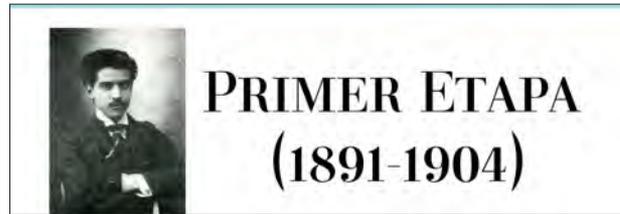


Figura 4.24. Ejemplo de la formación de las entradas de cada capítulo.

Los elementos interactivos en ventanas emergentes fueron diagramados para mostrarse sobre un fondo en transparencia, en ellos se utilizan diversos elementos como el título de la obra, el ejemplo musical y botones para iniciar la reproducción del audio y detenerlo.



Figura 4.25. Ejemplo de una ventana emergente con material adicional

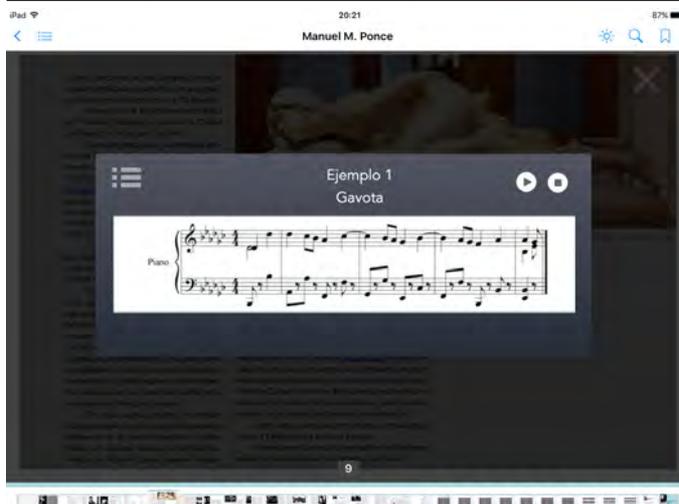


Figura 4.26. Ejemplo de una ventana emergente con ejemplo musical.

Otro tipo de elementos interactivos es el de las fotografías; tanto para crecer una imagen como para localizar personajes por medio de un simple toque.



Figura 4.27. Ejemplo de un elemento interactivo en imagen, donde con tocar se identifican a los personajes de la fotografía.

Para una mayor apreciación del proyecto editorial remitimos al lector a consultar el fichero ePUB en la siguiente dirección electrónica:

<<https://www.dropbox.com/s/1kgpelqfxy7mi2x/ponce.epub?dl=0>>.



CONCLUSIONES

Hablar sobre el libro es hablar de la historia del pensamiento humano, es analizar como las ideas de una sociedad se van transmitiendo de persona en persona y hasta de generación en generación. El libro impreso es parte fundamental de nuestra sociedad, no se puede concebir que el pensamiento humano no sea transmitido por medio de este soporte.

Hoy en día vivimos una etapa denominada la era de la información donde todo se transmite en cuestión de segundos y cada vez hay más acceso a un número de datos muchísimo más grande que en cualquier otra época en la historia de la humanidad. Todo esto fue posible por la revolución tecnológica que comenzó en los años 70 del siglo pasado y que con la llegada de la red mundial (World Wide Web) se ha ido desarrollando un nuevo estilo de vida, donde se anhela que la sociedad se encuentre comunicada y se desenvuelva en torno de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC); así logrando consolidar la esperada Sociedad de la Información y en un futuro la Sociedad del Conocimiento.

El mundo de la edición no podía permanecer al margen de estos embates tecnológicos; poco a poco los procesos de trabajo se fueron fortaleciendo con las herramientas que ofrecía la tecnología, hasta que a mediados de los años 80 del siglo pasado surgiera la edición digital; la cual trajo consigo toda una revolución en el quehacer editorial y en el cuidado de la edición. El libro ha tenido que adaptarse a los nuevos medios digitales; en un primer momento fue en la forma de producción hasta finalmente convertirse en un nuevo soporte en el que todos sus procesos se realizan digitalmente.

Los esfuerzos de un grupo de personas con proyectos como *El proyecto Gutenberg* o *Google Books* nos demuestran un interés por la digitalización del conocimiento y su distribución. Hoy en día nos encontramos llenos de información de la cual en ocasiones no podemos saber cuales son sus fuentes; es por ello que a lo largo de esta investigación hemos observado que el papel del editor es fundamental en el proceso de edición; si bien nos enfrentamos a que no existe una profesionalización de la actividad de editor como tal; es decir no existe una institución que otorgue el título de editor, si encontramos algunas posibilidades de profesionalizarse en esta área; debemos dejar claro que por más escandalosa que resulte la frase “cualquier profesional puede llegar a ser editor”; es una verdad, lo que tenemos que estar consientes es que al desarrollar el papel del editor se adquieren responsabilidades que van más allá del

Conclusiones

simple aspecto de una publicación; se trata de tomar el mando y la responsabilidad de un proyecto editorial.

El papel del editor de publicaciones digitales debe ser el de un líder de opinión que se encuentre en constante comunicación con los avances tecnológicos del medio digital, ya que debe estar al tanto de las tendencias en cuanto a formas de distribución, formatos y gestión legal, además de organizar el catálogo editorial con una estrategia para posicionar publicaciones digitales en un medio donde lo objetual ha dejado de ser prioridad. No debemos olvidar que una editorial es una empresa que distribuye productos culturales; aun la editorial universitaria debe someterse a esta planeación de catálogo editorial y al posicionamiento de sus publicaciones, ya que si bien el público no es tan general si existe una necesidad de transmitir el conocimiento producto de las investigaciones.

Por medio del análisis de los procesos de edición (tradicional y digital) pudimos observar que existieron cambios decisivos en la forma de trabajar las ediciones. Si bien, el proceso de edición tradicional sigue siendo la base y parte fundamental del proceso editorial, existe una buena parte del proceso editorial digital que no podría realizarse si no se hubieran desarrollado las tecnologías; Identificamos tres momentos cruciales para el surgimiento de la edición digital.

El primer momento es el surgimiento de la autoedición, esto implica desde la creación de los procesadores de texto con el cual la palabra “manuscrito” en la recepción de original fue quedando más como un fósil que lo que en realidad se recibe para el proyecto editorial; hasta llegar al desarrollo de los programas de autoedición que lograron facilitar el trabajo, el control y la precisión para el cuidado de la edición.

El segundo momento que identificamos es tal vez uno de los pilares de lo que concierne al diseño digital no solamente hablamos de la autoedición sino del desarrollo de los entornos web, y es la creación de la tipografía digital; la existencia de los diferentes formatos de tipografía facilitan la composición de las ediciones. Además de la creación del texto digital que al ser texto vivo permite la recuperación de información, lo cual va muy ligado al tercer momento que identificamos.

Este es el más importante en el desarrollo de la edición digital y que es lo que conecta a este proceso con los entornos digitales y son los sistemas de marcado. Estos sistemas permiten etiquetar el texto para diferentes propósitos. Tanto nos sirven para determinar las estructuras de un texto como con el XML y que estos datos puedan ser utilizados para trabajar un mismo original en varias salidas, como para etiquetar diferentes partes del texto con una jerarquía de etiquetas HTML y poder dar propiedades a las partes del texto, tanto de apariencia como

hipertextuales, y finalmente identificar fragmentos de nuestro texto para análisis más específicos sobre los contenidos como los del etiquetado TEI.

Esta parte es nuestro puente de conexión con el libro digital, ya que del análisis de los diferentes formatos pudimos identificar las cualidades de lo que realmente es un libro digital; la parte fundamental es el texto digital y la recuperación de la información por medio de las etiquetas. Esto nos arroja el por qué los procesos de trabajo tuvieron que cambiar, ya que no estamos hablando de un proceso donde intervengan pocos profesionales, estamos hablando sobre un proceso de edición más complejo donde las etapas de la edición tradicional se combinan con procesos digitales que requieren de la planeación del medio por parte de profesionales; como los arquitectos de la información y los ingenieros de la usabilidad, además del cambio de las plataformas de distribución.

Las publicaciones digitales comienzan a ganar terreno dentro del mundo de la edición, el camino más avanzado lo tienen las revistas académicas debido a que ellas son las pioneras en este medio y a través de distintas plataformas como el OJS se han consolidado. A lo largo de la investigación observamos que el libro digital se puede maquetar en distintos formatos pero que es necesario manejar un formato estándar para lograr que este soporte sea accesible para las distintas plataformas de dispositivos y lectores que existen en el mercado; es por ello que tomamos un formato estándar como modelo y es el ePUB desarrollado por el IDPF el cual debido a su formato basado en XML y HTML logra que las publicaciones puedan ser leídas en casi cualquier plataforma.

Crear contenidos para publicaciones digitales es muy diferente de cómo se realizaban en los medios impresos, dentro de nuestro análisis podemos ubicar algunas características propias del medio; una de las más importantes son los enlaces hipertextuales, como observamos en el desarrollo de la investigación, esta capacidad de poder enlazar distintas partes del contenido crea una nueva forma de recuperar la información y la característica de vincular distintos medios a una publicación. Esto nos lleva a señalar que la forma en cómo se leen los contenidos digitales es muy diferente a los impresos, dentro del medio impreso la lectura es de tipo lineal secuencial mientras que en medios digitales la lectura no es lineal si no que se mueve en diferentes direcciones, además de que se enriquece con las características transmediales con las que se desarrollan los contenidos con diversos recursos multimedia como los son el audio, video, animación, etcétera y añadiendo la posibilidad de crear una lectura crossmedial que implica referir a nuestros usuarios (lectores) a distintas plataformas ajenas a nuestra publicación como lo son sitios web, blogs, aplicaciones, etcétera, donde se pueden encontrar complementos a la publicación.

Conclusiones

Estas características del nuevo medio definen una nueva forma de crear los contenidos, es por ello que su creación debe ser planeada de forma muy diferente que para medios impresos. Todo esto nos llevó a replantear la manera en cómo se estructuran los contenidos y las propias jerarquías de un libro digital; es por ello que se incorporó a la Arquitectura de la información al flujo de trabajo.

Al incorporar la AI se puede distinguir la relación estrecha que tienen las publicaciones digitales con los entornos web, al tomar a esta disciplina como parte fundamental para la estructura de una publicación se identificaron ciertas partes que se pueden aplicar para las publicaciones como lo son los sistemas de etiquetado, los sistemas y esquemas de organización y otras que no funcionan tanto en libros digitales como los sistemas de navegación ya que el formato que elegimos para publicar no da tanta libertad para el control de los sistemas de navegación, pero que en la creación de publicaciones digitales por medio del desarrollo de otros formatos como aplicaciones en libros enriquecidos podrían aprovechar estos recursos de la AI.

Uno de los grandes retos de los libros digitales es poder desarrollar completamente los formatos estándar para que las publicaciones puedan ser reconocidas en todas las plataformas, así como las formas de distribución. El análisis de este punto nos llevó a buscar un modelo para el estudio del libro digital. De los dos modelos que analizamos concluimos que el más apto para nuestro objeto de estudio era el de Adams y Barker ya que se centraba en los procesos que se lleva a cabo para la edición y no tanto en los factores político-sociales como en el modelo de Darnton.

Contar con un modelo para el estudio del libro digital nos arrojó datos importantes sobre las etapas del proceso de edición digital, además de que nos ayuda a sostener que la publicación digital es una edición en forma, ya que por la inmediatez del soporte se tiene la idea de que este no cuenta con un proceso de edición; al analizar las distintas etapas podemos señalar que una publicación digital también se somete a las etapas del ciclo de vida del libro, y que al igual que el impreso se puede analizar cada una de ellas.

De las etapas que definen Adams y Barker —Publicación, manufactura, distribución, recepción y sobrevivencia— se adaptan a las etapas de la edición digital y nos arroja datos muy interesantes sobre el comportamiento del soporte durante sus diferentes estadios en la cadena de producción, una de las etapas que resultan de mayor interés es la sobrevivencia ya que al ser un producto digital podemos visualizar ésta dentro de grandes repositorios de bibliotecas digitales o en los dispositivos de los lectores, pero con la característica de poder actualizar el contenido constantemente.

El proceso de edición digital que proponemos fue resultado del análisis de dos procesos muy diferentes que se llevan a cabo por parte de dos de los principales editores de publicaciones musicales en México; se logró confrontar dos procesos de edición; uno con una infraestructura limitada y el segundo que contaba con recursos un poco más amplios. Este análisis nos ayudó a observar fortalezas y debilidades de cada modelo de edición.

Nuestra propuesta para la edición digital musical se encuentra sustentada en el análisis de los diferentes flujos de los editores a los que consultamos, además que se encuentra alimentado con las experiencias que se recogieron de las entrevistas con expertos y de los diferentes foros a los que se acudió. Esta propuesta es la conclusión de un estudio tanto del desarrollo de los procesos para la edición digital como de los procesos de los editores mencionados y al cual incorporamos disciplinas como a la AI o la ux para el desarrollo de publicaciones digitales.

Esta propuesta dio como resultado la creación de un manual de procesos editoriales para publicaciones digitales en el cual hemos desarrollado una serie de esquemas y formatos que puedan ayudar a los profesionales de la edición digital a establecer un flujo de trabajo ordenado y siempre con buenas prácticas editoriales. Cabe señalar que esta propuesta a pesar de encontrarse enmarcada dentro de la edición musical puede ser tomada como base para procesos editoriales digitales de otra rama del conocimiento, ya que en general a través de los formatos se propone el desarrollo de las diferentes etapas del proceso y paso a paso poder llevar un control del cuidado de la edición desde la llegada del original hasta su publicación digital.

El estudio de caso que tratamos en la investigación nos reveló una metodología para el trabajo de los contenidos; al retomar una edición agotada y realizar su migración se pudo establecer los pasos que describe la AI para la clasificación y el manejo de los contenidos digitales, no debemos dejar fuera que este trabajo se propone multidisciplinario y que esta metodología complementa el flujo de trabajo que se propone para la edición musical digital.

Finalmente gracias a este estudio podemos establecer criterios específicos para tratar este tipo de ediciones, lo fundamental dentro de éste no fue plantear como sería el aspecto final de la publicación sino el análisis de cómo es que se deben llevar a cabo los procesos para dar un óptimo resultado. Desde la recepción de los originales logramos establecer criterios de entrega, analizar y apoyarnos en la importancia que tiene la revisión por pares para dictaminar una obra; parte fundamental para la decisión editorial, y después tratar el caso específico de cómo realizar la edición de las obras. El orden que establecimos en las etapas de esta propuesta fueron producto de la observación de los procesos.

Conclusiones

La definición de etapas tempranas donde se encuentra la corrección y por otra parte el redibujo musical provienen del planteamiento de calibrar un original antes del trabajo de edición digital; ya que es de suma importancia tener un original limpio y listo para la siguiente etapa; ya que en esta se tratará sobre la clasificación, planeación y diseño de la publicación.

Los resultados de el estudio de caso nos rebela que si bien el formato que se eligió para la migración es un estándar dentro de la publicaciones digitales; este aun se encuentra en desarrollo y contiene diversas limitantes en cuanto a su reproducción dentro de los dispositivos o lectores, es por ello que concluimos que estos formatos actualmente sirven para ediciones donde los recursos hipermediales sean sencillos, para trabajos de edición más complejos se deberán trabajar por medio de desarrollo de aplicación; pero siempre fundamentado en el proceso de edición propuesto.

El estudio de los procesos de edición es fundamental en la formación del Diseñador de la Comunicación Visual, se debe tener un amplio conocimiento de los flujos de trabajo para poder llevar a buen puerto un proyecto editorial. Podemos afirmar que si se desarrollan estos procesos de edición ordenados tendrán como producto ediciones con una alta calidad dentro de sus contenidos además de un agradable experiencia de usuario. El diseñador de la comunicación visual debe estar atento a los cambios en los soportes; hoy hemos analizado procesos para libros digitales pero aun queda mucho camino por recorrer.

Esta investigación deja abierta una puerta para la creación de futuras investigaciones en el campo de los contenidos digitales ya sean revistas académicas o proyectos de conservación como los enmarcados dentro de las Humanidades Digitales; es una oportunidad para que el Diseñador de la comunicación visual se involucre en el estudio de procesos de trabajo para los medios digitales.

GLOSARIO

ANTIALIASING: propiedad de las fuentes en formato Opentype la cual fusiona el contorno de los caracteres aprovechando las 256 intensidades de gris que puede tener cada pixel de 8 bits para delinear los contornos.

ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN: disciplina (arte y ciencia) encargada de estructurar, organizar y etiquetar los elementos que conforman los entornos informacionales para facilitar de esta manera la localización (o el acceso) de la información contenida en ellos y mejorar así su utilidad y aprovechamiento por parte de los usuarios.

AUTOPUBLICACIÓN: acción de publicar una obra sin que esta tenga un proceso de edición, la obra no se dictamina y se da a conocer por un autor por medio de plataformas libres o medios propios.

AUTOR: persona que elabora la materia prima para la publicación (original) y busca un editor para que este incluya su obra dentro del plan editorial.

BENCHMARKING: estudio en el que se compara un proyecto con la posible competencia para identificar fortalezas y debilidades de nuestro proyecto; existen dos tipos de Benchmarking, el competitivo y el de rendimiento. El competitivo se centra en analizar nuestro proyecto con la posible competencia mientras que el de rendimiento se centra en evaluar una versión anterior de nuestro proyecto para encontrar mejoras y ayudar a la creación de una nueva versión.

BIBLIOTECA DIGITAL: conjunto de recursos electrónicos y capacidades técnicas asociadas para la creación, búsqueda y uso de información.

BLUEPRINTS: término tomado del inglés y traducido como mapas; es un esquema en el que se representa la estructura arquitectónica del sitio web con todas sus páginas y se ponen de manifiesto las relaciones existentes entre la página principal, las que conforman el sitio y los contenidos que componen las páginas.

BRIEF DE LA PUBLICACIÓN: documentos donde se especifican los requerimientos del proyecto editorial así como el público meta, los requerimientos técnicos y los alcances esperados de una publicación.

CIRCUITO DE LA COMUNICACIÓN: modelo para el estudio del ciclo de la vida del libro propuesto por Robert Darnton en 1982 en el que argumenta que las etapas por la que pasa un libro se ven influenciadas por los factores sociales, y se dividen en : I Los autores, II Los editores, III Los impresores, IV Los transportistas, V Los librereros y VI Los lectores.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO: es un conjunto de normas que unifican los criterios a la hora de representar gráficamente los elementos que constituirán un libro.

COMITÉ EDITORIAL: órgano normalmente compuesto por responsables financieros con atribuciones de carácter editorial e inclinados a una política especialmente cautelosa basada en el previo estudio de un pre-público antes de lanzar una campaña de comercialización de un nuevo título.

COMPOSICIÓN EN CALIENTE: tipo de composición que sustituyó a la composición manual de tipos; en esta se utilizan maquinas complejas para realizar la composición tipográfica, estas máquinas son el monotipo y el linotipo.

COMPOSICIÓN EN FRÍO: mejor conocida como la fotocomposición se empezó a experimentar en 1940, consistía en utilizar un papel fotográfico para que por medio de un haz de luz se imprimiera una letra en negativo.

CORRECCIÓN DE CONTENIDO: corrección a la que se somete un original para corregir errores de información, fuentes, citación o de estructura del proyecto.

CORRECCIÓN DE ESTILO: es una revisión de tipo lingüístico donde se revisa el original en el terreno gramatical, sintáctico, ortográfico, semántico y léxico.

CROSSMEDIA: forma de desarrollar los contenidos en los que se desarrolla la misma temática pero en diversas plataformas.

CSS: cascading Style Sheets es un lenguaje que describe el estilo de un documento HTML, por medio de ellas se le asigna la apariencia y el comportamiento de los elementos del documento.

DIBUJO MUSICAL: consiste en la transcripción de facsimilares o manuscritos por medio de herramientas modernas de dibujo (softwares), par posteriormente ser exportados en formatos de imagen, en archivos nativos de los softwares o en formato XML.

DICTAMINADORES: expertos en un área del conocimiento determinada a los cuales se les realiza una investigación para revisar un original; éstos darán su opinión acerca de los contenidos y señalan puntualmente inconsistencias en él. Además de que emiten un juicio sobre la obra, la cual es base fundamental para la decisión editorial.

DIGITALIZACIÓN: es un proceso en el cual se transforma un medio análogo a un plataforma digital, comúnmente se utilizan medios optoelectrónicos como el escáner o el sistema ocr.

DIGITAL OBJECT IDENTIFIER (DOI): es un identificador digital para artículos de investigación y publicaciones digitales; este funciona independiente de las URL en las que se encuentren alojados los documentos; es decir, se asigna un número que siempre será el mismo y se incorpora en los metadatos de la publicación.

DIGITAL RIGHTS MANAGEMENT (DRM): es un software que sirve como candado para controlar las copias distribuidas por las editoriales, este software limita el número de dispositivos en los que pueden ser leídas las publicaciones digitales.

DISEÑO BACK END: consiste en todo lo que está detrás de la apariencia de un entorno web; y consiste en los servidores, las bases de datos, seguridad del sistema y en la arquitectura de la información.

DISEÑO FRONT END: consiste en el desarrollo de todo lo que un usuario ve en un entorno web, incluye el desarrollo de documentos HTML y CSS, JavaScript; el diseño gráfico y la experiencia de usuario (UX).

DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS PROPIETARIOS: son dispositivos desarrollados por alguna corporación la cual también desarrolla el formato de publicación digital que leerá el dispositivo, generalmente también poseen una tienda en línea donde se venden las publicaciones, es un ciclo cerrado ya que no aceptan formatos de otras plataformas.

E-LIBROS EXTENDIDOS: publicados como aplicaciones o sitios web; van más allá de las características típicas de los libros impresos con abundantes innovaciones, ofreciendo textos “buscables”, hipertextos, multimedia y elementos interactivos.

EDICIÓN DIGITAL: proceso de edición en el que se incorporan las tecnologías digitales para su realización, además de los sistemas de marcado para etiquetar el texto.

EDITOR: líder de opinión, gestor de proyectos y responsable de vigilar la obra durante el proceso de edición, además de realizar actividades administrativas y legales sobre la edición

ePUB: formato estándar para publicación digital desarrollado por el International Digital Publishing Forum; este formato se encuentra basado en XML y HTML y es multiplataforma; existen dos tipos de formato el de texto fluido (versiones ePub 2.0, ePub 3.0) en el cual el texto fluye y se adaptan a la pantalla de los dispositivos; y la versión de maquetación fija (fixed layout, ePub3.0) que permite una interfaz con diseño más elaborado y la incorporación de animaciones, objetos multimedia e interactividad por medio de JavaScript.

ESQUEMAS DE ORGANIZACIÓN: es un sistema que divide y clasifica los ítems de información o los contenidos que alberga una página web en grupos a partir de un criterio concreto. Las características compartidas entre los ítems o los contenidos que pertenecen a un mismo grupo definen al propio grupo y pueden ser consideradas el aspecto crítico del esquema.

ESTRUCTURAS DE ORGANIZACIÓN: son las responsables de habilitar la posibilidad y la manera en la que un usuario puede explorar la página web y localizar la información que estaba buscando.

EVALUACIÓN HEURÍSTICA: es una crítica de un experto evaluando un sitio web confrontando una línea de diseño ya sea formal o informal; usualmente es mejor que sea realizada por alguien ajeno al grupo de trabajo; ya que esta persona puede dar un punto de vista nuevo y no se encuentra viciado con consideraciones políticas.

EXPERIENCIA DE USUARIO (UX): es la forma de medir la interacción que tienen los usuarios con un sistema, evaluando aspectos objetivos en cuanto a la función y rapidez con las que se llevan a cabo los objetivos y una parte subjetiva que implica la satisfacción por medio de un producto o servicio.

FUENTE OPENTYPE: son fuentes desarrolladas por Microsoft y Apple en 1997, se encuentran basadas en Unicode y contienen glifos alternativos contextuales y ligaduras discrecionales con normas que establezcan en su uso.

FUENTE POSTSCRIPT: también llamada Type 1 es Una fuente que contiene 256 caracteres en dibujo vectorial, es una fuente de menor tamaño en comparación con las de mapas de bits debi-

do a que carga solo una vez el alfabeto, ya que las variantes se resuelven por medio de la operación matemática llamada splines o curvas Bézier.

FUENTE TRUETYPE: fuentes compatibles con los sistemas operativos como el Apple System también incluyen algunas mejoras en el diseño de los tipos como el denominado Hinting y el antialiasing.

FUENTES EN MAPA DE BITS: es una colección de cada carácter en mapa de bits en un tamaño, un estilo y una familia. Así una fuente de 255 caracteres consiste en una colección de 255 mapas de bits de un tamaño específico de tipografía”.

GALERAS: era la tira de tipografía fotocompuesta que todavía no era cortada y pegada al tamaño de la caja en la que aparecería finalmente, hoy en día se usa este término para referirnos a una prueba del texto ya con la hoja de estilos aplicada; es decir el texto con la tipografía, interlínea y ancho del renglón.

HINTING: traducido al español como insinuaciones, es una instrucción matemática para la deformación del contorno de un carácter en tamaños determinados, esta deformación se utiliza en los tipos de tamaño menor a 15 puntos y para ajustar la imagen en pantallas e impresoras de baja resolución.

HIPERMEDIA: es el uso de los distintos recursos multimedia para enriquecer los contenidos de una publicación.

HIPERTEXTO: concepto acuñado por Ted Nelson 1967 donde que el texto se enlaza con otros permitiendo de este modo, diversas elecciones del lector donde la información lo lleva a otros datos relacionados.

HYPER TEXT MARK UP LANGUAGE (HTML): surgió en 1991 y es el lenguaje estándar para el desarrollo de la red mundial; es desarrollado y regulado por el World Wide Web Consortium (W3C), por medio de sencillas etiquetas se van marcando las distintas partes de un documento (Header, Title, Section, Aside, Footer), así como jerarquizar los títulos, párrafos, secciones de un texto (H1, H2, H3, p, table) e identificar de manera semántica datos del documento.

HUMANIDADES DIGITALES: es un campo interdisciplinario que busca entender el uso del cómputo y las Tecnologías de la Información y Comunicación dentro de las investigaciones en humanidades.

Glosario

INDIZACIÓN: se utiliza en el entorno web como agregar un sitio a una lista o índice para su fácil ubicación dentro de un buscador.

INTERFAZ GRÁFICA DEL USUARIO: el desarrollo de la interfaz mediante el uso de metáforas visuales donde el diseñador gráfico comunica la navegación, la interacción y el contenido.

INTERNATIONAL STANDARD BOOK NUMBER (ISBN): es un identificador que registra la obra editada, este identificador contiene información precisa sobre el país y editor, lengua original, temática; y ayuda a la fácil recuperación de datos, ya que es información que se integra en los metadatos de un libro digital.

INTERNATIONAL STANDARD SERIAL NUMBER (ISSN): es un identificador para colecciones y publicaciones periódicas y permite la ubicación de estas publicaciones en bibliotecas así como la recuperación de estas en repositorios ya que este registro se vuelve un metadato.

LECTORES O E READERS: dispositivos móviles que solo permiten la lectura de publicaciones digitales, tienen acceso a la Internet pero solo para descargar formatos propietarios de alguna tienda como por ejemplo el Kindle de Amazon, algunos incluyen la tecnología del papel digital y la tinta electrónica.

LIBRO DIGITAL: es un tipo de publicación cuyo proceso de edición se realizó por medios digitales; que contiene texto digital, elementos dinámicos, hipertextuales e hipermediales, que se distribuye de manera electrónica a través de algún formato y que puede ser leído ya sea en una computadora (PC), e reader o tableta.

MANUAL DE ESTILO: es un documento donde se establecen los criterios que tomará la casa editorial en cuanto a la jerarquización las partes del texto, el uso de los elementos gráficos, fuentes, estilos de párrafo, etcétera; es decir, la línea editorial.

MUSICXML: es un formato abierto de notación musical basado en XML, debido a que se basa en este lenguaje etiqueta datos para que puedan ser recuperados en otros softwares de notación musical e incluso dentro de formatos de publicación digital o en la web.

NUEVO MODELO DEL ESTUDIO DEL LIBRO: es un modelo de análisis del ciclo de la vida del libro propuesto por Adams y Barker en el que centran la atención las etapas de edición de un libro dejando de lado el contexto social; este modelo es una contraparte al circuito de la comunicación de Darnton. Las etapas que

Adams yBarker describen son: I. Publicación, II. Manufactura, III. Distribución, IV. Recepción y V. supervivencia.

OPEN JOURNAL SYSTEM: es un sistema de administración y publicación de revistas que fue desarrollado por Public Knowledge Project a través de fondos federales para expandir y aumentar el acceso a la información.

ORTOTIPOGRAFÍA: Conjunto de reglas de estética y escritura tipográfica que se aplican a diversos elementos de la composición tales como variantes de una familia tipográfica, uso de los signos diacríticos, puntuación y errores de composición. en general se puede decir que forma parte del estilo editorial.

PARTITURA: texto donde se presenta cómo se debe interpretar una composición musical, se encuentra compuesta por el lenguaje musical así como indicaciones de agógica y dinámica.

PLAN EDITORIAL: consiste en la programación en tiempo, estableciendo plazos para la edición de las obras a publicar en un determinado tiempo, se sigue un calendario con las fechas aproximadas en las que han de aparecer las publicaciones.

PLATAFORMA: lenguaje en el que se desarrolla un entorno informacional; este término incluye el formato específico en el que se desarrolló y medios por los cuales se distribuye y se consulta.

PROTOCOLO TCP / IP: es el conjunto de reglas y procedimientos utilizados para comunicarse, es decir, para establecer la conexión, encaminar la información, responderla, comprobar el funcionamiento, finalizar conexión etcétera. El protocolo utilizado por excelencia en internet es el protocolo TCP / IP. El protocolo TCP se encarga de vigilar que la información llegue a su destino reenviándola si es necesario. El protocolo IP identifica cada ordenador de la red, en ruta los paquetes (unidades) de información pero no garantiza la entrada.

PUBLICACIÓN ARBITRADA: publicación que es sometida a revisión por pares o doble ciego, en la cual se analiza minuciosamente el contenido y a través de un dictamen se da validez a los contenidos de la misma.

PUBLICACIÓN BORN DIGITAL: publicación que fue planeada para ser publicacdda digitalmente, es decir no está destinada a ningún medio impreso.

PUBLICACIÓN OFFLINE: publicaciones que almacenan información y que contienen una interfaz con la que el usuario puede acceder a distintas pantallas de información, estas publicaciones contienen todos los datos internamente y no hacen uso de la red; ejemplos de éstas son los CD-ROM, diccionarios, enciclopedias, memorias y algunos libros de texto.

PUBLICACIÓN ONLINE: son aquellas que utilizan la red para que el usuario pueda acceder a los contenidos, se encuentran formadas a partir de documentos HTML y XML y recuperan la información de un servidor y una base de datos; Ejemplos de ellos son los sitios de internet y algunas aplicaciones llamadas webapps.

PUBLICACIONES DIGITALES: son publicaciones ya sean libros, revistas cms, blogs etc., cuyo medio de difusión es completamente digital, se encuentran planeadas mediante una interfaz y se consultan por medio de dispositivo optoelectrónicos.

PUBLICAR: se entiende como dar a conocer o hacer público algo; también se refiere a preparar y emitir copias (de un libro, periódico, obra musical, etcétera) para su distribución o venta al público.

REVISIÓN POR PARES (DOBLE CIEGO): es un proceso de revisión en el cual el autor desconoce quien evaluará su obra; esta revisión es hecha por dictaminadores que son expertos en el área de conocimiento que versa la obra.

REVISTAS ACADÉMICAS: son publicaciones periódicas que se encuentran arbitradas, se componen de artículos de investigación y la mayoría son de acceso libre; sus contenidos la mayoría de las veces se pueden encontrar fácilmente en la red debido a que se encuentran indizadas.

SISTEMA DE MARCADO: son sistemas que sirven para marcar el texto, ya sea para dar jerarquía, recuperar información, indicar metadatos o crear enlaces hipertextuales; estos sistemas ayudan a la recuperación de información; ejemplos de ellos son: SGML, XML, HTML.

SISTEMAS DE NAVEGACIÓN: tienen la función de indicar al usuario en dónde se encuentra “parado”, por ello tienen un objetivo que es el de “habilitar el tránsito asistido y controlado por las diferentes secciones y páginas que componen el sitio web.

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN: aquella en la que todas sus actividades ya sean, económicas, sociales o laborales están organi-

zadas en torno a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y cuya actividad económica es la del sector de servicios.

SOFTWARE DE AUTOEDICIÓN: programa que permite realizar composiciones de texto e imágenes para maquetación editorial, facilita la corrección y el cuidado de la edición; en versiones recientes se han incorporado herramientas para la maquetación de publicaciones digitales.

SOFTWARE DE NOTACIÓN MUSICAL: programas que permiten el dibujo musical de una manera precisa, también tienen la cualidad de crear archivos midi para realizar composiciones con varios instrumentos; además de poder exportar datos etiquetados en MusicXML.

TABLETAS: son dispositivos móviles con una interfaz desarrollada, cuentan con acceso a la Internet para poder descargar aplicaciones desde una tienda en línea; estos dispositivos sirven para poder leer publicaciones digitales pero además poder navegar en la red y utilizar distintas aplicaciones.

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN: el conjunto de herramientas y métodos empleados para recabar, retener, manipular o distribuir información.

TEXT ENCODING INITIATIVE (TEI): lenguaje basado en XML que se utiliza en bibliotecas, editoriales, museos y universidades para poder presentar textos de investigación en línea.

TEXTO DIGITAL: texto que consiste en capas de información matemática y humana de la información, que, combinados, forman lo que percibimos como texto; cuyo proceso de difusión consiste en la codificación de la información por los lenguajes artificiales y que se presenta materialmente como información lingüística codificada matemáticamente y representada con una forma de escritura humana legible.

TRANSMEDIA: forma de desarrollar contenido digitales en la cual la obra se desarrolla en diversas plataformas, no se enriquece la publicación con recursos hipermedia si no que en otras plataforma se desarrolla otra parte de la obra con contenido independiente.

USABILIDAD: grado de eficacia, eficiencia y satisfacción con la que los usuarios específicos pueden lograr objetivos específicos en contextos específicos.

Glosario

USUARIO: sujeto que utiliza los medios digitales no solo como receptor sino que también emite e interactúa con el medio gracias a la planeación de la interfaz y los diversos elementos de los entornos informacionales.

WIREFRAMES: traducidos al español como maquetas, son prototipos arquitectónicos de cada uno de los tipos de página que conforman un sitio web. Son una especie de esquema en el que quedan representados el contenido y la arquitectura de la información.

WIMP: que significa un sistema de interacción por medio de ventanas, íconos, menús y puntero.

FUENTES DE CONSULTA

- ADAMS, Thomas y Nicolas Barker. "A new model for the study of the book" en Finkelstein, David y Alistair McCleery (eds.). *The Book history reader*. Londres: Routledge, 2006: 47-59 pp.
- BELL, Daniel. *El advenimiento de la sociedad post-industrial, un intento de prognosis social*. Madrid: Alianza, 1976.
- BHASKAR, Michael. *La máquina de contenido: hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital*. México: Fondo de Cultura Económica, 2014.
- BIA Platas, Alejandro. "Leer en el siglo XXI: E-books, E-cultura, E-tcéterra..." en Marina Garone, Isabel Galina y Laurette Godinas (eds.). *De la piedra al pixel: Reflexiones en torno a las edades del libro*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2016: 839-864.
- BLANCO Valadés, Juan Luis. *Manual de edición técnica: del original al libro*. Madrid: Pirámide, 2002.
- BRINGHURST, Robert. *Los elementos del estilo tipográfico*. Cuarta edición. México: Fondo de Cultura Económica, 2014.
- CASTAÑÓN, Adolfo. *Trópicos de Gutenberg: escenas y mitos del editor*. Alicante: Trama, 2002.
- CASTELLS, Manuel. *La sociedad red: una visión global*. Buenos Aires: Alianza, 2009.
- . *La era de la información, Sociedad, economía y cultura*, vol. I *La sociedad red*. México: Siglo Veintiuno, 2013.
- CAVALLIERE, Alessandro. *El libro impreso y el libro digital: estudio sobre los modos de producción editorial en el cambio del milenio*. Alicante: Universidad de Alicante, 2005.
- CHAPA, María de los Ángeles. "Colecciones musicales" en *La Biblioteca Nacional, triunfo de la república*. Instituto de Investigaciones Bibliográficas, UNAM, 2006: 209-218 pp.
- . "En torno a algunos editores e impresores de música en México durante el siglo XIX" en Marina Garone Gravier (comp.). *Las muestras tipográficas y el estudio de la cultura impresa*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2012: 171-187 pp.
- CHARTIER, Roger. *Cultura escrita, literatura e historia*. México: Fondo de Cultura Económica, 2014.
- CLARK, Gilles y Angus Phillips. *Inside book publishing*. Londres: Routledge, 2008.
- COLE, David. *Marketing editorial: la guía*. México: Fondo de Cultura Económica, 2003.
- COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL). *Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe*. CEPAL, 2014.

Fuentes de consulta

- COPE, Bill y Mary Kalantz “New text technologies, globalization and future of the book” en Cope, Bill y Angus Phillips (Eds.). *The future of the book in digital age*. Oxford: Chandos, 2006: 191-209.
- CORDÓN, José. *Gutenberg 2.0: la revolución de los libros electrónicos*. Gijón: Trea, 2011.
- CRAWFORD, Walt. “Nine models, one name: untagling the e-book muddle”. *American Libraries* 31 (8), septiembre 2000: 56-59.
- CROVI Druetta, Delia (coord.). *Sociedad de la información y el conocimiento, entre lo falaz y lo posible*. Buenos Aires: la crujía, 2004.
- DARNTON, Robert. *Las razones del libro*. Madrid: Trama, 2010.
- . *La gran matanza de gatos y otros episodios en la historia de la cultura francesa*. México: Fondo de Cultura Económica, 2013.
- DE BUEN, Jorge. *Manual de diseño editorial*. Gijón: Trea, 2008.
- DE BUEN, Jorge y José Scaglione. *Introducción al estudio de la tipografía*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Universitaria, 2011.
- EISENSTEIN, Elizabeth. *La imprenta como agente de cambio*. México: Fondo de Cultura Económica, 2010.
- ESCOBAR, Jorge. *Fortalecimiento de capacidades en el uso y apropiación social de las Tecnologías de la Información y Comunicación*. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2013.
- FEBVRE, Lucien y Jean Martin Henri. *La aparición del libro*. México: Fondo de Cultura Económica, 2005.
- GALINA, Isabel. “Retomando el significado de la publicación en un ambiente digital”. en Marina Garone, Isabel Galina y Laurette Godinas (eds.). *De la piedra al pixel: Reflexiones en torno a las edades del libro*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2016: 819-838.
- GALINA, Isabel y Cristian Ordoñez. *Introducción a la edición digital*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2007.
- GANDARILLA, José. “Otro envite del desarrollo: la llamada Sociedad de la Información y el Conocimiento” en Delia Crovi (coord.). *Sociedad de la información y el conocimiento, entre lo falaz y lo posible*. Buenos Aires: la crujía, 2004.
- GARONE, Marina. *La tipografía en México. Ensayos históricos (siglos XVI al XX)* México: Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM, 2012.
- GILL Davies. *Gestión de proyectos editoriales, cómo encargar y contratar libros*. México: Fondo de Cultura Económica, 2005.
- GÓMEZ, Tarragona Daniel. *Marketing editorial: cómo satisfacer las necesidades de los lectores de libros*. Madrid: Pirámide, 2010.
- HALL, Franía. *El negocio de la edición digital*. México: Fondo de Cultura Económica, 2013.
- KOVAC, Miha. *Never mind the web: here comes the book*. Oxford: Chandos, 2008.
- KLOSS Fernández del Castillo, Gerardo. *Entre el diseño y la edición: tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, 2002.

- . *Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor: práctica social: normatividad y producción editorial*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Universitaria, 2007.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, José. *Diccionario de edición, tipografía y artes gráficas*. Madrid: trea, 2001.
- MORVILLE, Peter y Louis Rosenfeld. *Information Architecture for the World Wide Web*. California: O'reilly, 2006.
- PÉREZ-MONTORO, Mario. *Arquitectura de la información en entornos web*. Gijón: Trea, 2010.
- PIMENTEL, Manuel. *Manual del editor: cómo funciona la moderna industria editorial*. Córdoba: Berenice, 2007.
- POLO Pujadas, Magda. *Creación y gestión de proyectos editoriales en el siglo XXI, del papel a la era digital*. Murcia: Universidad de Murcia, 2011.
- RIBEIRO, Ana. "Algunas (in) definiciones del libro en la era digital" en Marina Garone, Isabel Galina y Laurette Godinas (eds.). *De la piedra al pixel: Reflexiones en torno a las edades del libro*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2016: 865-882.
- SINCLAIR, Joseph. *Typography on the web*. Boston: AP Professional, 1999.
- VANDENDORPE, Christian. *Du papyrus à l'hypertexte. Essai sur les mutations du texte et de la lecture*. Paris: la découverte, 1999.
- VOUTSSÁS Márquez, Juan. *Bibliotecas y publicaciones digitales*. México: Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, UNAM, 2006.
- WEBSTER, Frank. *Theories of the information society*. Londres: Routledge, 2006.
- WOOD, Dave. *Bases del diseño de interacción, diseño de interfaces, introducción a la Comunicación Visual en el Diseño de interfaces de usuario*. Barcelona: Paidós 1997.

Referencias electrónicas

- BRENNAN, Juan Arturo. "Pauta, veinticinco años de música por escrito. Entrevista con Mario Lavista". En *Este País Cultura* del 17/04/2009. Disponible en <http://archivo.estepais.com/inicio/historicos/185/15_cultura2_pauta_brennan.pdf>. Consultado: [6 de noviembre de 2015].
- Bush, Vannevar. "As we may think" *The atlantic monthly* 175 (1), 1945: 101-118. trad. Juan Voutssás, México: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, UNAM. Disponible en: <http://iibi.unam.mx/voutssasmt/documentos/Vannevar_Bush_Como%20podriamos%20Pensar_JV.pdf>. Consultado: [18 de marzo de 2017].
- CORDÓN, José, Fernando Carbajo, Raquel Gómez y Julio Alonso (coords.). *Libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad del conocimiento*. Madrid: Pirámide, 2013. E-book

Fuentes de consulta

- CÓRDOBA, Carlos “La experiencia de usuario: de la utilidad al efecto”. *Icofacto* 9 (12) 2013: 56-70. Disponible en <dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5204339> consultado: [23/09/2015].
- FONDO DE CULTURA ECONÓMICA. *Manual de procedimientos de la gerencia editorial*. Disponible en <http://www.fondodeculturaeconomica.com/subdirectorios_site/Normateca/FCE-GEC.02.pdf>. Consultado [6 de febrero de 2016].
- . *Manual de procedimientos de la gerencia de producción*. Disponible en <http://www.fondodeculturaeconomica.com/subdirectorios_site/Normateca/FCE-GPR.02.pdf> Consultado [6 de febrero de 2016].
- KASDORF, Bill “SGML and PDF why we need both”. *Journal of electronic publishing* 3 (4), junio 1998. DOI: <<http://dx.doi.org/10.3998/3336451.0003.406>>. disponible en: <<http://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0003.406/--sgml-and-pdf-why-we-need-both?rgn=main;view=fulltext>>. Consultado: [8 de marzo de 2017].
- LEBERT, Marie. *Una corta historia del Ebook*. Toronto: Universidad de Toronto, 2009, E-book. disponible en <<http://www.etudes-francaises.net/dossiers/ebook.html>>. consultado: [3 de febrero 2017].
- LEY FEDERAL DE DERECHOS DE AUTOR. *Diario Oficial de la Federación*. 24 de diciembre de 1996, última reforma 14 de julio de 2014. Disponible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/122_130116.pdf>. Consultado: [16 de marzo de 2017].
- LUCÍA Megías, José Manuel. *Elogio del texto digital*. Madrid: Fórcola, 2012. E-book.
- PROJECT GUTENBERG. Disponible en <<https://www.gutenberg.org>>, consultado 13 de junio de 2014].
- PUBLIC KNOWLEDGE PROJECT. Disponible en <<https://pkp.sfu.ca/ojs/>>, [consultado: 13 de junio 2014].
- TEXT ENCODING INITIATIVE. *P5 Guidelines*. Disponible en <<http://www.tei-c.org/Guidelines/P5/>>, consultado: [22 de octubre de 2015].
- UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO. *Disposiciones generales para la actividad editorial y distribución de la Universidad Nacional Autónoma de México*. México: Consejo editorial de la UNAM, disponible en <http://www.gaceta.unam.mx/suplemento/Suplemento/Suplemento_disposicioneseditoriales.pdf>. Consultado: [22 de abril de 2016].
- YUSEF Hassan, Francisco, Martín, Fernández y Ghzala Iazza. “Diseño web centrado en el usuario: usabilidad y arquitectura de la información”. *Hipertext.net* 2, 20014. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona. Disponible en: <www.hipertext.com>, consultado [26 de septiembre de 2015].
- YUSEF Hassan Montero, y Francisco J. Martín Fernández, (2003). “Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web” *No Solo Usabilidad* 2, 2003.

disponible en: <<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/heuristica.htm>>. [fecha de consulta: 22 de febrero 2016].

ZAVALA Ruíz, Roberto. *El libro y sus orillas: tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas*. México: Fondo de Cultura Económica, 2013. E-book.

Entrevistas

BÒADAS, Sonia. Investigadora del grupo PROLOPE, Universidad Autónoma de Barcelona. *Entrevista sobre etiquetado TEI en publicaciones digitales*, realizada el 12/11/2015.

CHAPA, María de los Ángeles. Investigadora del Instituto de Investigaciones Bibliográficas, UNAM. *Entrevista acerca de la edición musical en México*, realizada el 02/09/2015

CORTÉS, Teresita. Editora de publicaciones en el CISAN-UNAM. *Entrevista sobre proceso de edición*, realizada el 24/04/15.

SALGADO, Sandra. Departamento de publicaciones de la Facultad de Música, UNAM. *Entrevista sobre el proceso de edición musical*, realizada 16/06/2015.

SEGURA, José Luis. Coordinador de investigación del CENIDIM. *Entrevista sobre el proceso de edición musical en el CENIDIM*, realizada el 17/08/2016.

VELÁSICO, Astrid. Jefa de ediciones del CISAN-UNAM. *Entrevista sobre el libro electrónico y el proceso de edición*, realizada el 24/04/2015.

Seminarios y ponencias

II CONGRESO INTERNACIONAL LAS EDADES DEL LIBRO. Instituto de Investigaciones Bibliográficas, UNAM. 13 al 17 de octubre de 2014.

TALLER DE LIBRO ELECTRÓNICO. impartido por Ernesto Priani e Isabel Galina. *II Congreso Internacional Las edades del libro*, Instituto de Investigaciones Bibliográficas, UNAM. 16 de octubre de 2014.

I SEMINARIO PERMANENTE DE EDITORES. Consejo de Publicaciones Académicas y Arbitradas de la UNAM, 2015

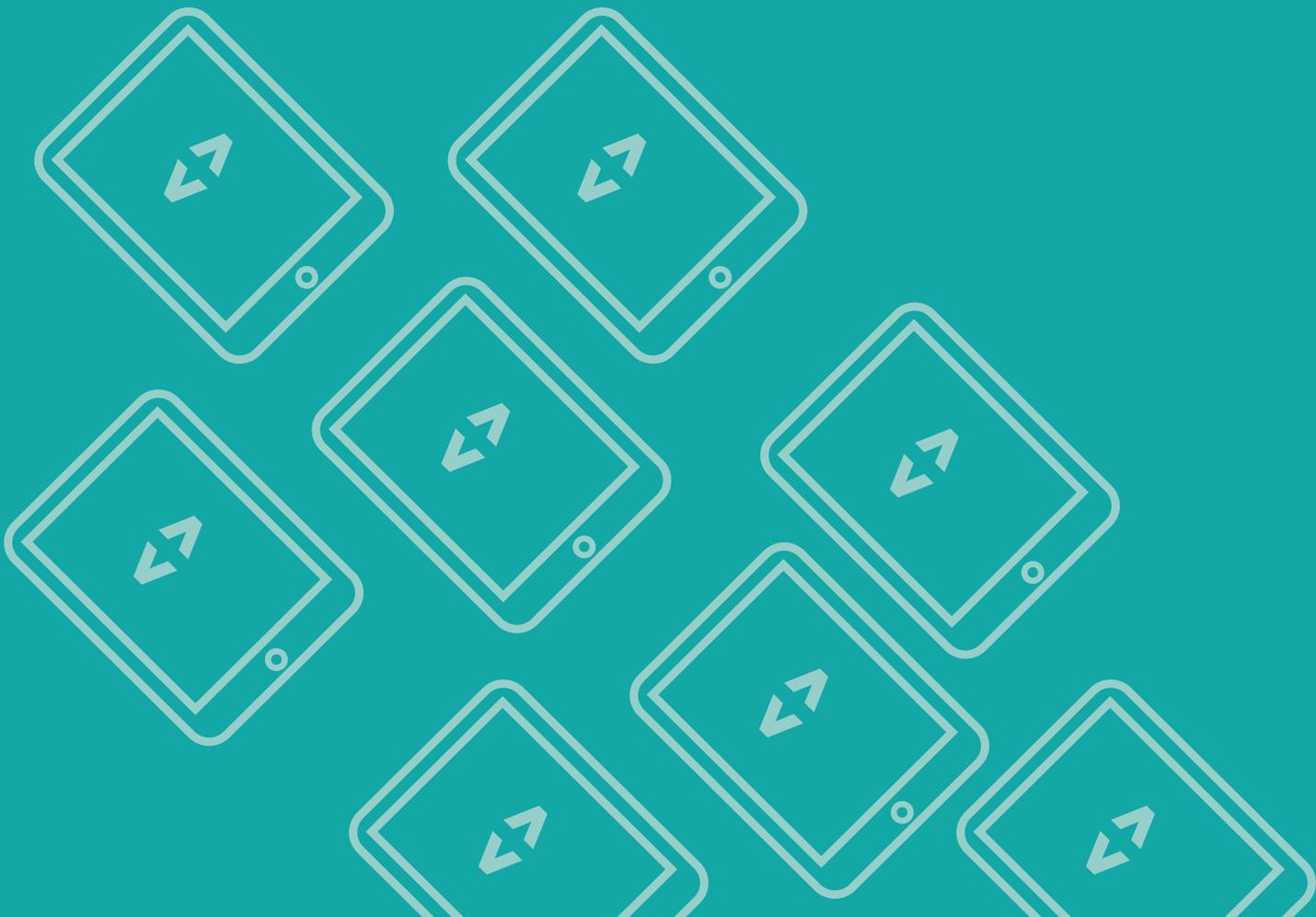
XI TALLER DE PROCESOS EDITORIALES, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, UNAM. 18 y 19 de junio de 2015.

II CONGRESO INTERNACIONAL DE HUMANIDADES DIGITALES HISPÁNICAS. INNOVACIÓN, GLOBALIZACIÓN E IMPACTO. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España. 5 al 7 de octubre de 2015.

TALLER: LA EDICIÓN DIGITAL ACADÉMICA: DE LO ANALÓGICO A LO DIGITAL. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España. 14 al 16 de diciembre de 2015.

ANEXO

**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
EDITORIALES PARA
LIBROS DIGITALES**



CONTENIDO DEL MANUAL

Presentación

Definición de conceptos

Organigrama del proceso editorial

Flujo de trabajo

Formatos

A1 Formato de registro de proyecto editorial

A2 Lineamientos de entrega para publicación digital

A3 Formato de pre dictamen editorial

A4 Formato de rechazo de la obra

B1 Formato de presentación de proyecto

B2 Carta de invitación para dictaminadores

B3 Formato de dictamen editorial

B4 Carta de dictamen aprobado

B5 Carta de dictamen de aprobado con correcciones

C1 Acta de aprobación del proyecto ante el Comité Editorial

C2 Brief de la publicación

C3 Control de edición

C4 Formato para Metadatos para publicación digital

C5 Formato de acopio de datos para registro ISBN digital

Presentación

El presente manual es producto de la investigación sobre procesos editoriales que se llevó a cabo para encontrar un flujo de trabajo de publicaciones digitales especializadas en Música.

El proceso de edición de un obra desde su recepción en original hasta su publicación es un largo camino en el que intervienen diferentes profesionales; cada uno con una tarea específica dentro del proceso y es por ello que es necesario que exista una regulación de dicho proceso. Se necesita tener un control absoluto sobre todas las actividades que conllevan la edición de una obra.

La propuesta del presente manual surge de las conclusiones del análisis de distintos procesos de edición; los cuales fueron descritos por sus responsables; de este análisis elaboramos una propuesta de flujo de trabajo para la edición digital musical, y por ello acompañamos nuestra propuesta con un *Manual de procesos editoriales para publicaciones digitales*.

Queremos hacer énfasis que si bien la materia que nos interesa son la de las ediciones musicales, este manual no solo se limita a ediciones sobre esta materia, ya que esta propuesta puede ser tomada como base para la creación de procesos editoriales de otras áreas que requieran tanto precisión en el dictamen de originales, además de una transcripción de fórmulas o escritos con caracteres especiales como lo sería una edición de matemáticas, ciencias o incluso lingüística.

El proceso que propone esta investigación está dividido en tres etapas y cada una contiene formatos específicos para poder llevarlas a cabo; la primer fase del proceso propuesto es la denominada A y contiene los formatos A1, A2, A3 y A4; estos comprenden una etapa de calibrar el original para ser presentado ante el comité editorial. Esta etapa comprende una serie de procedimientos preliminares y cada uno tiene un formato específico para llevar un control.

La segunda fase "B" comprende la etapa de evaluación del original y en ella se encuentra la revisión por pares para emitir un dictamen de la obra; el cual determinará su pertinencia en el catálogo editorial, esta fase termina con la entrega de los originales al departamento de edición.

La tercer fase C comprende el paso de la obra por las diferentes áreas que conforman el departamento de edición desde la corrección, transcripción, la planeación de la estructura hasta sus etapas finales de desarrollo; todo ello se registra en un formato para llevar el control del proceso de edición.

Definición de conceptos

EDITOR: gestor de proyectos y responsable de supervisar todo el proceso editorial desde la recepción de originales hasta su publicación.

ORIGINAL: conjunto de papeles, sean manuscritos, impresos o capturados en algún procesador de textos, que servirán de guía durante la composición y etapas siguientes del proceso editorial

AUTOR: persona que presenta un original con el deseo de publicar

COMITÉ EDITORIAL: órgano normalmente compuesto por responsables financieros con atribuciones de carácter editorial e inclinados a una política especialmente cautelosa basada en el previo estudio de un pre-público antes de lanzar una campaña de comercialización de un nuevo título

REVISIÓN POR PARES: revisión que realizan expertos en la materia con el fin de emitir un dictamen y recomendaciones sobre un original, también denominada doble ciego ya que el autor no tiene conocimiento de quien revisará su obra.

DICTAMINADOR: experto en un área de conocimiento que revisa una obra para emitir una evaluación sobre la obra; además de sugerir cambios que puedan ayudar a mejorar el original.

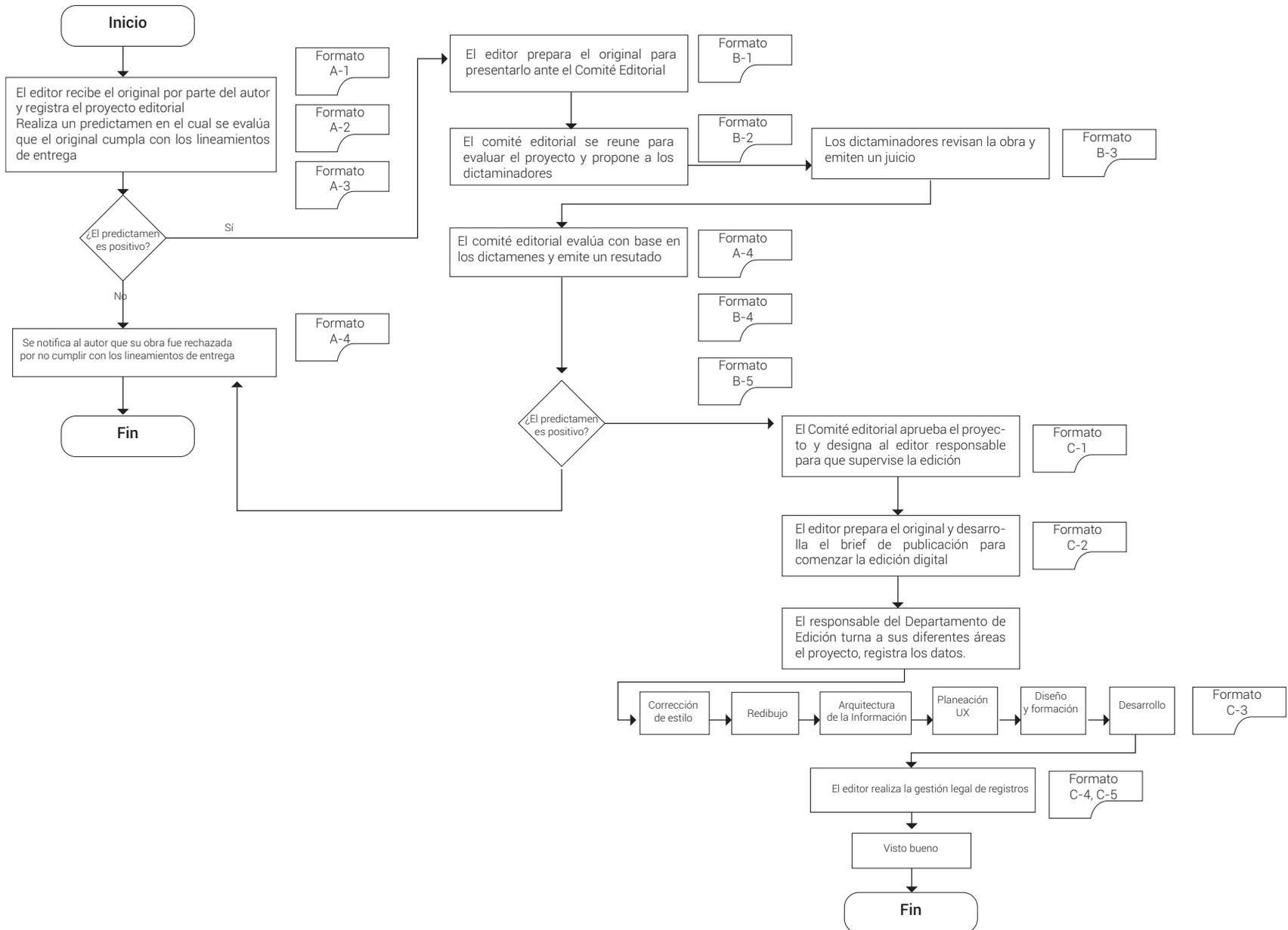
CORRECCIÓN: área que se dedica a revisar los textos para corregir fallas dentro de la sintaxis o uso del lenguaje, también se encarga de revisar errores ortotipográficos una vez que el original ha sido formado.

ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN: arte y ciencia de estructurar y organizar entornos informacionales para ayudar a que los usuarios encuentren fácilmente los contenidos.

Organigrama del proceso editorial



Flujo de Trabajo



Flujo de trabajo

paso	Responsable	Actividad	Formato
1	Editor	Recibe el original por parte del autor	
2	Editor	Registra el proyecto editorial dentro de una base de datos	A1 Formato de registro de proyecto editorial
3	Editor	Realiza un pre dictamen en el cual se evalúa que el original cumpla con los lineamientos de entrega y si la obra puede continuar con el proceso. Si el resultado del pre dictamen es aprobado: va al paso 6 si es rechazado va Paso 5	A2 Lineamientos de entrega para publicación digital A3 Formato de pre dictamen de obra
5	Editor	Notifica al autor que su obra fue rechazada	A4 Formato de rechazo de obra
6	Editor	Se prepara el original para poder presentarlo ante el comité editorial	B1 Formato de presentación del proyecto
7	Comité editorial Editor	Se reúnen para evaluar el proyecto editorial seleccionado Se proponen los dictaminadores externos para revisar la obra	B2 Carta de invitación a dictaminadores

8	Dictaminadores	Revisan la obra y señalan los posibles errores de contenido y valoran la relevancia del original dentro de la disciplina. Una vez hecho el dictamen mandan su evaluación al comité editorial	B3 Formato e dictamen
9	Comité editorial Editor	Reciben el juicio de los dictaminadores los cuales toman en cuenta y emiten un fallo Rechazado: paso 5 Aprobado: paso 11	A4 Formato de rechazo de obra B4 Carta de dictamen aprobado B5 Carta de dictamen aprobado con correcciones
10	Editor	Si el original obtuvo un dictamen de aprobado con correcciones; se dirigirá al autor una carta donde se especifican las correcciones, una vez que estas fueron incorporadas va al paso 11	B5 Carta de dictamen aprobado con correcciones
11	Comité editorial editor	El original está completo y se emite un acta de aprobación del proyecto.	C1 Acta de aprobación del proyecto ante el Comité Editorial
12	Editor	Prepara el original y entrega los archivos al departamento de edición	C2 <i>Brief</i> de la publicación
13	Coordinador del Departamento de edición	Recibe los originales por parte del editor y organiza el material	C3 Control de edición

Anexo

14	Área de Corrección	Se encarga de cuidar la edición en cuanto a los aspectos de sintaxis, manejo del lenguaje y ortotipografía.	C3 Control de edición
15	Área de dibujo musical	Se realiza el dibujo de los ejemplos musicales o las partituras en programas especializados para notación musical, se coteja con facsimilares u originales del autor.	C3 Control de edición
16	Coordinador del Departamento de edición o editor	Una vez revisado el texto y los dibujos musicales, se entrega el material para que e trabaje en las distintas áreas que se encargan de la edición digital	C3 Control de edición
17	Arquitectura de la Información	Se analizan los paquetes de información entregados, se clasifican y se crea la estructura que tendrá la publicación	C3 Control de edición
18	Planeación UX	Se realiza la planeación de la experiencia de usuario, por medio de wireframes o maquetas se analiza como el usuario puede acceder fácilmente a los contenidos	C3 Control de edición
19	Diseño y formación	Se forma la publicación siguiendo los lineamientos hechos el área de arquitectura de la información y la de planeación UX	C3 Control de edición
20	Desarrollo	Los desarrolladores programan los contenidos y realizan pruebas en distintas plataformas	C3 Control de edición
21	Editor	Da el visto bueno a la obra y gestiona los registros legales .	C4 Formato de metadatos C5 Formato ISBN



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
DEPARTAMENTO DE EDICIÓN

A1 Formato de registro del proyecto editorial

① Número de registro: _____

② Autor: _____

③ Título: _____

④ Área _____

⑤ Sinopsis del trabajo:

⑥ Material recibido

⑦ Evaluación del trabajo

Fecha: _____

Predictamen: Aprobado Rechazado

Observaciones _____

Fecha: _____

Dictamen: Aprobado Rechazado

Observaciones _____

Fecha: _____

Resolución del Comité Editorial Aprobado Rechazado

Observaciones: _____

⑧ Si la obra fue rechazada

Fecha de notificación: _____

Observaciones: _____

Medio de notificación:

⑨ Si la obra fue aprobada

Fecha de inicio de edición: _____

Fecha de término de la edición: _____

Medio de publicación: _____

Instructivo de llenado del Formato de registro de proyecto editorial (A1)

Objetivo: tener un control sobre el proceso de la obra desde su recepción hasta su publicación

Responsable del llenado: editor

	Descripción de los campos
1	Número de registro: Número que se le asigna al proyecto dentro del catálogo editorial
2	Autor: Nombre completo del autor empezando por apellidos
3	Título: Nombre de la obra que se entrega
4	Área: Nombre del área en la que se desarrolla la investigación (musicología, Historia de la música, organología, etnomusicología, manual didáctico, artículo de revista, etc.)
5	Sinopsis del trabajo: brevemente se describen los ejes principales de la obra y su relación con el área de conocimiento, aportes a la disciplina, objetivos y alcance.
6	Material recibido: Se describe el tipo de archivos que se reciben (Original capturado en Word o RTF, audios mp3, imágenes tiff o eps, videos mp4 y H264).
7	Evaluación del trabajo: Se llenan las diferentes fases por las que pasa el original, se debe poner la fecha de cada etapa así como las observaciones y el fallo que tuvo en cada etapa.
8	Si la obra es rechazada: se debe colocar la fecha de notificación y el medio por el cual se le envió esta al autor
9	Si la obra es aprobada: se debe colocar la fecha del inicio de edición al igual que la de término y el soporte de publicación (HTML, ePUB, Aplicación).

Lineamientos de entrega para publicación digital (A2)

Para la entrega de un original se solicita lo siguiente:

El autor debe entregar un CD que contenga los archivos de texto trabajados en un procesador de textos, Carpetas con las imágenes en los formatos requeridos junto con la lista de pies de figura, Carpetas con las animaciones, audios y videos que requiera la publicación; además, se debe entregar una copia impresa del texto la cual debe coincidir con el archivo electrónico del disco.

A continuación detallamos los requerimientos de cada uno de los componentes del original:

Del cuerpo de la obra

1. El texto del original deberá ser entregado en un archivo hecho en algún procesador de textos (formato .doc o .RTF).
2. Por cada capítulo o parte del original se deben hacer archivos separados, nunca se entregará un original en un solo archivo.
3. Las hojas deben de ir foliadas con números arábigos de principio a fin.
4. El original debe contener una carátula donde se encuentre el nombre de la obra, el autor o compilador.
5. El original debe estar compuesto en fuentes legibles como Arial o Times New Roman de 12 puntos a doble espacio.
6. La jerarquía de los títulos y subtítulos debe indicarse de la siguiente manera: primer nivel, centrado; segundo nivel, justificado a la izquierda; tercer nivel, seguido de texto.
7. En el caso de las cursivas no se aplica el estilo en el texto sino que se subraya con amarillo las palabras.
8. Las notas deben de estar incluidas en el texto no importa si se encuentran al pie de página o al final del capítulo.
9. Para la bibliografía debe tomarse un modelo de citación y respetarlo a lo largo de la obra, no se deben de mezclar dos tipos de citación. La información debe estar completa.

El original debe estar ordenado de la siguiente manera:

- Portadilla
- Índice (con la jerarquía de Títulos y subtítulos)
- Prólogo o Introducción
- Capítulos
- Epílogo o conclusiones
- Apéndices
- Fuentes de consulta
- Índices (analíticos, de figuras, mapas, etc.)

Materiales gráficos

Imágenes

1. Todas las imágenes deben entregarse en archivos separados, nunca se integran en el cuerpo de la obra.
2. Los formatos de entrega de las imágenes debe ser Tiff (mapa de bits) eps o svg (vector), en ocasiones aceptaremos JPG siempre y cuando su resolución sea de 300dpi o el tamaño de la imagen sea superior a 1024 x 768 px
3. En el caso de redibujo musical se entrega el archivo nativo (finale o sibelius) así como una imagen jpg de la fuente original; esto con el fin de cotejar que la transcripción fue realizada correctamente. (en el caso de no contar con el redibujo, indicarlo al editor).
4. La ubicación de las imágenes y redibujo musical dentro del cuerpo de la obra debe estar referenciado
5. En un archivo se deben incluir los pies de figura de las imágenes con los siguientes datos:

Núm de figura. Título de la imagen, autor de la imagen, año.

6. El autor debe poseer los permisos correspondientes a Derechos de Autor de las imágenes.

Material multimedia

a) Animaciones

- Deben estar en formato para animación HTML5 nunca en flash (recomendamos el uso del software Adobe animated CC)
- Los archivos no deben pesar más de 10 mb
- Deben tener un tamaño máximo de 1024 x 768 px
- Se deben entregar en una carpeta dentro del CD; esta debe contener: archivo nativo, imágenes, audio fuentes y archivos compilados.

b) Audio

- Se deben entregar en una carpeta dentro del CD
- Los archivos de audio se entregarán en formato mp3
- Los archivos no deben tener una duración mayor a 3 minutos

c) Video

- Se deben entregar en una carpeta dentro del CD
- Los videos se entregan en formato mp4 H264
- El tamaño de los videos no debe ser mayor a 1024 x 768



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
DEPARTAMENTO DE EDICIÓN

A3 Formato de predictamen editorial

① Número de registro: _____

② Autor: _____

③ Título: _____

④ Área: _____

⑤ Sinopsis del trabajo:

⑥ Material entregado en CD Sí No

⑦ Formato de los archivos de texto: _____

¿Cumplen con los lineamientos de entrega? Sí No

Observaciones: _____

⑧ Formato de las imágenes: _____

¿Cumplen con los lineamientos de entrega? Sí No

Observaciones: _____

⑨ Formato de las animaciones: _____

¿Cumplen con los lineamientos de entrega? Sí No

A3 Formato de predictamen editorial

⑩ Formato de audios: _____

¿Cumplen con los lineamientos de entrega? Sí No

Observaciones: _____

⑪ Formato de videos: _____

¿Cumplen con los lineamientos de entrega? Sí No

Observaciones: _____

Instructivo de llenado del Formato de predictamen editorial (A3)

Objetivo: evaluar el original para decidir si comienza el proceso de edición o es rechazado

Responsable del llenado: editor

Núm.	Elemento	Descripción
1	Número	Número con el que fue registrado el proyecto
2	Autor	Nombre del autor o persona que propone la obra
3	Título	Título de la obra
4	Área	Área del conocimiento a la que pertenece la obra
5	Sinopsis	Breve resumen de la obra
6	Material entregado	Se registra si el material fue entregado en el CD
7	Textos	Se registra en que formato se entregan los originales, se marca con un X si cumplen con los lineamientos de entrega o no
8	Imágenes	Se registra en que formato se entregan las imágenes, se marca con un X si cumplen con los lineamientos de entrega o no
9	Animaciones	Se registra en que formato se entregan las animaciones, se marca con un X si cumplen con los lineamientos de entrega o no
10	Audio	Se registra en que formato se entregan los archivos de audio, se marca con un X si cumplen con los lineamientos de entrega o no
11	Vídeo	Se registra en que formato se entregan los archivos de video, se marca con un X si cumplen con los lineamientos de entrega o no

A4 Formato de rechazo de obra



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
DEPARTAMENTO DE EDICIÓN

① Ciudad de México a ...de...de...

② Estimado Sr.

Por medio de la presente le informo que el material recibido para la edición digital de ③ fue revisada y después de haber hecho un análisis, se asignó un dictamen de rechazo debido a que existen las siguientes inconsistencias con los lineamientos de entrega:

④ se enumeran las inconsistencias

⑤ ATENTAMENTE

⑥ ccp.

Instructivo de llenado del Formato de Rechazo de obra (A4)

Objetivo del registro: notificar al autor o a quien propone la obra de su rechazo

Responsable del llenado: editor

Núm.	Elemento	Descripción
1	Fecha	Lugar y fecha en la que se emite la carta
2	Nombre	Nombre del autor o persona que propone la obra
3	Cuerpo	Se expresan que se recibieron los archivos y se hizo un análisis de la información
4	Referencia	Se nombra el título de la obra
5	Dictamen	Se notifica que la obra fue rechazada
6	Inconsistencias	Se enlistan las razones por las que se le dio ese dictamen
7	Firma	Nombre y firma del editor
8	Copia	Se mandan copia para archivo

B1 Formato de presentación del proyecto



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
DEPARTAMENTO DE EDICIÓN

① Ciudad de México a ...de...de...

**COMITE EDITORIAL
PRESENTE**

Se pone a consideración del comité editorial la siguiente obra:

② Título

③ Autor

Sinópsis de la obra ④

Se propone dicha obra ya que a mi consideración cumple con el programa editorial, ya que se inscribe en la áreas de...⑤, el original ha sido revisado y cumple con los lineamientos de entrega, por lo que se pide su aprobación para poder continuar con el dictamen de la obra.

⑥ nombre y semblanza de los dictaminadores

Sin más por el momento quedo a la espera de su respuesta

⑦ ATENTAMENTE

Instructivo de llenado del Formato de presentación del proyecto (B1)

Objetivo del registro: Presentar el proyecto editorial ante el comité editorial y proponer a los posibles dictaminadores

Responsable del llenado: Editor

Núm.	Elemento	Descripción
1	Fecha	Lugar y fecha en la que se presenta el proyecto
2	Título	Título de la obra
3	Autor	Nombre del autor
4	Sinopsis	Breve resumen en el que se describan los ejes principales de la obra
5	Área	Área de conocimiento en la que se inscribe la obra y una breve argumentación de por qué es pertinente incluirla en el programa editorial
6	Dictaminadores	Se nombran los posibles dictaminadores junto con una breve semblanza de su curriculum con el objetivo de argumentar el porqué son candidatos para dictaminar la obra
7	Firma	Nombre y firma del editor

B2 Carta de invitación para dictaminadores



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
DEPARTAMENTO DE EDICIÓN

① Ciudad de México a ...de...de...

② Estimado Sr.

Por medio de la presente le extendemos una cordial invitación para participar como dictaminador de ③ que ha sido presentado ante este Comité para su edición.

El original pertenece al área de ④ y cuya temática aborda ⑤

Con base en su experiencia en la materia le enviamos el original junto el formato de dictamen .

⑥ ATENTAMENTE
COMITÉ EDITORIAL

Instructivo de llenado de la Carta de invitación para dictaminadores (B2)

Núm.	Elemento	Descripción
1	Fecha	Lugar y fecha en la que se presenta el proyecto
2	Dedicatoria	Nombre del dictaminador
3	Nombre de la obra	Título del original
4	Área	Área del concomimiento a la que pertenece
5	Sinopsis	Breve resumen de la temática del original
7	Firma	Firma del comité editorial



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
DEPARTAMENTO DE EDICIÓN

Dictamen Editorial

- ① Título de la obra _____
- ② Nombre del dictaminador _____
- ③ Área de especialidad _____
- ④ Resultado del dictamen Aprobado Rechazado
- ⑤ Núm. de páginas _____ ⑥ Entrega de material Impreso Digital

Marque con una X los aspectos que mejor describan la obra

⑦ Caracter del texto

- Académico Divulgación Monografía Ensayo Compilación
- Estudio crítico Partitura Texto nivel propedéutico Texto nivel licenciatura Texto nivel Posgrado

⑧ Extensión del texto

- Reducida Adecuada Extensa

⑨ Manejo del lenguaje

- | | | | | |
|-------------|------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|---|
| Sintaxis | <input type="checkbox"/> Buena | <input type="checkbox"/> Adecuada | <input type="checkbox"/> Inadecuado | <input type="checkbox"/> Mala |
| Vocabulario | <input type="checkbox"/> Rico | <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Adecuado | <input type="checkbox"/> Limitado |
| Exposición | <input type="checkbox"/> Adecuada | <input type="checkbox"/> Clara | <input type="checkbox"/> Inadecuada | <input type="checkbox"/> incomprensible |
| Contenido | <input type="checkbox"/> Adecuado | <input type="checkbox"/> Suficiente | <input type="checkbox"/> Pobre | <input type="checkbox"/> Malo |
| Calidad | <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Buena | <input type="checkbox"/> Regular | <input type="checkbox"/> Mala |

⑩ Imágenes y redibujo

- Imágenes Excesiva Suficiente Insuficiente

Redibujo musical

¿Es correcta la transcripción? Sí No

¿Es legible el redibujo? Sí No

Observaciones sobre el redibujo:

11 Estructura de la obra

- Divisiones de la estructura Excesivas Suficientes Insuficientes
- Organización del texto Ordenado Desordenado
- Manejo conceptual en el Contenido Buen manejo conceptual Errores conceptuales Ausencia de conceptos
- Aparato crítico Completo Riguroso Suficiente Precario Inexistente
- Bibliografía Pertinente Adecuada Precaria Ausente Incompleta

12 Indique el tipo de índice que tiene la obra y si lo requiere

- Índice general Analítico Temático Onomástico

13 Pertinencia de la publicación

- Se recomienda ampliamente la obra
- El texto se puede publicar tal y como fue entregado
- El texto se puede publicar siempre y cuando se atiendan las sugerencias
- El texto no se puede publicar

14 Público al que va dirigido

- Público en general Docentes Investigadores Especialistas
- Estudiantes de nivel propedéutico Estudiantes de nivel licenciatura Estudiantes de posgrado

B1 Dictamen Editorial

15 Valoración final

Para brindar mayor información al editor, responda las siguientes preguntas:

Escriba una breve reseña de la obra

¿En que área o áreas del conocimiento se inscribe la obra?

¿Cuál es el área del conocimiento que predomina?

¿La obra aporta algo nuevo a la disciplina?

¿Existen obras que traten el mismo tema?, ¿Cuáles?

¿Se trata el tema de una manera objetiva?, ¿por qué?

¿Considera que existen limitaciones en la obra?

¿Qué modificaciones sugiere para la obra?

Escriba su opinión general sobre la obra

Otras observaciones

16 Entrega del dictamen

Fecha _____

_____ **17** Número de hojas que se reciben _____
Firma

18

Recibido por: _____
Apellido, Nombre Firma Fecha

3/3

Instructivo de llenado del Formato de dictamen editorial (B3)

Objetivo del registro: Ayudar a la evaluación de la obra por el dictaminador.

Responsable del llenado: Dictaminador

Forma de llenado: Formato impreso

Núm.	Elemento	Descripción
1	Título de la obra	Título de la obra a dictaminar
2	Dictaminador	Nombre del dictaminador.
3	Área de especialidad	Nombre del área de la cual el dictaminador es especialista.
4	Resultado del dictamen	Marque con una X si el dictamen es positivo o negativo.
5	Número de páginas	Número total de las páginas que conforman la obra.
6	Entrega de material	Describe si el material entregado fue de manera impresa o en archivo digital.
7	Carácter del texto	Marca con una X los incisos que describan el carácter del texto.
8	Extensión del texto	Marca con una X los incisos que describan la extensión del texto.
9	Manejo del lenguaje	Marca con una X los incisos que describan el manejo del lenguaje en las categorías de: sintaxis, vocabulario, exposición, contenido y calidad.
10	Imágenes y redibujo	Marca con una X evaluando el número, calidad y contenido de las imágenes. Evalúa el redibujo musical si fue correctamente transcrito, si es legible y si existe alguna observación.
11	Estructura y contenido de la obra	Marca con una X los incisos que describen la estructura de la obra considerando las divisiones de la estructura, organización del texto, manejo conceptual en el contenido, aparato crítico, bibliografía y el tipo de índices que requiere la obra.
12	Índice	Indica si el tipo de índice es correcto o si necesita otro más especializado

13	Pertinencia de la publicación	Marca con un X la pertinencia de publicar la obra a dictaminar
14	Público al que va dirigido	Marque con una X la opción u opciones de posibles lectores de la obra
15	Valoración final	Son preguntas abiertas en las que se le pide al dictaminador dar su punto de vista sobre la obra con el fin de complementar el dictamen
16	Entrega del dictamen	Nombre, firma y fecha de entrega por parte del dictaminador
17	Núm. de hojas recibidas	Se registra el número de hojas en total que entrega el dictaminador, incluyendo este formato.
18	Recepción del dictamen	Nombre, firma de quien recibe el dictamen.

B4 Carta de dictamen de aprobado



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

① Ciudad de México a ...de...de...

② Estimado Sr.

Por medio de la presente hacemos de su conocimiento que el original de la obra ③ que fue presentado ante este comité por ④; después de una minuciosa revisión, se ha otorgado el dictamen de aprobado.

Queremos informarle que en breve comenzará su proceso de edición sin más por el momento quedamos a sus órdenes

**ATENTAMENTE
COMITÉ EDITORIAL**

Instructivo de llenado de la Carta de dictamen aprobado (B4)

Responsable del llenado: presidente del comité editorial

Forma de llenado: correo electrónico

Núm.	Elemento	Descripción
1	Fecha	Lugar y fecha en la que se presenta el proyecto
2	Dedicatoria	Nombre del autor
3	Nombre de la obra	Título del original
4	Editor	Nombre del editor quien presenta la obra ante el comité

B5 Carta de dictamen de aprobado con correcciones



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

① Ciudad de México a ...de...de...

② Estimado Sr.

Por medio de la presente hacemos de su conocimiento que el original de la obra ③ que fue presentado ante este comité por ④; después de una minuciosa revisión, se le ha otorgado el dictamen de aprobado con correcciones. Queremos informarle que durante la revisión de su obra se encontraron las siguientes inconsistencias:

⑤

Por lo que anexamos las correcciones pertinentes y esperamos que su original sea devuelto con todas las observaciones incorporadas; la fecha límite para devolver los originales es: ⑥ si la entrega del original sobrepasa la fecha anterior, el original será rechazado.

**ATENTAMENTE
COMITÉ EDITORIAL**

Instructivo de llenado de la Carta de dictamen de aprobado con correcciones (B5)

Responsable del llenado: presidente del comité editorial

Forma de llenado: correo electrónico

Núm.	Elemento	Descripción
1	Fecha	Lugar y fecha en la que se presenta el proyecto
2	Dedicatoria	Nombre del dictaminador
3	Nombre de la obra	Título del original
4	Editor	Nombre del editor quien presenta la obra ante el comité
5	Inconsistencias	Se enumeran todas las inconsistencias y se anexan las páginas con corrección.
6	Fecha de entrega	Se fija una fecha límite para que se devuelva el original corregido

C1 aprobación del proyecto por el Comité editorial

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

① Ciudad de México a ...de...de...

En esta sesión del Comité editorial se expide la presente acta con el fin de dejar un registro sobre la aprobación del original de la obra ..② cuyo autor es ...③ el cual fue presentando ante este comité por... ④

El original fue sometido a un dictamen realizado por especialistas en el área de...⑤ y obtuvo el fallo de aprobado arrojando los siguientes resultados:

⑥

Por esta razón el comité editorial ha decidido mediante esta acta dar la aprobación para que la obra comience el proceso de edición digital y se ha designado a ...⑦ como editor responsable de la publicación y será quien se encargue de turnar la obra a las instancias pertinentes para llevar a buen fin el proceso de edición.

Para constar en el expediente los abajo firmantes miembros del Comité Editorial damos absoluta aprobación sobre el proyecto editorial.

COMITÉ EDITORIAL

⑧ Nombres y firmas

Instructivo para el llenado del Acta de aprobación del proyecto por el Comité editorial (C1)

Responsable de su llenado: presidente del comité editorial

Forma de llenado: acta impresa

Núm.	Elemento	Descripción
1	Fecha	Fecha en la que se realiza el acta
2	Título de la obra	Título de la obra que se presentó ante el comité editorial.
3	Autor	Autor de la obra presentada
4	Contacto	Persona que presentó el original ante el comité editorial
5	Área	Área del conocimiento a la que pertenece la obra
6	Resultados	Se hace un breve listado de los resultados del dictamen en el que se debe argumentar porqué recibió el fallo de aprobado y en que contribuye a la disciplina y al plan editorial.
7	Editor	Nombre de quien es designado como editor y responsable de la publicación [por lo regular será quien presenta el original ante el comité editorial].
8	Nombres y firmas	Nombres y firmas de quienes integran el Comité editorial.

C2 Brief de la publicación



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
DEPARTAMENTO DE EDICIÓN

Brief de la publicación

Número de registro: _____

① Título: _____

② Autor: _____

③ Área: _____

④ Sinopsis de la obra: _____

⑤ Descripción del proyecto: _____

⑦ Usuarios o posibles lectores: _____

⑧ Características del producto: _____

⑨ Formato: _____

⑩ Identificadores: _____

⑪ Fecha posible de término de edición: _____

Instructivo para el llenado del *Brief* de la publicación (C2)

Responsable de su llenado: editor

Forma de llenado: documento impreso

Núm.	Elemento	Descripción
1	Núm. de registro	Número de registro para control de la obra.
2	Título de la obra	Título de la obra.
3	Autor	Autor de la obra.
4	Área	Área del conocimiento a la que pertenece la obra.
5	Sinopsis	Breve reseña sobre la temática de la obra.
6	Descripción del proyecto	Se hace un listado sobre las características que debe tener el proyecto.
7	Objetivos del proyecto	Se enumeran los objetivos y alcances que tendrá el proyecto.
8	Usuarios o posibles lectores	Se define el usuario al que va dirigida la publicación, para poder identificar los recursos a utilizar en el proyecto.
9	Características del proyecto	Se enlistan las características que debe tener el proyecto.
10	Formato	Se define el formato en el que se trabajara (ePUB, HTML o aplicación).
11	Lectores	Se define el mercado de plataformas de lectores de libros electrónicos al que va dirigido.
12	Identificadores	Se enumeran los identificadores que necesita la publicación para prever que procesos legales o de gestión se necesitan realizar.
13	Fecha de término de la edición	Se establece una fecha para la entrega de la publicación terminada.

C3 Control de edición



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
DEPARTAMENTO DE EDICIÓN

Control de edición

① Ficha del proyecto

Fecha: _____

Título: _____

Autor: _____

Editor: _____

Fecha de recepción: _____

② Corrección de estilo en originales

Responsable: _____

Primera lectura: _____

Fecha de recepción: _____

Fecha de entrega: _____

Fecha de recepción: _____

Observaciones: _____

③ Arquitectura de la Información

Responsable: _____

Fecha de recepción: _____

Fecha de entrega: _____

Observaciones: _____

C3 Control de edición	
④ Diseño de Interfaz	
Responsable:	_____
Fecha de recepción:	_____
Fecha de entrega:	_____
Wireframes [adjuntos]:	_____
⑤ Diseño de galeras	
Responsable:	_____
Maquetación [sin interactividad]:	_____
Redibujo musical:	_____
Diseño de guiones:	_____
Maquetación [sin interactividad]:	_____
Redibujo musical:	_____
Diseño de guiones:	_____
Fecha de recepción:	_____
Fecha de entrega:	_____
Observaciones:	_____
⑥ Cuidado editorial: inserción de segundas correcciones [sin interactividad]	
Responsable:	_____
Fecha de recepción:	_____
Fecha de entrega:	_____
Observaciones:	_____

C3 Control de edición
⑦ Corrección de estilo: tercera lectura
Responsable: _____ Fecha de recepción: _____ Fecha de entrega: _____ Observaciones: _____
⑧ Cuidado editorial: inserción de terceras correcciones [sin interactividad]
Responsable: _____ Inserción de correcciones [sin interactividad] _____ Fecha de recepción: _____ Fecha de entrega: _____ Observaciones: _____
⑨ Cotejo de la obra
Cotejo de originales con la formación: _____ Cotejo de correcciones: _____ Cotejo de redibujos musicales con originales _____ Visto bueno de guiones de interactividad _____
⑩ Elementos dinámicos y etiquetado
Cotejo de redibujos musicales con originales _____ Responsable: _____ Desarrollo de elementos dinámicos _____ Etiquetado de texto _____
3/4

Instructivo para el llenado del Control de Edición (C3)

Responsable de su llenado: editor asociado o coordinador de diseño

Forma de llenado: formato impreso

Núm.	Elemento	Descripción
1	Ficha del proyecto	Se escriben todos los datos del proyecto (fecha, autor, título, editor responsable, editor asociado).
2	Corrección de estilo en originales	Se registra quien realiza la primera lectura de los originales de la obra, la fecha de recepción, fecha de entrega y las observaciones que haya dejado el corrector.
3	Arquitectura de la Información	Se registra quien es el responsable de realizar la AI, así como fecha las fechas de entrega y recepción, así como las observaciones que pudiera haber.
4	Diseño de interfaz	Se registra al responsable del Diseño de interfaz así como las fechas de recepción y entrega; se adjuntan los <i>wireframes</i> que se elaboraron para la interfaz del libro.
5	Diseño gráfico de galeras	Se registra al responsable del equipo de trabajo así como las fechas de recepción y de entrega; este responsable deberá supervisar las actividades de maquetación de la publicación (sin interactividad), redibujo de la notación musical en el software especializado y la elaboración del guión de interactividad.
6	Corrección de estilo segunda lectura	Se registra quien realiza la segunda lectura de la obra ya maquetada, fecha de recepción, fecha de entrega y las observaciones que haya dejado el corrector.
7	Cuidado editorial: inserción de segundas correcciones	Se realiza la inserción de las segundas correcciones en la obra ya maquetada, se atienden las observaciones que haya dejado el corrector de estilo.
8	Corrección de estilo tercera lectura	Se registra quien realiza la tercera lectura de la obra ya maquetada, fecha de recepción, fecha de entrega y las observaciones que haya dejado el corrector.
9	Cuidado editorial: inserción de terceras correcciones	Se realiza la inserción de las terceras correcciones en la obra ya maquetada, se atienden las observaciones que haya dejado el corrector de estilo.

10	Cotejo de la obra	El editor asociado realiza el cotejo de la formación con los originales y las pruebas para corroborar que todas fueron realizadas correctamente, coteja los redibujos musicales con los originales para garantizar que la transcripción fue hecha correctamente, da el visto bueno al guión de interactividad.
11	Elementos dinámicos y etiquetado	Se define el mercado de plataformas de lectores de libros El editor asociado registra y supervisa quien llevará a cabo el desarrollo de los elementos dinámicos (animaciones, video, audio pantallas pop) así como el etiquetado XML, HTML o TEI de las secciones del texto.
12	Desarrollo	Se registra quiénes son los responsables del desarrollo de la publicación; el nombre del responsable de la creación de los estilos CSS y el responsable de la prueba de la publicación en los dispositivos, así como las fechas de entrega
13	Acopio de información para los identificadores	El Editor asociado realiza el acopio de información para los identificadores (ISBN, ISSN, Metadatos, DOI) y los hace llegar a las instancias que los gestionarán
14	Gestión legal	El departamento legal recibe la información para gestionar los identificadores ISBN, ISSN, DOI.
15	Empaquetado	El Editor asociado realiza el acopio de información para los identificadores (ISBN, ISSN, Metadatos, DOI) y los hace llegar a las instancias que los gestionarán



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
DEPARTAMENTO DE EDICIÓN

Formato de metadatos para publicación digital

- ① Título: _____
- ② Subtítulo: _____
- ③ Autor principal: _____
- ④ Autores secundarios: _____
- ⑤ Tema principal: _____
- ⑥ Reseña de la obra: _____

- ⑦ Entidad editora: _____
- ⑧ Editor responsable: _____
- ⑨ Fecha de publicación: _____

⑩ Formato

ePub fijo ePub fluido HTML AZW App

⑪ Identificadores:

URL: _____

URI: _____

ISBN: _____

DOI: _____

Formato de metadatos para publicación digital

⑫ Forma de citación: _____

⑬ Idioma: _____

⑭ Colección: _____

⑮ Mensaje de derechos reservados: _____

Instructivo de llenado para el Formato de metadatos para publicación digital (C4)

Objetivo del registro: recopilar la información de metadatos que debe llevar la publicación digital

Responsable: editor

Núm.	Elemento	Descripción
1	Título	Título de la obra
2	Subtítulo	Subtítulo de la obra si es que lo tiene
3	Autor principal	Nombre del autor principal de la obra, también puede ser coordinar o compilador según sea el caso
4	Autores secundarios	Nombre de los autores secundarios de la obra
5	Tema principal	Área del conocimiento y tema específico del que trata la obra
6	Reseña de la obra	Se realiza un breve resumen de lo que trata la obra
7	Entidad editora	Nombre de quien edita la publicación, si fuera una coedición también indicar la otra casa editorial en este campo.
8	Editor responsable	Nombre de quien fue designado como editor responsable
9	Fecha de publicación	Fecha de término de la edición
10	Formato	Indicar con una X el formato en el que se va a publicar
11	Identificadores	Llenar en los campos los identificadores que requiera la publicación
12	Citación	Indicar la forma en como se debe citar la publicación
13	Idioma	Indicar el idioma de la obra, si es traducción también indicarlo
14	Colección	Indica si la obra pertenece a alguna colección
15	Mensaje de derechos de autor	Escribir el cintillo legal de los derechos de autor de la publicación



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
DEPARTAMENTO DE EDICIÓN

Formato de datos para el registro de ISBN digital

- ① Título: _____
- ② Subtítulo: _____
- ③ Obra independiente: _____
- ④ Nombre de la colección: _____
- ⑤ Lugar de edición: _____
- ⑥ Número de edición: _____
- ⑦ Fecha de aparición: _____
- ⑧ Medio electrónico o digital: _____
- ⑨ Formato: _____
- ⑩ Capacidad: _____
- ⑪ Coeditor: _____
- ⑫ Comercializable: _____
- ⑬ Costo al público: _____

Instructivo de llenado para el registro de ISBN digital (C5)

Objetivo: recopilar la información para turnar a las instancias legales la gestión de este registro.

Responsable: Editor

Núm.	Elemento	Descripción
1	Título	Título de la obra
2	Subtítulo	Subtítulo de la obra si es que lo tiene
3	Obra independiente	Marque con una X si la obra es independiente o pertenece a una colección
4	Colección	Si la obra perteneciera a una colección indique el nombre
5	Lugar de edición	Lugar en donde se realiza la edición.
6	Número de edición	Indique si es la primera edición o qué número le corresponde
7	Fecha de aparición	Indique la fecha en la que aparecerá la edición
8	Medio electrónico digital	Indique porqué medio se realizará la edición, ejemplo: CD-ROM, E-BOOK, Internet
9	Formato	Indique cual es el formato en el que se realizará la edición, ejemplo: ePUB, HTML, Aplicación.
10	Capacidad	Indique la capacidad de almacenamiento ocupada
11	Coeditor	Si la obra fuera una coedición indique el nombre de quien es el colaborador.
12	Comercializable	Marque con una X si la obra será comercializable o no
13	Costo al público	Si la obra es comercializable indique el precio de venta