



Universidad Hispanoamericana
Escuela de Ciencias Sociales
Carrera de Diseño Publicitario

Proyecto de Graduación para optar por el grado
académico de Licenciatura

**Desarrollo de un manual para la creación de e-books
interactivos para los diseñadores editoriales de la
Universidad Técnica Nacional durante el
I cuatrimestre del 2017.**

Postulante: Emily Paniagua López

Tutor: José Pablo Román González

Lectora: Elizabeth Meza Prado

San José, 2017

Desarrollo de un manual para la creación de e-books interactivos
para los diseñadores editoriales de la Universidad Técnica Nacional
durante el I cuatrimestre del 2017.

Dedicatoria



A mis padres por estar siempre a mi lado apoyándome en todos los momentos de mi vida, a mi hermanos por sus consejos y apoyo incondicional.

Agradecimientos



Agradezco a mis compañeros de trabajo de la Universidad Técnica Nacional ya que con cada duda que tuviera me ayudaron y apoyaron aportando su granito de arena en el área en la cual son expertos.

A mi tutor José Pablo Román por guiarme y dar un gran aporte con su valioso conocimiento.

A la directora de carrera Virna Liz Ureña gracias por estar siempre ahí para darme consejos y guiarme con su experiencia.

Declaración Jurada

Yo Emily Paniagua López, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 1-1250-0468 egresado(a) de la carrera de Diseño Publicitario de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de este acto y debidamente apercebido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciatura en Diseño Publicitario, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: "Desarrollo de un manual para la creación de ebooks interactivos para los diseñadores editoriales de la Universidad Técnica Nacional durante el I cuatrimestre del 2017", es una obra original que ha respetado todo lo perceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derechos Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho a protocolizar este documento ante Notario Público.

En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los 24 días del mes de abril del año 2017.



Emily Paniagua López

1-1250-068

Carta de aprobación del tutor

San José, 17 de abril del 2017

Dirección de Registro

Dirección de Diseño Publicitario

Universidad Hispanoamericana

La postulante Emily Paniagua López, cédula de identidad número 1-1250-0468, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "*Desarrollo de un manual para la creación de e-books interactivos para los diseñadores editoriales de la Universidad Técnica Nacional durante el I cuatrimestre del 2017*", el cual ha elaborado para optar por el grado de Licenciatura de Diseño Publicitario.

En mi calidad de tutor, he verificado el proceso del Proyecto de Graduación, las correcciones solicitadas y los avances para el desarrollo del mismo y se considera que cumple con todos los requerimientos de fondo y forma solicitados por la Universidad Hispanoamericana para la Carrera de Diseño Publicitario; por lo cual cuenta con la siguiente calificación:

A. Originalidad del tema	10%	10%
B. Cumplimiento de entregas de avance	20%	20%
C. Coherencia entre los objetivos, los instrumentos aplicados y los resultados de la investigación	30%	30%
D. Relevancia de las conclusiones y recomendaciones	20%	17%
E. Calidad y Relevancia del Marco Teórico	20%	20%
Total obtenido:	97%	

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.



Lic. José Pablo Román González
1-1043-0933

Carta de aprobación del lector

CARTA DE LECTURA

San José, 17 de junio de 2017

Destinatario
Carrera Diseño Publicitario
Universidad Hispanoamericana

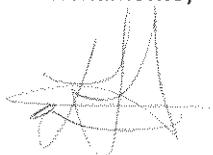
A quien corresponda:

La estudiante Emily Paniagua López, cédula de identidad número 1-1250-0468, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **Desarrollo de un manual para la creación de ebooks interactivos para los diseñadores editoriales de la Universidad Técnica Nacional durante el I cuatrimestre del 2017**, el cual ha elaborado para optar por el grado de Licenciatura.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente, lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y el análisis de datos; la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre estos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atentamente,



Elizabeth Meza Prado
Cédula identidad N.º 1-1228-0230

Carta de aprobación del filólogo

CARTA DE REVISIÓN DEL FILÓLOGO

San José, 19 de junio del 2017.

**SEÑORES
CARRERA DE DISEÑO PUBLICITARIO
UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA**

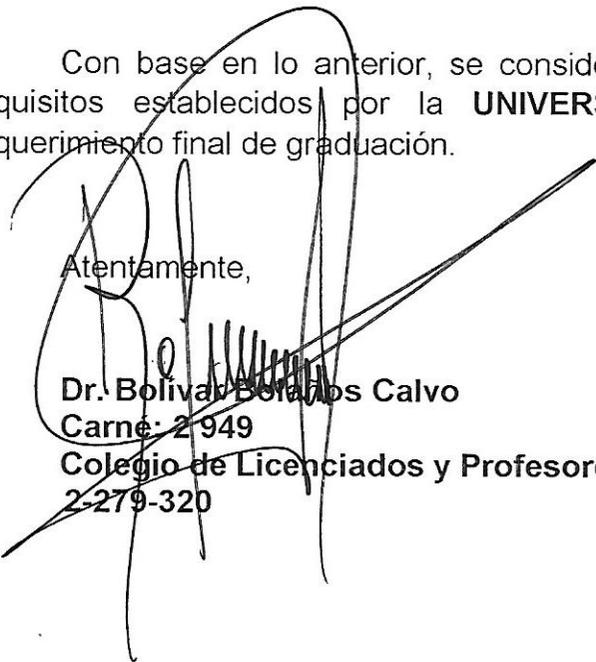
Estimados señor:

Hago constar que he revisado el **TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN (PROYECTO)** de la estudiante **EMILY PANIAGUA LÓPEZ**, denominado **DESARROLLO DE UN MANUAL PARA LA CREACIÓN DE E-BOOKS INTERACTIVOS PARA LOS DISEÑADORES EDITORIALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL, DURANTE EL I CUATRIMESTRE DEL 2017**, para optar por el grado académico de **LICENCIATURA EN DISEÑO PUBLICITARIO**.

He revisado errores gramaticales, de puntuación, ortográficos y de estilo que se manifiestan en el documento escrito, y verificado que estos fueron corregidos por el autor, así como la aplicación de las normas APA, ISO, académicas.

Con base en lo anterior, se considera que dicho trabajo cumple con los requisitos establecidos por la **UNIVERSIDAD** para ser presentado como requerimiento final de graduación.

Atentamente,


Dr. Bolívar Bolaños Calvo
Carné: 2-949
Colegio de Licenciados y Profesores
2-279-320

CAPÍTULO I: Información General

Tabla de contenidos

Dedicatoria	iii
Agradecimientos	iv
Declaración Jurada	v
Carta de aprobación del tutor	vi
Carta de aprobación del lector	vii
Carta de aprobación del filólogo	viii
CAPÍTULO I: Información General	1
1.6 Prólogo.....	6
1.7 Antecedentes del caso de estudio	7
1.7.1 Editorial Universidad Técnica Nacional.....	10
1.8 Antecedentes de investigaciones formales relativas al caso de estudio	11
1.9 Antecedentes de proyectos relacionados con el tema de estudio.....	12
1.10 Problema y pregunta del problema.....	13
1.11 Justificación	14
1.12 Objetivo general	15
1.13 Objetivos específicos	15
1.14 Alcances y delimitaciones	16
1.14.1 Alcances	16
1.14.2 Delimitaciones.....	16
1.15 Marco teórico	18
1.15.1 Marco conceptual	18
1.15.1.1 Diseño	18
1.15.1.2 Diseño publicitario.....	18
1.15.1.3 Diseño gráfico.....	19
1.15.1.4 Diseño Editorial	19
1.15.1.5 Elementos gráficos	20
1.15.1.6 Público meta	21
1.15.1.7 Diseño editorial	21
1.15.1.8 Formatos de lectura	22

1.15.2 Marco contextual	23
1.15.2.1 Manual	23
1.15.2.2 Libro electrónico (E-book)	23
1.15.2.3 E-book interactivo	24
1.15.2.4 Requerimientos técnicos	24
1.15.2.5 Partes del manual	24
1.16 Metodología	26
1.16.1 Enfoque	26
1.16.2 Tipo de enfoque	27
1.16.2.1 Estudio de caso	27
1.16.3 Diseño metodológico	27
1.16.3.1 Método inductivo	27
1.16.4 Técnicas de recolección de datos	28
1.16.5 Sujetos de información	29
1.16.5.1 Fuentes de información	30
1.16.6 Categoría de análisis y variables	31
CAPÍTULO II: Público meta	34
2.1 Datos recopilados a partir de la entrevista aplicada al señor Federico Arce Jiménez director de la Editorial UTN	35
2.2 Análisis documental	35
2.3 Encuesta al público secundario	37
2.4 Conclusiones	38
CAPÍTULO III: Contenidos técnicos	39
3.1 Datos recopilados a partir de las entrevistas aplicadas a los expertos Marianela Camacho de la Editorial Costa Rica, Dagoberto Arias de la Editorial Tecnológica de Costa Rica y Federico Arce de la Editorial Universidad Técnica Nacional. Al señor Federico Arce Jiménez, director de la Editorial UTN.....	40
3.2 Encuesta	43
3.3 Análisis documental	44
3.4 Conclusiones	45
CAPÍTULO IV: Aspectos gráficos	46
4.1 Datos recopilados a partir de la entrevista al diseñador de la UTN al señor Federico Arce Jiménez, director de la Editorial UTN, para conocer los aspectos gráficos.....	47
4.2 Encuesta a diseñadores sobre aspectos gráficos del manual.....	47
4.3 Análisis documental	48
4.4 Conclusiones	49

CAPÍTULO V: Recomendaciones	50
CAPÍTULO VI: Propuesta	52
6.2 Descripción del proyecto	53
6.3 Objetivo del manual	53
6.4 Estructura del manual	53
6.5 Objetivos de comunicación	53
6.6 Target	53
6.1 Brief creativo	53
6.7 Beneficios	54
6.8 Propuesta	55
CAPÍTULO VII: : Bitácora creativa	71
CAPÍTULO VIII: : Bibliografía	81
8.1 Bibliografía libros	82
8.2 Bibliografía WEB	85
CAPÍTULO IX: Anexos	86
Anexo 1. Sondeo realizado	87
Pregunta para el sondeo	87
Anexo 2. Encuesta aplicada al público secundario	88
Anexo 3. Transcripción de entrevista aplicada al diseñador de la editorial de la UTN	91
Anexo 4. Transcripción de entrevista aplicada al experto de la Editorial Costa Rica.	93
Anexo 5. Transcripción de entrevista aplicada al experto de la editorial Tecnológica de Costa Rica.	98

Índice de tablas

Tabla 1. Categoría 1. Público meta.....	31
Tabla 2. Categoría 2. Contenidos técnicos.....	32
Tabla 3 . Categoría 3. Aspectos gráficos.....	33

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Logotipo de la Editorial UTN.....	10
Ilustración 2. Portada catálogo de publicaciones EUTN.....	10
Ilustración 3. Datos recopilados por medio de la encuesta a diseñadores publicitarios y gráficos.	37
Ilustración 4. Datos obtenidos por medio de los encuestados para conocer los contenidos técnicos.....	43
Ilustración 5. Aspectos gráficos recolectados por medio de las encuestas.	47
Ilustración 6. Portada del manual.	55
Ilustración 7. Contraportada del manual.....	55
Ilustración 8. Partes del manual.....	56
Ilustración 9. Estructura del manual.	72
Ilustración 10. Secciones del manual.....	73
Ilustración 11. Diseños de portadas.....	73
Ilustración 12. Proceso de diagramación.	75
Ilustración 13. Diagramación de ejemplos para el manual.....	79
Ilustración 14. Creación de vídeos.....	80

1.6 Prólogo

La industria editorial ha tenido cambios importantes con respecto a la incorporación de los medios digitales para la creación de publicaciones, así como la distribución de estas. En el caso de los libros este cambio ha sido en los soportes de lectura de lo impreso a lo digital, creando un impacto en la cadena de creación de estos mismos desde los lectores, autores, editores, distribuidores y editoriales.

El uso de las tecnologías de la información y comunicación en la producción y distribución de contenidos culturales constituye una oportunidad. Cerlalc (2012) manifiesta:

En el contexto de la sociedad del conocimiento, la materia prima fundamental es la creación intelectual, y sus productos concretos –bienes y servicios culturales– constituyen hoy la veta de una floreciente y prometedora actividad económica, a la vez, que satisfacen uno de los mayores anhelos de la civilización: ampliar las posibilidades de acceso al conocimiento y la información, y dar concreción a conceptos como identidad y diversidad cultural. (p.4)

En este sentido, es una responsabilidad construir e incluir estas nuevas tendencias, tomando como foco de vital importancia a los autores y lectores, incorporando nuevas formas de lectura y escritura, y así ampliar las posibilidades para el resto de la sociedad.

De acuerdo con lo anterior, es importante para la Editorial de la Universidad Técnica Nacional contar con un avance en lo que a libros electrónicos se re-

fiere, ya que por el momento solo cuenta con libros de manera física y existe la necesidad de contar con libros de manera electrónica en formato de *e-book* para poder suplir las demandas que vive, actualmente, por el mercado tan cambiante a nivel de la industria editorial, además de que estos ayuden a suplir la necesidad de exposición tanto a nivel nacional como internacional.

Por medio de la investigación, logra realizarse un análisis respecto de lo consultado a los miembros de la Editorial de la UTN y a expertos en la creación de *e-books* sobre las pautas que debe contener un manual para crear *e-books* interactivos, además logra identificarse los perfiles del público meta y, en este caso, como primera instancia se identifica a los miembros de la Editorial de la UTN, además de que el manual tiene como posibilidad el alcance de ser utilizado por estudiantes y profesionales en la áreas de diseño gráfico y publicitario.

El manual pretende ser una guía mostrando con explicaciones sencillas por medio de imágenes y videos el proceso de crear un *e-book* y añadirle elementos interactivos para su posterior exportación en el formato de maquetación adecuado.

1.7 Antecedentes del caso de estudio

Los nuevos avances tecnológicos y la influencia que estos ejercen en la conducta de la sociedad han producido, como en tantos otros aspectos de la vida, un cambio en los hábitos de los lectores y en las formas de aprendizaje.

Por lo tanto, se aprecia que no solo cambia la estructura del mercado, sino el mismo concepto de libro, que ha evolucionado en los últimos 40 años de la mano de dos personas reciente y prematuramente fallecidas, Michael Hart, creador del Proyecto Gutenberg en 1971, el primer portal dedicado a la digitalización de obras cuando en Occidente comenzaba a desarrollarse la informática, y Steve Jobs, fundador de Apple y creador de ingenios como el iPad. (Cordón & Lopes, 2012, p.85)

Miles de obras del dominio público están en libre acceso en la web. La mayoría de los libreros y editores tienen su propia página web. Algunos de ellos nacen directamente en línea, y realizan la totalidad de sus transacciones por medio de la red. Se van multiplicando los libros y las revistas que solo están disponibles en versión digital, evitando así los gastos que implica una publicación impresa. Hoy en día, uno puede leer un libro en computadora, su teléfono, su smartphone o cualquier aparato de lectura especializado.

A principios del siglo XXI, se auguró que el *e-book* contribuiría al mayor desarrollo del mundo editorial desde la imprenta. Años después, tras un incremento

continuado de su mercado y de sus lectores, se concibió como una posible salida de la crisis del sector editorial.

El concepto de *e-book* existe desde la década de los 60 del siglo XX y está todavía buscando una definición única, difícil por ser un fenómeno muy cambiante, flexible y permeable a los contextos. Desde una perspectiva amplia, el *e-book* puede considerarse una versión digitalizada de un libro para visionarlo sobre un dispositivo electrónico determinado o un fichero en formato digital.

Su historia podría iniciarse con los libros electrónicos para niños: libros de cuentos que zumbaban o emitían pitidos al presionar un botón. A continuación, aparecieron los libros electrónicos de aprendizaje, elementos como LeapPads que fueron diseñados específicamente para ayudar con la alfabetización temprana mediante la lectura de las palabras en voz alta a los niños, ayudándoles a pronunciar o definir las palabras. (Orosa & López, 2016)

Después fue la lectura en línea: la migración de ciertas plataformas de impresión, como revistas y periódicos, a las pantallas de ordenador.

Finalmente, el desarrollo de libros electrónicos dedicados como el Kindle y el Nook, pequeños dispositivos móviles polivalentes, tales como teléfonos inteligentes y iPod Touch, y las tabletas como el iPad. Si bien en un inicio los libros electrónicos utilizaban la tecnología únicamente como transmisión del libro originariamente concebido para el papel, la

mejora de la portabilidad, la búsqueda y acceso, junto a plataformas de lectura en las que se desarrollan nuevos formatos y narrativas específicas para la web, marcan una caracterización específica.

La evolución proviene de la creación de la actual formación de un nuevo ecosistema de producción y consumo de lectura digital en el que *e-book* es la pieza fundamental con nuevos hábitos, nuevos lectores y construcción de textos colaborativos. El *e-book* está llamado a ser una pieza importante siempre y cuando se inserte y se adapte a este nuevo ecosistema que le es propio más allá del intento de sustituir al libro impreso en sus propios campos.

Para ello, los nuevos textos deberán estar concebidos desde un inicio como productos digitales y escritos con nuevas narrativas. Es fundamental asumir que el libro digital es, sobre todo, un producto inacabado y dinámico que se modifica con cada actualización del receptor. El lector puede completar el texto, escanearlo, formular búsquedas, insertar marcas, opiniones, anotaciones y disponer del mismo libro y el contenido creado durante su experiencia lectora en diferentes dispositivos. Pero, además, la lectura alcanza la dimensión social con la posibilidad de compartir el libro con otros lectores, e incluso, crear comunidades.

Internet ha llegado a ser imprescindible para documentarse, comunicar, acceder a documentos y extender los conocimientos. La web se ha convertido en una gigantesca enciclopedia, una enorme biblioteca, una inmensa librería y un medio de comunicación completo. Gracias al internet, la información ha pasado de un estado estático en los libros impresos a una gran fluidez, y ofrece la posibilidad de una actualización constante.

Respecto de los antecedentes encontrados con respecto a la investigación un informe que realiza el periódico el financiero titulado: “*E-books transforman la industria editorial*” del 27 de abril del 2015, con la aparición de nuevas plataformas tecnológicas, los escritores cuentan con alternativas para buscar colaboración de editores en línea y publicar su material en Internet sin la necesidad de pasar por el proceso de una casa editorial. (Jiménez K. C., 2015)

Estas facilidades para publicar los textos despiertan críticas y cuestionamientos por parte de las editoriales, especialmente en cuanto a la calidad de estos.

La tecnología permite que el proceso de edición, producción y comercialización de los libros sea más sencillo y económico.

Ahora las editoriales están en el proceso de ajustarse a una oleada de cambio que ya sacudió con fuerza a industrias como la musical.

María Isabel Brenes, gerente de Editorial de Costa Rica, afirmó que para enfrentar esta nueva forma de leer y publicar libros digitales fue necesario establecer su propia plataforma.

“Tenemos dos años de estar vendiendo en línea nuestros libros y audiolibros por descarga, lo que duplicó nuestra capacidad de producción y, a la vez, los lectores disponen de las obras en los dos formatos”, explicó Brenes.

Las facilidades que ofrecen las plataformas digitales seducen cada vez más a los lectores.

Los servicios que ofrecen las tiendas y editores de libros digitales despiertan críticas por parte de las casas editoriales.

“Las publicaciones en línea no son competencia que nos desvele. Estas publicaciones no pasan por ningún filtro de calidad, ni de contenido ni de presentación”, explicó Brenes.

Evelyn Ugalde, fundadora de Club de Libros, apoyó estos argumentos y añadió que el problema es que en la mayoría de los casos el escritor no cuenta con el acompañamiento de un experto y las publicaciones presentan errores de redacción y ortografía.

Otro disgusto que existe con las plataformas, en este caso Amazon, es que hay pocas ganancias para el autor. La tienda digital le solicita al escritor poner en venta su libro a un bajo costo.

Un balance entre costos, calidad y promoción es lo que buscan tanto los autores como las casas editoriales. Para los escritores la diferencia la marca el libro y el valor agregado radica en la promoción que se le realice al texto.

1.7.1 Editorial Universidad Técnica Nacional

La Editorial de la Universidad Técnica Nacional (EUTN) se creó el 18 de octubre del 2011 por medio de un acuerdo de Consejo Universitario, la editorial universitaria se basa fundamentalmente en el propósito de difundir la cultura, investigación y extensión, por lo que la producción editorial universitaria contribuye al conocimiento que permite el desarrollo de la sociedad.

- **Misión:**

Brindar apoyo para la consecución de la excelencia generada por la actividad académica, mediante la publicación y difusión de la producción intelectual; además de procesar el material impreso que requiera la comunidad universitaria.

- **Visión:**

Ser una Editorial Universitaria consolidada, que opere con procesos eficientes y de alta calidad para la publicación de libros académicos, trabajos de investigación y docencia, además de solventar los requerimientos de material impreso de la gestión administrativa.



Ilustración 1. Logotipo de la Editorial UTN.

La Editorial de la UTN por medio de crear, conservar, transformar y transmitir el conocimiento en el marco de un esfuerzo sostenido, orientado al mejoramiento integral de la sociedad costarricense, así como promover la investigación científica y científico- tecnológica de alto nivel académico, cuenta con diversidad de publicaciones que van desde temas como manuales académicos para cursos específicos, libros de contenido educativo, histórico, de poesía, deporte, tecnología, arte, obras de teatro, historia costarricense, entre otros.



Ilustración 2. Portada catálogo de publicaciones EUTN.

1.8 Antecedentes de investigaciones formales relativas al caso de estudio

Los libros electrónicos son una realidad cada vez más consistente en el ámbito editorial, en el que los movimientos de mercado instruyen sobre los posicionamientos favorables a los mismos emprendidos por las industrias culturales en general, y por las empresas de generación de contenidos en particular. Hay que tener en cuenta que 2007 es el año de despegue de los dispositivos de lectura electrónicos de nueva generación con pantallas de tinta digital, con Kindle y Sony como abanderados del nuevo sistema, y que la oferta de libros electrónicos empieza a emerger con pujanza en los sitios de Amazon y otras plataformas digitales. (Cordón-García, 2011)

Se realizó un sondeo para conocer información general para saber un dato concreto si los diseñadores habían realizado alguna vez un e-book interactivo, el mismo se realizó por medio de correo electrónico a 10 diseñadores con grado universitario. (Ver Anexo 1)

Relacionado con el tema se encuentra como referencia el libro del autor Ferran Adell titulado: Edición en *ePub*, el manual pretende ser una guía para usuarios no expertos en el proceso de creación de un libro digital en *ePub*, el formato estándar internacional según el IDPF (International Digital Publishing Forum). El libro introduce al usuario en el uso de las nuevas herramientas digitales para la creación de medios y le proporciona un nivel de conocimiento esencial del contexto, las herramientas y los formatos implicados

en la creación de libros electrónicos. (Ferran, 2016)

Además, se encontró información referente al caso de estudio en el libro de la autora María Amor Fernández Menéndez titulado: *E-books: creación y diseño de libros electrónicos*. Con esta guía, el lector aprenderá a crear y diseñar un libro electrónico y a exportarlo correctamente para su publicación en la web. Comenzará por el diseño de su obra y la exportación a PDF; para posteriormente conocer el formato *ePub* y sus ventajas. Por medio de esta lectura comprenderá el uso de los correctores de textos y los bancos de imágenes donde adquirir los derechos de sus propias ilustraciones, así como otros conceptos clave como el ISBN.

Asimismo, trabajará con diferentes sitios web en los que publicar su texto: Kindle de Amazon, iBookStore de Apple, Google Play Store y Barnes & Noble. En resumen, este libro es una importante fuente de información con todo lo que necesita saber para ver su obra publicada en versión digital. (Menéndez, ebooks. *Creación y diseño de libros electrónicos*, 2014)

1.9 Antecedentes de proyectos relacionados con el tema de estudio

De acuerdo con el artículo Gutenberg 2.0: la revolución de los libros electrónicos "...la cultura está convirtiéndose en un ámbito cada vez más definido comercialmente" y esta formación provoca que el libro, entendido como parte de la industria cultural, entre en competencia con otras formas de ocio, mientras que el libro entendido como soporte de una información sea convertido en un formato digital e integrado en bases de datos. (Cordón García & Lopes, 2012)

Con respecto al artículo e-books: la guerra digital global por el dominio del libro, El aumento de la demanda de libros digitales o e-books en 2010 ha puesto al descubierto las estrategias entre los gigantes de la informática americanos y asiáticos para entrar en el sector del libro hasta ahora dominado por Europa: la creación, la edición e impresión, la distribución, la venta en librerías y hasta las propias bibliotecas son frentes de una guerra desencadenada por los cambios en los hábitos de los lectores y los compradores de libros.

Relacionado con el tema del proyecto se toma como referencia el Proyecto de Graduación de Licenciatura en Diseño Publicitario de la licenciada Silvia Elena Pérez Ureña, titulado: Elaboración de un manual para el desarrollo de sitios web, considerando la integración de los fundamentos del diseño gráfico y los requerimientos técnicos y estratégicos actuales de internet en el Gran Área Metropolitana durante el tercer cuatrimestre del 2014. (Pérez Ureña , 2014)

1.10 Problema y pregunta del problema

Con el crecimiento que ha tenido la Editorial de la UTN y al estar incorporada la Universidad Técnica Nacional a la Comisión Nacional de Rectores (Conare) y recibir presupuesto por parte de Conare, es por medio de esto que la Editorial de la UTN pasó a formar parte de Comisión de las Editoriales Universitarias Públicas Costarricenses (Edupuc), con la incorporación a Edupuc se comienza a tener mayor exposición tanto a nivel nacional como internacional, colocando algunos de los libros que existen de manera física en ferias internacionales del libro.

La Editorial de la Universidad Técnica Nacional cuenta con libros de manera física solamente y al ser una editorial pequeña cuenta con limitada cantidad de recursos por lo que para realizar ciertas publicaciones debe terciarizar ciertos acabados finales para brindar una obra de calidad, por ello existe la necesidad de contar con libros de manera electrónica en formato de *e-book* para poder suplir las demandas que vive actualmente por el mercado tan cambiante a nivel de la industria editorial, además a nivel de exposición exististe una gran carencia, ya que cuando se asiste a ferias internacionales del libro solo puede llevarse una pequeña cantidad de libros por costos de traslado, y surgen los posibles compradores de libros que por medio de la existencia de libros digitales se crearía una mayor exposición tanto a nivel nacional como internacional.

Por medio de la recopilación de la información se plantea el siguiente problema en la investigación:

¿Cuál es la mejor manera de generar herramientas a la Editorial de la Universidad Técnica Nacional para el desarrollo de un manual de e-books interactivos?

1.11 Justificación

El proyecto es un manual que sirve para la creación de e-books interactivos desde un documento ya creado o desde cero, dando las bases para incorporar imágenes, vídeos entre otros, además de dar las pautas que deben seguirse para que el e-book sea exportado para ser ejecutado en diversos dispositivos y plataformas.

Los principales beneficiados del proyecto serán los diseñadores editoriales de la Editorial de la Universidad Técnica Nacional, se verán beneficiados al tener un manual que les enseñe como crear un e-book interactivo.

Dado el surgimiento de nuevas tecnologías para la presentación de libros surge la necesidad de que estos no sean solo de manera física, sino que se encuentren de manera digital para tener mayor alcance al mercado y que los mismos sean atractivos.

Es importante realizar la investigación, ya que la Editorial de la Universidad Técnica Nacional tiene una principal carencia y es que solo cuenta con libros de manera física, al ser una editorial pequeña y con poco tiempo de haber sido creada cuenta con limitada cantidad de recursos, por lo que para realizar ciertas publicaciones debe terciarizar ciertos acabados finales para brindar una obra de calidad, existe la necesidad de contar con libros de manera electrónica en formato de e-book para poder suplir las demandas que vive, actualmente, por el mercado tan cambiante a nivel de la industria editorial, y para poder ahorrar en recursos económicos y de tiempo,

por medio de esta carencia es que tiene muy poca exposición a nivel nacional e internacional por no contar con sus libros de manera digital.

1.12 Objetivo general

Desarrollar un manual para la creación de e-books interactivos para los diseñadores editoriales de la Universidad Técnica Nacional durante el I cuatrimestre del 2017.

1.13 Objetivos específicos

- Determinar el perfil del público meta al cual será dirigido el manual.
- Definir los aspectos técnicos y los contenidos que debe poseer el manual.
- Seleccionar los aspectos gráficos para el desarrollo del manual.

1.14 Alcances y delimitaciones

1.14.1 Alcances

Esta investigación tiene como alcance principal diseñar un manual que incorpore los elementos, requerimientos de diseño y contenido que deben tomarse en cuenta para la creación de *e-books* interactivos, los cuales serán limitados, en primera instancia, a las necesidades de los diseñadores editoriales de la UTN.

La población serán los diseñadores editoriales de la editorial de la UTN, además de posibles diseñadores que desean tener conocimientos en creación de *e-books*. Con posibilidad de poder vender el manual en páginas como App Store y Google Play.

El proyecto va a ser utilizado como una herramienta para los diseñadores editoriales de la UTN que tienen la necesidad por el crecimiento de la editorial en crear libros no solo de manera física, sino de manera digital y, por ello, existe un desconocimiento para crear *e-books* interactivos, el manual se va a convertir en un instrumento primordial para contrarrestar esta falta de conocimiento y suplir necesidad en cuanto a proyección que existe. Además, puede ser utilizado en otras editoriales tanto públicas como privadas y, también, a personas que inicien en el campo editorial de creación de *e-books* interactivos.

El proyecto va a desarrollar e implementar en el GAM (Gran Área Metropolitana), en Alajuela donde se ubica la editorial de la UTN.

1.14.2 Delimitaciones

Pueden presentarse cambios y nuevos tipos de información, ya que es un tema que está en constante actualización por ser un tema nuevo.

El formato de salida de exportación a maquetación fija puede crear problemas con ciertos dispositivos ya que al elegir *ePub3* este admite audio, vídeo, javascript y texto vertical en japonés, con la principal desventaja que no funciona en los lectores y los dispositivos que no sean compatibles con el estándar. Caso contrario que ocurre con el formato de exportación reajutable *ePub 2.0.1* este formato es compatible con una amplia variedad de dispositivos y permite adaptarse a las características del mismo, de su tamaño de pantalla y de los tipos de letras instaladas.

Al colocar archivos de video para explicación del manual este presenta la desventaja de no tener la opción de detener el video al pasar la página por lo el video no se puede reproducir automáticamente y se deben buscar otras opciones para la reproducción del mismo.

El proyecto debe tomar en cuenta las leyes Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6 683 y Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual N° 8 039, las cuales delimitan el uso de la información en cuanto a la utilización de una obra, las cuales se encuentran pro-

tegidas en cuanto a distribución y derechos patrimoniales y morales de la obra.

Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6 683, la cual expresa que las producciones intelectuales originales confieren a sus autores los derechos referidos en esta Ley. La protección del derecho de autor abarcará las expresiones, pero no las ideas, los procedimientos, los métodos de operación ni los conceptos matemáticos en sí. Los autores son los titulares de los derechos patrimoniales y morales sobre sus obras literarias o artísticas. (Ley N° 6 683, 1982)

La presente Ley protege las obras, interpretaciones o ejecuciones y fonogramas de autores, artistas, intérpretes o ejecutantes y productores de fonogramas costarricenses, domiciliados o no en el territorio nacional.

Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual N° 8 039, la creación intelectual de los autores, el comercio y la distribución de libros, están protegidos de la edición no autorizada de sus obras mediante el copyright; sin embargo, el cumplimiento de esta normativa se dificulta en la distribución electrónica de información; ya que es muy difícil asegurar los derechos de autor en materiales intangibles, proporcionan protección jurídica a los autores y sus obras y restringen los usos (incluso, en ambientes digitales) que se les pueden dar a estos productos intelectuales.

Además, deben tomarse en cuenta si va a publicarse, ya que la Agencia Costarricense del ISBN ubicada en el Sistema Nacional de Bibliotecas de Costa Rica (Sinabi) es la responsable del control del ISBN en Costa Rica, estimulando la cooperación de editores y distribuidores vinculados con la Industria Editorial y

el comercio del libro.

La obligatoriedad del uso del ISBN en nuestro país se estableció por medio del Decreto N°. 14 377-C, de 6 de abril de 1983, fecha en que se crea la Agencia Nacional ISBN, donde se establece que deben llevar ISBN las ediciones y reimpressiones de toda clase de libros y folletos editados en el país, incluidas las publicaciones digitales, y que no sean publicaciones periódicas.

1.15 Marco teórico

El marco teórico que se desarrolla a continuación, permite conocer los conceptos necesarios para el desarrollo de este proyecto por medio de la recopilación e interpretación de investigaciones referentes al tema para que el lector se dé una idea más detallada sobre el proyecto por desarrollar.

“Una vez planteado el problema de estudio, es decir, cuando ya se poseen objetivos y preguntas de investigación y cuando, además, se ha evaluado su relevancia y factibilidad, el siguiente paso consiste en sustentar teóricamente el estudio”. (Fernández Collado, Hernández Sampieri, Baptista Lucio, 2010, p. 52)

Cumpliendo la función de suministrar una visión de dónde se sitúa el planteamiento propuesto dentro del marco teórico, señalando lo que se conoce en el tema estudiado, además de proporcionar al lector y al investigador nuevas ideas además de compartir los descubrimientos recientes de otros investigadores.

1.15.1 Marco conceptual

El siguiente marco conceptual cumple la función de guiar la manera en la cual va a llevarse a cabo el proyecto, además de ayudar a decidir y explicar los conceptos más importantes por medio de revisiones de autores y teorías para enmarcar la investigación e interpretar los resultados y las conclusiones.

1.15.1.1 Diseño

El diseño es un proceso que toma en cuenta aspectos estéticos, así como cuestiones funcionales y técnicas. Sánchez, Gómez & López (2012) afirman que el diseño es una adecuación de distintos elementos gráficos seleccionados en un espacio visual.

El Diccionario de la Real Academia Española (2014) define diseño como la concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie.

Diseño se refiere al proceso de concebir, programar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos textuales y visuales con miras a la realización de productos destinados a producir comunicaciones visuales. (Frascara, 2012)

El concepto de diseño está relacionado con el proyecto y a lo principal que debe tomarse en cuenta para la creación del manual es que sea visualmente atractivo y llamativo, con el propósito de convertirse en una herramienta para la creación de e-books interactivos que supla de necesidad de desconocimiento que existe.

1.15.1.2 Diseño publicitario

Existen varias definiciones en lo que concierne al diseño publicitario, la esencia del diseño publicitario consiste en la creación y maquetación de mensajes publicitarios para alcanzar al público meta. Al respecto, los autores Zermeño Méndez & Contreras Espinosa (2012) definen:

La labor de un diseñador gráfico publicitario sería, la de transmitir esas ideas con fines comerciales mediante el uso de cualquier elemento, ya sea un texto o una imagen. La intención es la de estimular el co-

nocimiento, el interés y la compra de bienes y servicios que se ofrecen al mercado. (p.162)

Un adecuado diseño de las campañas es vital para el éxito de la empresa, identificando previamente tanto las características del producto y servicio que se comercializa, como delimitar el mercado y el público objetivo. (Valdivia García, 2015)

La publicidad tiene como misión conquistar al público, hacerle soñar, hacerle desear lo que se publicita. En gran medida, el éxito de una marca dependerá de la creatividad del diseñador publicitario y de su aportación a la estrategia de marketing de la empresa. (Zermeño & Contreras, 2012)

El diseño publicitario es una herramienta de gran importancia, ya que ayuda a reforzar y a aumentar las cualidades positivas del producto, mostrándolo mucho más atractivo para brindarle mayores posibilidades de venta.

1.15.1.3 Diseño gráfico

El diseño gráfico es una forma de comunicación humana que participa en todos los aspectos de la vida social, es una herramienta de información cultural y social que encierra el comunicar un mensaje de manera visualmente atractiva.

“El diseño gráfico informa, atrae la atención, organiza, convence, estimula, identifica, localiza, diferencia, pero, sobre todo, el diseño gráfico comunica visualmente un mensaje.” (López López, 2014, p. 20)

Por lo tanto, el diseñador gráfico tendría que estar centrado en resolver problemas de comunicación visual. Debe indagar conocer y saber discriminar la información, ser capaz de gestionar sus proyectos y estar dispuesto a trabajar en equipo. Tener la capa-

cidad de conocer y organizar la información del problema. (Sánchez, Gómez, & López 2012).

Sánchez Gómez & López Martínez (2012) afirma que el diseño gráfico es una disciplina intelectual, social, cultural, e interdisciplinar orientada a la comunicación, a la solución de problemas indeterminados, que apela a la funcionalidad y a las motivaciones de compra. (p. 7)

La importancia del diseño gráfico radica en que desarrolla una serie de estrategias para lograr una comunicación desde el punto de vista visual, es un medio de mucha eficacia por la inmediatez del mensaje al mercado.

1.15.1.4 Diseño Editorial

Para diseñar deben tomarse en cuenta diversos conceptos y uno de ellos es el diseño editorial, el cual comprende tanto la maquetación como la composición de publicaciones, tales como revistas, periódicos, libros, entre otros.

Yunquera Nieto (2015) afirma que:

La estructura básica del diseño editorial pensada para medios impresos se ha visto obligada a adaptarse a los nuevos medios informativos digitales. El “ancho por alto”, las dos dimensiones básicas, han dejado paso a nuevas fórmulas, donde no solo conviven el texto y las imágenes, sino que deben combinarse ambos elementos con otros nuevos como los audiovisuales y el hipertexto. El diseño ha ganado en profundidad, al tiempo que busca formas de adaptarse a los nuevos soportes, principalmente tabletas y smartphones. (p.1)

Para comercializar un producto editorial se desarrolla un proceso que conlleva una serie de pautas

que hay que seguir. Cuando se desarrolla un hay que tener en cuenta unos criterios de idoneidad coherentes, para la obra y el público al que va dirigida. (Alcázar Jiménez, 2016)

“El diseño editorial es el diseño de publicaciones periódicas: revistas impresas que salen a la venta en más de una ocasión y que, por lo general, tienen una apariencia y transmiten unas sensaciones y características únicas.” (Caldwell & Zappaterra, 2014, p. 6)

El proyecto que se está desarrollando está relacionado con el diseño editorial, ya que comprende el contenido textual, así como el diseño gráfico del manual, debe tomarse en importancia, ya que el manual debe contener los elementos de portada, contraportada, organización de la información las cuales deben llevar una línea gráfica editorial, tomando en cuenta la necesidad de poseer una gráfica que destaque por sobre los demás adaptado a las necesidades de comunicación particulares.

1.15.1. 5 Elementos gráficos

Los elementos gráficos son una parte fundamental del diseño en todas sus modalidades, introduciendo en las composiciones información visual que complementa, en gran medida, el mensaje que desea transmitirse, y que, a veces, es tan importante en el diseño como los contenidos textuales de este.

Un elemento gráfico es un elemento que presenta y que transmite información de un modo visual.

Por lo general, (Castro Tirado, 2014) tiene la capacidad de captar la atención por encima de los elementos textuales.

- **Tipografía**

La tipografía siempre ha sido una herramienta indispensable en el trabajo del diseñador gráfico en cualquiera de sus ramas, ya que, por sí misma, ha mostrado un crecimiento importante en el transcurso de la historia.

La tipografía es un medio de comunicación, que se emplea para darle una interpretación, es decir, por medio de ella es posible personalizar una idea, hacer una distinción y ubicar al lector mediante las múltiples formas en la que puede encontrarse. Este medio es versátil, dócil y sumamente funcional, ya que el diseñador puede decir algo más que un mensaje frío y concreto, pues, además le permite transmitir por medio de su morfología y estética, sentimientos, emociones y generar un impacto en los lectores. (Cadena Flores, 2011)

- **Color**

El color puede transmitir un estado de ánimo, describir la realidad o codificar información.

Al respecto, Lupton & Phillips (2016) definen que el color se ha convertido como parte integral del proceso de diseño y la impresión a color, en otros tiempos un lujo, es hoy la norma.

Los colores producen diferentes emociones e influyen de manera decisiva en nuestra percepción de la realidad. Colores primarios y secundarios, en sus infinitas combinaciones entre sí y con un determinado tipo de letra, tienen el poder de transmitir un mensaje o emoción concreta.

- **Fotografía**

La fotografía es el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir, por medio de reacciones químicas

micas y en superficies preparadas para ello, las imágenes que se recogen en el fondo de una cámara oscura.

Incorvaia (2013) define la fotografía como un procedimiento por el que se consiguen imágenes permanentes sobre una superficie material, la misma debe estar cubierta de una sustancia química fotosensible, que sea capaz de modificarse por la acción de la luz.

La fotografía es uno de los muchos sistemas con los que los seres humanos se expresan y comunican sus ideas a los demás. Ideas y teorías como la semiótica, que estudia cómo se crea el significado por medio del uso de signos y símbolos, se aplican a menudo a la "lectura" de las fotografías. (Simmons, 2015)

La fotografía representa la historia del hombre ante el mundo, además de representar, ayuda a conocer ese mundo del cual estamos distantes.

1.15.1.6 Público meta

Este concepto hace referencia a un consumidor específico e ideal al cual se dirige una campaña al que se aspira a cautivar con un producto o un servicio. Al público meta se debe transmitir el mensaje que se desea y comunicar las características del producto o servicio y sus beneficios. (Vargas Belmonte, 2013)

"Cuando la empresa selecciona una parte del mercado potencial, esto es, elige un grupo de compradores que define como target del producto o servicio que comercializa, hablamos de público meta" (Braidot, 2011, p. 75)

La estrategia de segmentación de una empresa y la elección de uno o más segmentos de mercado

depende de la capacidad para identificar las características de los compradores dentro de estos ámbitos, esto incluye elegir las variables para identificar y definir el mercado meta. (Ferrell & Hartline, 2012)

La importancia de definir el público meta es importante, porque ya se sabrán los hábitos de compra para crear una personalidad de marca y así dirigir el mensaje de forma óptima y significativa.

1.15.1.7 Diseño editorial

Para diseñar deben tomarse en cuenta diversos conceptos y uno de ellos es el diseño editorial, el cual comprende tanto la maquetación como la composición de publicaciones, tales como revistas, periódicos, libros entre otros.

Yunquera Nieto (2015) afirma que:

La estructura básica del diseño editorial pensada para medios impresos se ha visto obligada a adaptarse a los nuevos medios informativos digitales. El "ancho por alto", las dos dimensiones básicas, han dejado paso a nuevas fórmulas, donde no solo conviven el texto y las imágenes, sino que deben combinarse ambos elementos con otros nuevos como los audiovisuales y el hipertexto. El diseño ha ganado en profundidad, al tiempo que busca formas de adaptarse a los nuevos soportes, principalmente tabletas y smartphones. (p.1)

Para comercializar un producto editorial se desarrolla un proceso que conlleva una serie de pautas que hay que seguir. Cuando se desarrolla un hay que tener en cuenta unos criterios de idoneidad coherentes para la obra y el público al que va dirigida. (Alcázar Jiménez, 2016)

“El diseño editorial es el diseño de publicaciones periódicas: revistas impresas que salen a la venta en más de una ocasión y que, por lo general, tienen una apariencia y transmiten unas sensaciones y características únicas.” (Caldwell & Zappaterra, 2014, p. 6)

El proyecto que se está desarrollando está relacionado con el diseño editorial, ya que comprende el contenido textual, así como el diseño gráfico del manual, debe tomarse en importancia, ya que el manual debe contener los elementos de portada, contraportada, organización de la información, las cuales deben llevar una línea gráfica editorial, tomando en cuenta la necesidad de poseer una gráfica que destaque por sobre los demás adaptado a las necesidades de comunicación particulares.

1.15.1.8 Formatos de lectura

Los *e-books* están ganando popularidad y para acceder a ellos solo debe contarse con un dispositivo móvil y una aplicación especial. Y aunque los formatos en los que vienen los textos varían de acuerdo con el lector que se tenga los más frecuentes son: PDF, *ePub*, XML.

Perles García (2014) define los principales formatos en los que se encuentran los *e-books*:

- **El formato PDF:** PDF son las siglas que corresponden a “Formato de Documento Portable, es actualmente uno de los medios más conocidos para intercambiar información gráfica y textual entre distintos equipos y plataformas. Es multiplataforma, es decir, un documento puede verse de la misma manera independientemente en la computadora y del sistema operativo que se utilice.
- **El formato *ePub*:** *ePub*, acrónimo de “Publicación Electrónica”, es el nombre de un for-

mato abierto de libro electrónico, que puede ser utilizado tanto por empresas como por particulares, su mejor característica es que es independiente del dispositivo de lectura que lo use, adaptándose a las características del mismo, de su tamaño de pantalla y de los tipos de letras instaladas.

- **El formato XML:** es decir, “Lenguaje Extensible de Marcas” y corresponde a un lenguaje que permite crear otros lenguajes. Su utilidad se centra en ofrecer una información con una presentación distinta o un tipo de documento distinto, a partir de un original. (p.111)

Para crear el manual de *e-books* es importante conocer los distintos formatos de lectura en los cuales pueden crearse los *e-books*, ya que por medio de estos conceptos puede guiarse al usuario del manual y darle las bases para crear *e-books* compatibles con los diferentes dispositivos que pueden utilizarse.

1.15.2 Marco contextual

El marco contextual enmarca el desarrollo del proyecto, definiendo un guía para toda la investigación, ayudando a comprender el conjunto de circunstancias que rodean la situación y el contexto en el cual se encuentran.

1.15.2.1 Manual

En este proyecto va a desarrollarse un manual orientado a brindar soluciones a problemas existentes como el desconocimiento, pero más aún, a la innovación en cuanto al producto final logrado.

El Diccionario de la Real Academia Española (2014) define manual como Libro en que se compendia lo más sustancial de una materia.

Un manual es una publicación que incluye los aspectos fundamentales de una materia. Se trata de una guía que ayuda a entender el funcionamiento de algo, o bien, que educa a sus lectores acerca de un tema de forma ordenada y concisa. Un usuario es, por otra parte, la persona que usa ordinariamente algo o que es destinataria de un producto o de un servicio. (Pérez Porto & Gardey, 2010)

Para el proyecto la creación de un manual sirve para transmitir conocimientos al perfil del público meta electo además de que el usuario pueda aprender rápido y adecuadamente sobre el tema principal del manual.

1.15.2.2 Libro electrónico (E-book)

La industria editorial ha sufrido cambios importantes debido a la revolución digital que ha surgido a través de los años y uno de sus cambios más significativos es la llegada del libro electrónico o como se denomina actualmente *e-book* (*e-book* = electronic book o libro electrónico).

García (2011) puntualiza que un "...libro electrónico es cualquier forma de fichero en formato digital que puede descargarse en dispositivos electrónicos para su posterior visualización". (p. 17)

El Diccionario de la Real Academia Española (2014) define libro electrónico como dispositivo electrónico que permite almacenar, reproducir y leer libros, un libro en formato adecuado para leerse en un dispositivo electrónico.

Armañanzas (2010) se refiere al libro electrónico (*e-book*) se le considera el tercer gran hito de la edición en el orden histórico tras el paso de la cultura oral a la escrita (manuscritos) y el posterior nacimiento de la imprenta de Gutenberg, han pasado muchos siglos hasta llegar al *e-book*, la versión electrónica de un libro impreso que puede leerse tanto en una computadora como en un lector electrónico (*e-Reader*) o dispositivo de tinta electrónica que facilita visualmente la lectura.

Los *e-books* son una nueva forma de lectura y de aplicación para crear libros que brindan grandes facilidades para el mercado permitiendo facilidad para transportar varios hasta cientos de *e-books* en un dispositivo de lectura, brinda costos más baratos para adquirirlos y para los autores tienen la posibilidad de ampliar su mercado de venta al poder distribuirlos en otros países a muy bajo costo.

1.15.2.3 E-book interactivo

Un e-book interactivo consiste en la colocación de un documento en formato digital de elementos que logren atraer al lector como imágenes, vídeos, audios, permiten un acercamiento con el lector de manera que se sienta interesado a consumir este tipo de productos.

Armañanzas (2010) expresa que el e-book interactivo corresponde a la inclusión de texto, multitud de enlaces, sonido, incluso vídeo, entre otros.

Como tal, el libro electrónico tendrá al menos las mismas características funcionales que el libro de papel y, además, podrá ofrecer servicios más complejos a merced de la potencia y facilidades que ofrece el medio electrónico.

Se trata de un producto que aprovecha digitalmente las posibilidades hipermedia de la tableta. Es un proceso en el que el libro se ha expandido con el formato con mayores posibilidades hipermedias para integrarlas en su propio beneficio y ofrecer un producto adaptado a las posibilidades del lector. (Montiel, 2014)

Para el proyecto es de suma importancia crear un manual para crear e-books interactivos, ya que como se explica anteriormente brinda las ventajas de poder implementar distintos recursos multimedia los mismos para enriquecer el contenido del manual, y que sea llamativo al mercado, convirtiendo el manual en un medio interactivo de consulta.

1.15.2.4 Requerimientos técnicos

Los requerimientos especifican qué es lo que el sistema debe hacer (sus funciones) y sus propiedades esenciales y deseables.

Cuando desea crearse un e-book es necesario definir las especificaciones técnicas sobre los tipos de archivo que van a usarse para transmitir la información, así como sus niveles de comprensión, lo cual va a depender principalmente del dispositivo para el cual esté recomendado el producto.

Perles García (2014) define que debe tenerse en cuenta las siguientes consideraciones:

- En el caso de los libros electrónicos, el texto es el elemento más importante a la hora de transmitir una información, por lo que debe ser correctamente organizado y presentado. Se verifican los contenidos y estilos, antes de generar el formato de e-book.
- Las imágenes se adaptan estableciendo su resolución y color al dispositivo, para libros electrónicos no tendrán una alta resolución.
- Usar una metodología de trabajo y unos medios técnicos que permitan separar la información de su estilo de presentación visual.
- Determinar si el contenido va a estar ofrecido y estructurado por algún lenguaje de marcas, como HTML, XHTML o XML. (p. 94)

Resulta de vital importancia tomar en cuenta los requerimientos técnicos, ya que son la pieza fundamental para el desarrollo del proyecto, dando las pautas que deben seguirse para crear un producto de calidad de acuerdo con los estándares establecidos.

1.15.2.5 Partes del manual

La importancia de los manuales radica en que ellos explican de manera detallada los procedimien-

tos dentro de una organización; a través de ellos logran evitarse grandes errores que suelen cometerse dentro de las áreas funcionales de la empresa.

Las partes del manual constituyen un documento de comunicación técnica que da asistencia a las personas que utilizan un sistema en particular, consiste en dar detalladamente los pasos por realizar por el usuario para llevar a cabo las distintas opciones disponibles.

González Reyes (2010) define los principales partes que deben tomarse en cuenta para crear un manual:

- **Índice del Contenido del Manual:** para facilitar su manejo e identificación de los puntos importantes.
- **Presentación:** Breve descripción general del manual.
- **Antecedentes:** Describir las razones principales que propician la elaboración del sistema.
- **Objetivos del Manual:** Establecer los puntos importantes que cubrirá el manual.
- **Introducción:** Fundamentar la razón de ser del manual.
- **A quién está dirigido el Manual:** Tipo de usuario al cual se dirige la información.
- **Descripción del Producto:** Muestra las secciones que integran el manual.
- **Uso del Manual:** Representar gráficamente la forma en que funciona el manual, acompañada de una breve explicación, representando el funcionamiento y uso de cada una de las funcio-

nalidades que lo conforman, utilizar imágenes o capturas de pantalla, para describir el uso y funcionamiento de cada uno de los elementos que conforman cada funcionalidad del manual.

- **Contingencias y Soporte Técnico:** En esta sección, se especificarán los contactos asociados a las labores de soporte técnico, incluyendo nombre, e-mail y teléfonos.
- **Glosario de Términos:** Incluye una lista con el significado de los términos, conceptos o tecnicismos, usados en este manual y que no son del dominio público.

Por medio de determinar las partes del manual para la investigación se logra tener una guía de que debe tomarse en cuenta a desarrollar y definir los tópicos que se adapten mejor a la comprensión por parte del público meta.

1.16 Metodología

El marco metodológico cumple la función de describir y analizar el problema planteado en la investigación, analizando los pasos que deben seguirse para la resolución del problema, así como las herramientas de estudio que van a utilizarse.

“La metodología ejerce el papel de ordenar, se apoya en los métodos, como sus caminos y estos en las técnicas como los pasos para transitar por esos caminos del pensamiento a la realidad y viceversa” (Baena Paz, 2014, p.39).

A partir de este apartado se elegirán las estrategias para la elección del diseño de estudio, así como las formas y procedimientos concretos para la recolección de la información proporcionada.

1.16.1 Enfoque

La investigación cualitativa produce datos descriptivos, las propias palabras de las personas. Al mismo tiempo, enfoca los problemas de estudio, los acontecimientos, acciones y valores, haciendo que estos sean vistos desde la perspectiva de los individuos.

Bautista (2011) señala que la investigación cualitativa se comunica con los sujetos de estudio dando mayor importancia a las personas, tiene una mayor naturalidad y habilidad de estudiar los factores sociales en un escenario natural y sus resultados generan teorías sustantivas.

Pretende acercarse al mundo de “ahí afuera” y entender, describir y algunas veces explicar fenómenos sociales “desde el interior” de varias maneras diferentes. (Angrosino, 2012).

Esto significa que los investigadores cualitativos estudian las cosas en su situación natural, tratando de entender o interpretar los fenómenos en términos de los significados que la gente les otorga. La investigación cualitativa incluye la recolección y el uso estudiado de una variedad de materiales empíricos. (Lincoln & Denzin, 2012, p.5)

El tipo de enfoque de la investigación es cualitativo se desarrollan conceptos y comprensiones partiendo de pautas de los datos investigados para desarrollar el manual con la información necesaria para crear *e-books* interactivos por medio de estos datos determinando el perfil de los diseñadores que van a utilizar el manual, las circunstancias que los rodean, estudiando el contexto y las situaciones actuales en que se encuentran.

1.16.2 Tipo de enfoque

La investigación se basa en el siguiente enfoque:

1.16.2.1 Estudio de caso

El estudio de caso constituye una herramienta valiosa de investigación con él puede medirse y registrar la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado.

Examina o indaga sobre un fenómeno contemporáneo en su entorno real, las fronteras entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes, utilizando múltiples fuentes de datos, y pueden estudiarse tanto un caso único como múltiples casos. (Martínez Carazo, 2011).

El estudio de caso tiene la intención de investigar y un propósito metodológico de mayor amplitud que afecta a los métodos seleccionados para la escogida de datos. (Simons, 2011)

Con el estudio de caso pretende encontrar nuevas evidencias o situaciones de un fenómeno, la diferencia de lo que se está estudiando con su universo, la formulación de nuevas teorías de la realidad social, lo que se busca es encontrar las respuestas a preguntas en un escenario y momento dado, de ahí que no son formulaciones de verdades universales.

1.16.3 Diseño metodológico

La investigación contiene el siguiente diseño metodológico:

1.16.3.1 Método inductivo

El diseño metodológico utilizado en la investigación es el método inductivo, alcanzando conclusiones generales, partiendo de la observación de casos particulares o antecedentes en particular, partiendo de datos para poder llegar a una resolución o conclusión general.

Es un razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Distingue cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización y la comprobación. (Vargas, 2011)

“Consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías” (Cegarra Sánchez, 2012, p.83). La naturaleza se comportan siempre igual cuando se dan las mismas circunstancias, quiere decir que bajo las mismas condiciones experimentales se obtienen los mismos resultados, base de la tendencia de las experiencias.

1.16.4 Técnicas de recolección de datos

Las técnicas para recolectar datos sirven para que el investigador pueda acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información, resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponden a los indicadores y, por lo tanto, a las variables o conceptos utilizados.

“La aplicación de una técnica conduce a la obtención de la información, la cual debe ser guardada en un medio material de manera que los datos puedan ser recuperados, procesados, analizados e interpretados posteriormente” (Arias, 2012, p.69)

A continuación se explican cada una de las técnicas de recolección de datos utilizadas en la investigación:

- **Entrevista**

Una entrevista es una conversación que tiene una estructura y un propósito. En la entrevista el investigador pregunta y escuchan lo que las personas sobre su mundo vivido, oye sus ideas y opiniones y en sus propias palabras aprende su situación, con ello se construye un conocimiento por medio de la interacción entre el entrevistador y el entrevistado. (Kvale, 2011)

Jiménez (2012) define que: la entrevista de investigación es, por lo tanto, una conversación entre dos personas, un entrevistador y un informante, dirigida y registrada por el entrevistador con el propósito de favorecer la producción de un discurso conversacio-

nal, continuo y con una cierta línea argumental, no fragmentada, segmentada, precodificado y cerrado por un cuestionario previo del entrevistado sobre un tema definido en el marco de la investigación. (p.124)

Así constituye una técnica de obtener información, mediante una conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico de investigación o para contribuir en los diagnósticos o tratamientos sociales. (Ruiz Olabuénaga, 2012)

En síntesis, la entrevista es una estrategia útil y necesaria para la investigación, manteniendo una conversación con criterios y un guion de preguntas que respondan a las cuestiones fundamentales de la investigación.

Se utiliza una entrevista para definir el público primario, para conocer la opinión en cuanto a las necesidades respecto de la información que es necesaria en la Editorial de la UTN y su situación actual respecto de libros electrónicos. Además de realizar entrevistas a expertos en el campo de la los e-books para conocer más sobre su experiencia y así recolectar información que se aproveche para dar las pautas por tomar en cuenta en el momento de definir los aspectos técnicos y gráficos del manual.

- **Encuesta**

La encuesta es una forma organizada y práctica de hacer preguntas y respuestas, es un sistema adaptable a cualquier campo que busque una opinión generalizada de un tema en específico. Es un instrumento de colecta de datos constituido por una serie ordenada de preguntas, que deben ser respondidas por escrito y sin presencia del entrevistador. (Bresque, 2011)

Meneses (2011) expone que, en pocas palabras, podría decirse que es la herramienta que permite plantear un conjunto de preguntas para recoger información estructurada sobre una muestra de personas, agregado de las respuestas para describir la población a la que pertenecen o contrastar estadísticamente algunas relaciones entre variables de su interés.

La encuesta permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos, proporcionando facilidad de obtener, cuantificar, analizar e interpretar los datos.

Va a utilizarse una encuesta para el público secundario enfocada a diseñadores publicitarios y gráficos, para conocer las necesidades que tienen con respecto a un manual para crear e-books interactivos.

- **Análisis documental**

Comprende toda aquella información obtenida indirectamente por medio de documentos, libros o investigaciones adelantadas por personas ajenas al investigador.

El análisis documental constituye una estrategia metodológica que emplea la investigación científica para realizar la revisión de antecedentes de un objeto de estudio y para reconstruirlo conceptualmente. (Yuni & Urbano, 2014)

Arias Odón (2012) expresa que el análisis documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Su propósito es el aporte de nuevos conocimientos.

Los diversos tipos y técnicas de investigación documental se asocian con la gran variedad de fuentes documentales que se utilizan en cada caso, entre las cuales hay que destacar: bibliográfica, escrita, audiográfica, videográfica, cartográfica.

A través del análisis documental es posible obtener información valiosa para lograr el encuadre que incluye, básicamente, describir los acontecimientos rutinarios, así como los problemas y reacciones más usuales de las personas o cultura objeto de análisis.

Se utiliza el análisis documental tomando en cuenta información encontrada en libros, folletos, periódicos, tesis, entre otros, para recabar información que sea tomada en cuenta para seleccionar los contenidos técnicos y aspectos gráficos por desarrollar en el manual, tomando en cuenta documentos y normativas de la UTN con respecto a perfiles de puestos que utilizan para contratar personal.

1.16.5 Sujetos de información

En el siguiente apartado se detallan quienes son los sujetos y cuáles son las fuentes de información que van a utilizarse.

1.16.5.1 Fuentes de información

Corresponde a quiénes son las personas objeto de estudio, también se le conoce como población o universo. “La población o universo se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan; a los elementos o unidades (personas, instituciones, o cosas) a los cuales se refiere la investigación.” (Morles, 2011, p. 140)

El tipo de experto seleccionado corresponde a expertos en diseño de manuales y creación de e-books, relacionados con el diseño editorial, los mismos elegidos para recolectar información real y valiosa para este proyecto, además del diseñador de la EUTN y los estudiantes y profesionales en diseño encuestados.

Las fuentes de información son los instrumentos que ayudan a localizar y recuperar los documentos y la información.

El investigador cuando diseña un proyecto de investigación deberá determinar qué tipo de información necesitará. Se clasifican en fuentes primarias y secundarias, la información debe ser fiable, actual y homogénea. (Hernández Fernández & Martínez , 2014)

- **Fuentes primarias**

Son las que proporcionan información de primera mano, son fuentes directas. Su utilización permite conocer los fenómenos tal y como suceden en la realidad.

“Son aquellas a las que el investigador recurre cuando necesita obtener información a medida de las necesidades y objetivos específicos del estudio que está llevando a cabo” (Martínez, 2013, p.27)

En la investigación, las fuentes primarias tomadas en cuenta serán las entrevistas realizadas a los expertos en la creación de manuales y en el diseño de e-books, además de la entrevista aplicada al diseñador editorial de la UTN y las encuestas aplicadas a los diseñadores.

- **Fuentes secundarias**

Se refiere a información obtenida de datos generados con anterioridad, es decir, no se llega directamente a los hechos, sino que se les estudia por medio de que otros han escrito.

“Muestran información ya elaborada y existente, que fue producida anteriormente con otra finalidad que no tiene por qué coincidir con la que se está buscando” (Martínez, 2013, p.27)

Las fuentes secundarias corresponden a toda aquella información que puede encontrarse en blog especializados en el tema de e-book, páginas web que brinden el material de apoyo al proyecto que no pueda ser encontrado en libros o artículos, las tesis de grado y los libros consultados referentes al tema.

1.16.6 Categoría de análisis y variables

De acuerdo con los objetivos específicos planteados en este proyecto se trabajan tres categorías de análisis, cuya conceptualización operacionalización e subcategorías se presenta a continuación:

Categoría 1: Público meta.

Tabla 1. Categoría 1. Público meta.

Determinar el perfil del público meta al cual será dirigido el manual.
Conceptualización: La importancia de definir el público meta es importante porque ya se sabrán los hábitos de compra para crear una personalidad de marca y así dirigir el mensaje de forma óptima y significativa.
Operacionalización: De naturaleza cualitativa con indicadores de razón. Recolección de datos a través de sujetos de investigación.
Subcategorías: Edad: Años del público meta. Género: Género de los entrevistados. Lugar de trabajo: Empresa donde desarrolla sus actividades. Perfil profesional: Mostrado en los años de experiencia y la labor que realiza en el lugar donde trabaja.
Instrumentalización: Este objetivo es medido por los instrumentos entrevista y encuesta para conocer las características del público meta, además del análisis documental tomando en cuenta documentos de la UTN. <ul style="list-style-type: none">• Entrevista al diseñador editorial de la UTN, siguientes preguntas: #1, #2, #3• Encuesta a diseñadores, siguientes preguntas: #1, #2, #3, #4, #5, #6• Análisis documental: Manual de clases de puestos de la UTN.

Tabla 2. Categoría 2. Contenidos técnicos

Definir los aspectos técnicos y los contenidos que debe poseer el manual.
<p>Conceptualización: Resulta de vital importancia tomar en cuenta los requerimientos técnicos ya que son la pieza fundamental para el desarrollo del proyecto dando las pautas que se deben seguir para crear un producto de calidad de acuerdo a los estándares establecidos.</p>
<p>Operacionalización: De naturaleza cualitativa con indicadores de razón. Recolección de datos a través de sujetos de investigación.</p>
<p>Subcategorías: Partes del manual: dar detalladamente los pasos a realizar por el usuario para llevar a cabo las distintas opciones disponibles.</p> <p>Formatos de lectura: los formatos en los que vienen los textos varían de acuerdo al lector que se tenga los más frecuentes son: PDF, ePub, ePub3, XML.</p>
<p>Instrumentalización: Este objetivo es medido por los instrumentos entrevista a expertos y entrevista al diseñador de la UTN, para conocer aspectos y contenidos técnicos, además de tomar en cuenta el análisis documental.</p> <ul style="list-style-type: none">• Entrevista al diseñador editorial de la UTN, siguientes preguntas: #4, #5, #6, #7, #8, #10• Entrevista a expertos, siguientes preguntas: #4, #5, #6, #7, #8, #9, #10, #11• Encuesta a diseñadores, siguientes preguntas: #7, #8, #9, #10, #11, #12• Análisis documental: ePubs de maquetación fija con In Design, ¿Cómo diseñar y maquetar un libro electrónico?, Guía del usuario de In Design, La letra digital Retos e interrogantes alrededor del libro electrónico, Manual de Identidad Gráfica de la UTN.

Tabla 3 . Categoría 3. Aspectos gráficos

Seleccionar los aspectos gráficos para el desarrollo del manual.
<p>Conceptualización: Los elementos gráficos son una parte fundamental del diseño en todas sus modalidades, introduciendo en las composiciones información visual que complementa en gran medida el mensaje que se desea transmitir, y que a veces es tan importante en el diseño como los contenidos textuales del mismo.</p>
<p>Operacionalización: De naturaleza cualitativa con indicadores de razón. Recolección de datos a través de sujetos de investigación.</p>
<p>Subcategorías: Diagramación: aspectos que sean atractivos y sencillos para que al público meta le resulte útil y fácil de entender.</p> <p>Estructura: forma que va a tener el manual los aspectos tomados en cuenta como tipografías adecuadas, imágenes, videos entre otros que sean adecuados al público meta.</p> <p>Color: producen diferentes emociones e influyen de manera decisiva en nuestra percepción de la realidad.</p> <p>Tipografía: La tipografía es un medio de comunicación, que se emplea para darle una interpretación, es decir, por medio de ella es posible personalizar una idea.</p>
<p>Instrumentalización: Este objetivo es medida por los instrumentos entre- vista al diseñador de la UTN y encuestas a diseñadores, además de análisis documental tomando en cuenta información encontrada en libros, folletos, periódicos, análisis de videos, para conocer los aspectos gráficos.</p> <ul style="list-style-type: none">• Entrevista al diseñador editorial de la UTN, siguientes preguntas: #9• Encuesta a diseñadores, siguientes preguntas: #13• Análisis documental: Elaboración de un manual para el desarrollo de sitios web, Instructivo para la elaboración de un Manual de Usuario.

CAPÍTULO II: Público meta



En este capítulo se presentan los resultados obtenidos por medio del análisis de los instrumentos aplicados, para conocer el perfil del público meta primario y secundario al cual irá dirigido el manual, para saber sus características a nivel geográfico, demográfico, psicográfico y conductual.

Mediante la aplicación del instrumento entrevista se recaba información actualizada, además de ser un instrumento que facilita conocer elementos del entrevistado a nivel conductual y social, mediante un trato coloquial que lleve al entrevistado a proporcionar información valiosa.

2.1 Datos recopilados a partir de la entrevista aplicada al señor Federico Arce Jiménez director de la Editorial UTN

En este apartado se analizará tanto el perfil de los diseñadores de planta de la editorial UTN, así como el perfil especificado en el Manual descriptivo de clases de puestos de la UTN referente el mismo para determinar el perfil del diseñador de la UTN.

Por medio de la entrevista aplicada se conoce que el señor Arce posee una Licenciatura en Arquitectura de la Universidad de Costa Rica, Maestría en Tecnología en Informática Universidad Nacional y Maestría en Administración de la Universidad de las Ciencias y el Arte, su trabajo se ubica en el Centro de Formación Pedagógica y Tecnología Educativa es una de las sedes de la Universidad Técnica Nacional en Desamparados de Alajuela, su puesto es como Director de la Editorial Universitaria, y sus labores se centran en dos grandes procesos como lo son: la producción editorial de libros con sello editorial y la papelería institucional, en cuanto a la experiencia que posee en el campo editorial cuenta con 7 años de experiencia en este campo, y expresa que en la

editorial hasta el momento se han sacado con sello editorial alrededor de 17 obras desde hace 3 años y medio que está constituido el Consejo Editorial. (ver Anexo 3).

2.2 Análisis documental

α. Manual descriptivo de clases de puestos de la UTN: se refiere a un documento de 112 páginas, el cual contiene la descripción de cada uno de las clases de puestos de la UTN, es un instrumento técnico esencial para el reclutamiento y selección de personal, carrera administrativa, gestión y desarrollo de los recursos humanos de la Universidad, en cada una de las clases de puestos se describe: la naturaleza del trabajo, funciones, responsabilidad, competencias técnicas, requisitos académicos, legales y experiencia profesional. Con respecto al puesto de Diseño Gráfico o Diseño Publicitario el documento expone lo siguiente:

Naturaleza del trabajo: Planeamiento, organización y ejecución de labores técnicas, profesionales y administrativas que tienen por objetivo el cumplimiento oportuno de los objetivos de una Unidad.

Funciones:

- Ejecutar labores variadas en los procesos de la producción gráfica, tales como: proyectos, estudios, servicios, asesorías, capacitación y análisis.
- Asistir a personal de mayor nivel en el diseño y elaboración de trabajos que requieren la aplicación de metodologías avanzadas del diseño.
- Participar en la implementación de sistemas de control interno en la Editorial.
- Diseñar y elaboración y diagramación de

obras, materiales gráficos y de texto, como libros, carpetas, folders, panfletos, brochures, agendas, de carácter administrativos o divulgativos de la Universidad.

- Inspeccionar la calidad, estado y avance final de las tareas gráficas solicitadas.
- Asesorar en lo referente a material de texto y gráfico para la producción didáctica universitaria.
- Verificar el resultado final del material reproducido.

Requisitos:

- Bachiller universitario en una carrera atinente al cargo o con la especialidad del puesto o con el área de actividad laboral.
- Un año de experiencia en labores relacionadas con el puesto.
- Capacitación o conocimientos prácticos en procesadores de texto, hojas de cálculo y presentación.

Requisitos legales

- Incorporado al Colegio Profesional respectivo, según el grado académico que exige el puesto, cuando exista la entidad profesional y se encuentre debidamente constituida. (Universidad Técnica Nacional, 2017)

Las tres primeras preguntas de la entrevista al diseñador de la UTN van enfocadas en conocer su perfil laboral, con la primera se obtienen datos como los títulos académicos que posee en el caso del entrevistado el señor Arce posee varios grados académicos

relacionados con el campo del diseño y el campo editorial, la segunda pregunta es para saber el lugar de trabajo y las labores realizadas por medio de esta pregunta se conoce que el lugar de trabajo es la Editorial de la UTN, además de que las labores realizadas están divididas en dos áreas que son la creación de libros con sello editorial y la papelería institucional, la tercera pregunta se refiere a la experiencia en el campo editorial en la cual el entrevistado responde que posee 7 años de experiencia y que desde que se constituyó el Consejo editorial hace 3 años y medio se han publicado 17 obras con sello editorial.

Con respecto al análisis documental del documento: Manual descriptivo de clases de puestos de la UTN, el mismo sirve como referencia para saber la descripción de las clases de puestos de la UTN, en el caso de Diseño Gráfico se describe la naturaleza del trabajo que consiste en el planeamiento, organización y ejecución de labores técnicas, profesionales y administrativas, las funciones del puesto que van desde ejecutar labores variadas en los procesos de la producción gráfica, diseñar y elaboración y diagramación de obras, materiales gráficos y de texto. Además de los requisitos académicos como poseer un grado de bachiller universitario atinente al puesto, un año de experiencia y estar colegiado en su colegio respectivo.

El entrevistado de la UTN cuenta con una amplia experiencia en el campo editorial, ya que sus títulos académicos lo respaldan, sus labores están ampliamente relacionadas con el quehacer editorial respecto de la creación de libros y papelería institucional, además de contar con más de 7 años, realizando obras con sello editorial.

Con la consulta del análisis documental se conoce el perfil de los diseñadores contratados por la UTN, se conocen características como las funciones específicas que debe realizar que van desde la participación en procesos de control interno de la editorial hasta todos los procesos de producción gráfica desde el diseño, diagramación y artes finales. Asimismo, que debe ser un profesional con grado de Bachillerato Universitario y poseer un año de experiencia en labores relacionadas con el puesto.

Por medio de conocer esta información puede observarse que el perfil del diseñador que describe el manual de puestos de la UTN se encuentra muy ligado a la realidad en este momento de la editorial en la cual se cuenta con un Director que posee amplio conocimiento en el campo del diseño, así como el editorial, además de contar con títulos académicos que lo respaldan, ello de suma importancia para cumplir con las labores establecidas como lo es llevar 17 obras publicadas con sello editorial.

2.3 Encuesta al público secundario

En el siguiente apartado se presentan los resultados medidos mediante la aplicación del instrumento encuesta el cual se analiza y describe, para conocer el perfil del público meta secundario que son personas que no se encuentran laborando en la UTN, pero que en un futuro pueden ser potenciales empleados de la misma, se analizan sus características a nivel geográfico, demográfico, psicográfico y conductual.

Ilustración 3. Datos recopilados por medio de la encuesta a diseñadores publicitarios y gráficos.



Fuente: Datos recolectados por medio de las encuestas.

Se aplica una encuesta con preguntas cerradas, abiertas y de escala numérica para obtener información sobre el perfil del público secundario.

Se conocen datos a nivel demográfico como género de los 59 encuestados de los cuales, en su gran mayoría, son mujeres, también se conoce el rango de edad que va de 18 a 23 años, a nivel geográfico se ubican principalmente en el Gran Área Metropolitana.

En su ocupación se dividen entre estudiantes y profesionales en las carreras de diseño gráfico y diseño publicitario, en su mayoría, laborando actualmente.

Con respecto a la información analizada anteriormente con la entrevista y con los datos obtenidos de la encuesta, tanto el perfil del diseñador de la UTN como el perfil de los diseñadores encuestados tienen bastante similitud, ya que el diseñador de la UTN posee conocimientos en el campo del diseño gráfico como editorial y cuenta con un grado profesional, los diseñadores encuestados se encuentran en su etapa finales de la carrera y algunos ya tienen un grado profesional, además de estar en relación con las carreras de diseño gráfico y diseño publicitario por lo que tienen conocimientos afines.

2.4 Conclusiones

El perfil primario del público meta se establece como los diseñadores que laboran en la editorial de la UTN, con edades de entre los 18 años en adelante, geográficamente ubicados en el GAM, con un perfil profesional de estudios universitarios partiendo desde bachillerato en adelante, con amplios conocimientos en el diseño y especialmente en el campo editorial, que estén en constante capacitación a nivel de

diseño editorial. Además de conocer y emplear ampliamente los procesos internos que se realizan en la editorial de la UTN que van desde los procesos de papelería institucional hasta el proceso de creación de libros con sello editorial, por medio de procedimientos establecidos a nivel de maquetación, diseño, inclusión de imágenes, textos, revisión de documentos, y por último la realización de artes finales.

El perfil del público secundario se establece en un rango de edad de 18 años en adelante, hombres y mujeres, ubicados geográficamente en el GAM, estudiantes de diseño gráfico y diseño publicitario que están por terminar su carrera y se muestran interesados en el área editorial, profesionales que se encuentren laborando específicamente en el área editorial, que posean conocimientos avanzados en las áreas de diseño, especialmente en el área editorial, referente a la diagramación y maquetación de libros. Los mismos muestran interés por estar siempre actualizados y buscan nuevos contenidos que se presenten por medio de información puntual y eficaz que supla la necesidad de información que se les presenta en su área de desempeño.

CAPÍTULO III: Contenidos técnicos



En este capítulo se presentan la descripción y análisis de las entrevistas realizadas a expertos y diseñador de la UTN, es de vital importancia tomar en cuenta los requerimientos técnicos, ya que son la pieza fundamental para el desarrollo del manual, dando las pautas que deben seguirse para crear un producto de calidad de acuerdo con los estándares establecidos.

3.1 Datos recopilados a partir de las entrevistas aplicadas a los expertos Marianela Camacho de la Editorial Costa Rica, Dagoberto Arias de la Editorial Tecnológica de Costa Rica y Federico Arce de la Editorial Universidad Técnica Nacional. Al señor Federico Arce Jiménez, director de la Editorial UTN.

Por medio de las entrevistas aplicadas a los expertos de las fuentes de información que utiliza el diseñador de la UTN para realizar algún tipo de consulta en lo cual este responde que de manera verbal que puedan brindar compañeros de otras editoriales universitarias en la comisión de Edupuc, si es un tema más específico que tenga que ver con la publicación de libros recurre a manuales o reseñas ya sea en libros o vía web o inclusive en algo más técnico a proveedores o suplidores de servicios.

Respecto de los cambios que suceden en la industria editorial, los expertos concuerdan que el cambio más significativo para ambos ha sido la evaluación de las colecciones y líneas editoriales existentes, la reelaboración de una política editorial, la propuesta de un Manual de estilo editorial (estilo y parte gráfica), la propuesta de nuevas colecciones o la apertura de nuevas líneas editoriales, además de la adaptación a las nuevas tendencias de la edición del libro impreso hacia lo digital, el enfoque de la línea editorial especializada en ciencia y tecnología.

Respecto de las posibilidades que puede brindar un e-book el diseñador de la UTN conoce sobre este tema y si bien es cierto una parte de los libros puede ser publicado en formato digital por el momento no se cuenta con los recursos y el tiempo necesarios para poder realizarlo, además de que la creación de e-books representa un plus para la Editorial, posibilitando este tipo de formato una nueva apertura de posibilidades de que clientes deseen ver contenidos bajo esta modalidad; sin embargo, en el proceso de crecimiento que tiene la editorial de la UTN no está como un derrotero a convertirse en regla para todas las publicaciones, ante la carencia de recurso humano y de tiempo se está pensando en un convenio con la editorial del Tecnológico en el sentido de poder digitalizar bajo ese formato uno de los libros que se ha realizado.

En cuanto a la experiencia de realizar e-books, los dos expertos de la Editorial Costa Rica y la Editorial Tecnológica de Costa Rica realizan desde el 2012 la conversión y comercialización de libros en este formato y expresan que las ventajas son bastantes amplias como: portabilidad que permite el acceso a una amplia variedad de libros y contenidos, son fácilmente transferibles, requieren un espacio muy pequeño de almacenamiento, permiten búsquedas internas, resaltar texto con color o con marcadores, incluir comentarios y anotaciones, compartir fragmentos por correo electrónico o redes sociales, continuar la lectura de un dispositivo a otro (por ejemplo, puede empezar a leer en una tableta o teléfono inteligente y sincronizar el dispositivo para continuar leyendo en una computadora), entre las principales. Hay formatos que permiten incluir dentro del libro electrónico enlaces web, vídeos, audio, animaciones, todo lo cual enriquece la experiencia de lectura, permitien-

do el acceso internacional de los contenidos producidos, es un mecanismo muy válido para editar libros muy especializados, cuyo costo de impresión es muy elevado.

Como fuentes de información cada editorial tiene su propia documentación que fue creada con la investigación al pasar del tiempo tomando en cuenta a consultas de diferentes expertos latinoamericanos, así como consultar toda la literatura del Cerlalc y sobre el libro electrónico. Igualmente toman en cuenta para diagramar un libro en formato de e-book manuales de estilos propios de cada editorial, los cuales toman en cuenta las normativas con base en estándares desarrollados a lo interno y con base en estándares internacionales diversos y en los solicitados por las plataformas de venta de libros electrónicos, los formatos de lectura para su comercialización y visualización que utilizan son dos formatos básicos, el PDF, que es un formato más rígido, es un poco limitado en cuanto a los ajustes que el "reader" pueda hacer, por ejemplo, aumentar el tamaño del texto. El otro formato es el *ePub*, el texto puede ajustarse a los requerimientos del usuario, el texto líquido que así se le conoce, puede aumentarse o reducir, permite resaltar partes de la obra, se ajusta al tamaño del dispositivo de lectura y logra introducir elementos interactivos y ahora el formato *ePub3* incluye facilidades para audio, vídeo y todo tipo de animación. También, el *ePub* al ser un archivo con base HTML, facilita a los buscadores de internet localizar los datos de cada obra, lo que provoca aumentar la visibilidad. (ver Anexo 4 y 5).

Con este instrumento se realizan preguntas para conocer los contenidos técnicos a nivel de fuentes de información consultadas, lineamientos para crear

un libro en formato de e-book, y manuales de estilos realizados.

La primera pregunta se refiere a las fuentes de información que son consultadas cuando existe alguna duda, a lo que los entrevistados concuerdan en buscar primero un experto en el tema, además de buscar bibliografía relacionada con el tema por consultar.

Con respecto a los cambios más significativos en la industria editorial, los entrevistados manifiestan que han tenido que adaptarse a las nuevas tendencias del libro impreso a lo digital además de crear una propuesta de un Manual de estilo editorial (estilo y parte gráfica), además de que la demanda de libros digitales ha ido en aumento y por las nuevas formas de acceder al conocimiento mediante el uso de los dispositivos móviles.

En cuanto a las posibilidades comerciales y académicas que puede brindar un e-book, el señor Federico Arce expresa que tiene conocimiento de ellas, y expresa que en este momento, por la falta de personal y de recursos no podría trabajarse con la transformación de libros impresos al formato de e-books. Caso contrario sucede con los otros entrevistados, quienes desde el 2012 implementan la conversión de los libros a formato de e-books y a la comercialización de estos.

Las fuentes de información consultadas para realizar e-books y los aspectos que se toman en cuenta depende de cada editorial en el caso de la Editorial Costa Rica ellos desarrollaron el material: Proyecto Libro Electrónico de la Editorial Costa Rica en primera instancia después realizaron un Manual de Estilos desarrollado a lo interno con los estándares definidos

con base en estándares internacionales diversos y los solicitados por las plataformas de venta de libros electrónicos.

La Editorial Tecnológica de Costa Rica consultó toda la literatura del Cerlalc (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe), sobre el libro electrónico además de consultar a expertos en América Latina, posterior a ello, se basan en las decisiones del Consejo Editorial para definir cuáles obras son rentables en formato electrónico o en impreso y electrónico.

En la pregunta realizada a los expertos sobre los elementos gráficos que son tomados en cuenta para diagramar el libro, se basan en manuales de estilos propios de cada editorial, tomando en cuenta estilos de carácter, párrafos, imágenes definidos internamente dependiendo de la temática de cada obra y en cuanto a la pregunta de los formatos de lectura en los cuales es creado para su visualización y comercialización final, los expertos expresan que se trabajan con archivos en formato de salida *ePub*, esto porque puede ajustarse a los requerimientos del usuario, el texto líquido que así se le conoce, puede aumentarse o reducir, permite resaltar partes de la obra, se ajusta al tamaño del dispositivo de lectura y logra introducir elementos interactivos, además de facilitar en los buscadores de internet datos de cada obra.

Los expertos en el tema de *e-books* se adaptaron de manera positiva a los cambios en la industria editorial con respecto al libro electrónico, buscando fuentes de información atinentes a los temas planteados buscando a expertos y concordando en buscar información y referirse a los documentos publicados por Cerlalc (Centro Regional para el Fomento del

Libro en América Latina y el Caribe), por lo que consultaron fuentes similares.

Ya dentro de cada editorial tienen su propia documentación como Manuales de Estilo donde se definen las tipografías, párrafos e imágenes, los mismos adaptados a los estándares internacionales de comercializan de libros electrónicos, además de tomar en cuenta lo que dicta el Consejo Editorial respecto de si un libro es adaptable en formato físico, electrónico o ambos, dependiendo de cada temática y del público meta al que va dirigido, ambos concuerdan que el programa idóneo para maquetar y realizar el *e-book* hasta el formato final es Adobe In Design

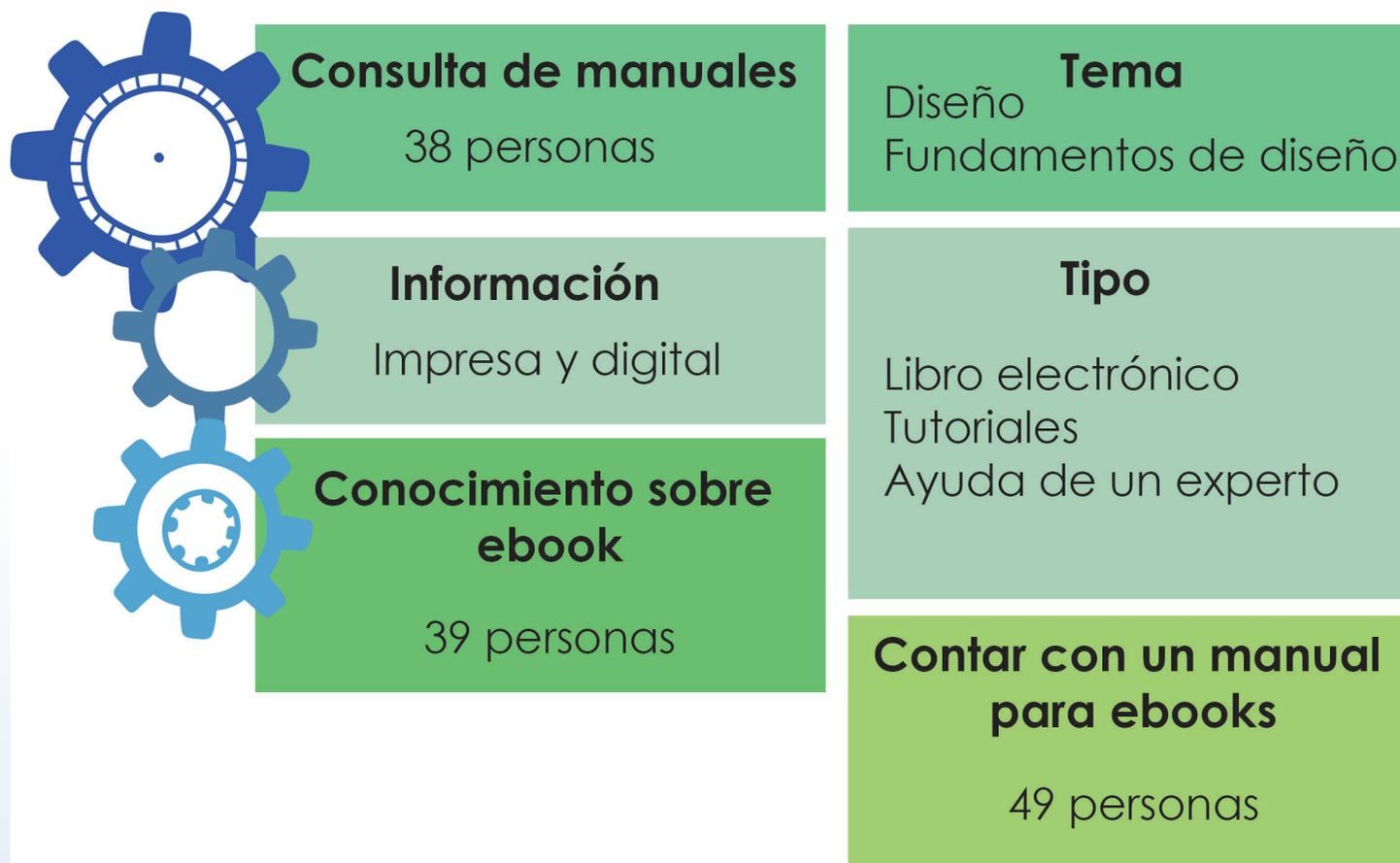
En el caso de la UTN se denota que si se tiene conocimiento con respecto al tema de *e-books* y las ventajas que puede ofrecer para la editorial, con respecto a la información recabada se muestra que existe un poco de resistencia al cambio, por la falta de personal y de recursos con los que se cuenta en este momento, los cuales son limitados; sin embargo, estarían dispuestos a utilizar un manual para facilitar el diseño de *e-books*.

3.2 Encuesta

En el siguiente apartado se presenta el análisis del instrumento encuesta, el cual fue utilizado para conocer sobre la opinión del público secundario en cuanto a los aspectos y contenidos técnicos que consideran debe poseer un manual para realizar e-books.

que es un e-book, los demás no conocen sobre el tema, en su mayoría les interesaría contar con un manual para crear e-books.

Ilustración 4. Datos obtenidos por medio de los encuestados para conocer los contenidos técnicos.



Fuente: Datos recolectados por medio de las encuestas.

Se realiza una encuesta con preguntas cerradas, abiertas y de escala numérica para obtener información de los diseñadores sobre si consultan manuales para despejar dudas en un tema específico de su carrera, en el cual la mayoría contestó que sí y la información consultada tienen referencia al área de diseño.

La información que consultan usualmente es impresa y digital, y el tipo de información es libros electrónicos, tutoriales y, en última instancia, ayuda de expertos. De los 59 encuestados 39 conocen sobre

La mayoría de los encuestados ha consultado un manual para temas referentes al diseño, además de que la información mayormente es digital y la misma es por medio de libros electrónicos, tutoriales y, como última instancia, ayuda de un experto, mayormente conocen sobre qué es un e-book y se muestran con interés de contar con un manual para crear e-books.

3.3 Análisis documental

Para este objetivo, se utiliza el análisis documental para obtener información por medio de documentos, libros o investigaciones, referentes a los contenidos técnicos que debe poseer un manual.

a. ePubs de maquetación fija con In Design: sitio web ubicado en el portal web Vídeo2brain, el cual brinda un curso en línea con los aspectos de maquetación en In Design para la realización de un e-book, incluyendo elementos como la creación de un archivo nuevo para publicación digital, creación de elementos interactivos: botones, insertar vídeos, crear animaciones y, por último, exportar el documento para visualización final. (video2brain, 2015).

b. ¿Cómo diseñar y maquetar un libro electrónico?: sitio web ubicado en el portal web Life style al cuadrado, sitio en el cual se brinda consejos sobre lo que debe contener un e-book como la portada, prólogo, enlaces e imágenes, además de brindar información importante sobre las tipografías adecuadas que faciliten la lectura, el tamaño de las fuentes a nivel de títulos, subtítulos y párrafos y los colores adecuados para su visualización. (Cuadrado, 2015)

c. Guía del usuario de In Design: sitio web ubicado en la ayuda de Adobe In Design, en el cual brinda una guía bastante completa sobre Publicaciones digitales de importancia en el apartado exportación de contenido a ePub en la cual se brinda información detallada sobre las ventajas que ofrece exportar un documento en este formato en cuanto a textos, hipervínculos, además de brindar, paso a paso, como debe exportarse

un documento creado en In Design y las opciones que este brinda a nivel de exportar imágenes y agregar metadatos para identificar el e-book. (Adobe, s.f.)

d. e-books creación y diseño de libros electrónicos: libro de la autora María Amor Fernández Menéndez, el cual brinda una guía completa sobre cómo debe maquetarse un e-book con Adobe In Design, mostrando desde como descargar, instalar y utilizar In Design, hasta cómo crear un archivo en formato ePub y posterior a ello mostrar cómo y dónde vender y publicar el e-book.

e. La letra digital Retos e interrogantes alrededor del libro electrónico: documento publicado en el sitio web de Cerlalc, que muestra una reflexión sobre los grandes retos de presente y futuro que debe afrontar el sector editorial, como el derivado de la aparición del libro electrónico y la distribución digital. En el apartado Retos e interrogantes de un sector. El papel del diseño, brinda diferentes opiniones de expertos en cuanto a maquetación y como con anterioridad debe establecerse que el libro será en formato digital para establecer los lineamientos a nivel de tipografías e imágenes adecuadas para su exportación final. (CERLALC, CERLALC, 2015)

f. Manual de identidad gráfica de la UTN: documento realizado por la UTN como una guía básica indispensable para el uso correcto de la Imagen Visual en un compendio de reglas y normas de aplicación de la firma de la UTN: logotipo, tipografías, colores, formas y principales lineamientos gráficos. (Universidad Técnica Nacional, 2014)

Por medio del análisis documental realizado se obtiene diversidad de información, ya que cada fuente muestra los aspectos y contenidos necesarios que deben tomarse en cuenta para crear una publicación digital, con respecto a aspectos y contenidos técnicos por medio de la incorporación de elementos interactivos, tipografías adecuadas para lectura y diagramación, uso adecuado de imágenes y exportación, dependiendo del contenido final de la publicación, además de coincidir que el programa más adecuado para realizar un e-book de manera profesional es Adobe In Design. Como punto importante debe tomarse en cuenta el Manual de identidad gráfica de la UTN para la realización del manual, tomando en cuenta tipografías, colores y lineamientos gráficos establecidos por la UTN.

3.4 Conclusiones

Con base en lo anterior, se concluye que los aspectos y contenidos técnicos por tomar en cuenta deben basarse en la experiencia proporcionada por medio de los expertos tomando en cuenta bibliografía y documentos publicados por Cerlalc, específicamente el documento "La letra digital Retos e interrogantes alrededor del libro electrónico", el cual brinda diferentes criterios de expertos a nivel de diseño en el que brinda como principal característica por tomar en cuenta es que antes de diagramar el libro debe tenerse claro si este va a realizarse digital para establecer los parámetros en cuanto a realizar una maquetación limpia y adecuada para que el documento final no dé problemas en el momento de exportarlo.

Con base en lo obtenido por medio del análisis documental y en las entrevistas a los expertos se establece que el programa para maquetar los e-books

debe ser Adobe In Design por las facilidades que este ofrece a nivel las características idóneas para maquetar una publicación desde su creación, adición de elementos interactivos, hasta su formato de salida final, además In Design se adapta al público primario y secundario, ya que ambos cuentan con la experiencia y el conocimiento en programas de diseño.

Respecto de lo adquirido por medio del análisis documental se establece que el manual debe contener los siguientes aspectos y contenidos técnicos: establecer cómo debe crearse un archivo nuevo para publicación digital, definir las tipografías que se ajustan mejor a este tipo de formato, creación e incorporación de elementos interactivos: botones, insertar vídeos, crear animaciones, formatos adecuados de imágenes por insertar, la preparación del documento para ePub y, por último, la adición de metadatos para la correcta identificación del e-book en cualquier buscador web, todo esto, tomando en cuenta el público primario y secundario a nivel de sus conocimientos en maquetación básica de un libro, por lo cual el manual va a enfocarse en la parte del libro electrónico y no en cómo maquetar un libro que se sobreentiende ya tienen estos conocimientos.

Con respecto al formato de salida final en el cual se debe crear el e-book y respecto a las respuestas de los expertos y al análisis documental se establece que en manual se va definir que este sea exportado a maquetación fija en formato ePub3.0 por las características que ofrece ya que permite la incorporación de elementos interactivos como videos y audio, con ello creando una mejor versatilidad del documento exportado, siendo así adecuado a las necesidades del público primario y secundario establecido.

CAPÍTULO IV: Aspectos gráficos



En este capítulo se presentan la descripción y análisis de las entrevistas aplicadas al diseñador de la UTN, los elementos gráficos son una parte fundamental del diseño en todas sus modalidades, introduciendo en las composiciones información visual que complementa, en gran medida, el mensaje que desea transmitirse, y que, a veces, es tan importante en el diseño como los contenidos textuales de este.

4.1 Datos recopilados a partir de la entrevista al diseñador de la UTN al señor Federico Arce Jiménez, director de la Editorial UTN, para conocer los aspectos gráficos.

Por medio de la entrevista aplicada al señor Arce que en caso de contar con un manual para crear e-books cuáles aspectos consideraría que serían importantes. Él mismo expresa que puede ser de manera impreso o digital y que este cuente con texto, imágenes y vídeos, brindando una mayor claridad con respecto a las explicaciones que contenga el mismo para no confundir al usuario del manual.

En la pregunta respecto de los aspectos gráficos del manual realizado en la entrevista al diseñador de la UTN, en la pregunta si contará con un manual para crear e-books en que formato le gustaría que fuera, se decide por ambas digitales e impresa, y las opciones que incluya corresponde a los elementos de textos, vídeos e imágenes.

Por parte del diseñador de la UTN como anteriormente se menciona está dispuesto a utilizar un manual para crear e-books con respecto a las opciones le parece que el manual puede ser de manera impresa como digital, y elige todas las opciones como le parecería que se presenta la información por medio de textos, vídeos, fotografías e ilustraciones, lo que sí expresa es que desea que este tenga una mayor

claridad con cada opción brindada.

4.2 Encuesta a diseñadores sobre aspectos gráficos del manual

En el siguiente apartado se presenta el análisis del instrumento encuesta el cual fue utilizado para conocer sobre la opinión de los diseñadores en cuanto a los aspectos gráficos que consideran debe poseer el manual.

Ilustración 5. Aspectos gráficos recolectados por medio de las encuestas.



Fuente: Datos recolectados por medio de las encuestas.

La pregunta utilizada para este apartado corresponde a preguntas de escala numérica en la cual se consulta sobre cuál opción considera en orden de importancia que debe poseer un manual para realizar e-books, la mayoría tomando como punto importante que sea digital, con vídeos que brinden una explicación, además de contener texto e imágenes.

De acuerdo con los datos suministrados por medio de los encuestados resulta mayormente la opción de que el manual sea de manera digital, esto por ser más sencillo en el momento de consultarlo sé que puede portarse en cualquier dispositivo electrónico y consultar en cualquier momento, el mismo que contenga opciones más sencillas y de una comprensión rápida al mostrar por medio de vídeos explicativos el paso a paso para realizar alguna instrucción, además de contar con texto e imágenes en manera de síntesis con explicaciones rápidas y sencillas, que la información sea presentada de manera puntual.

4.3 Análisis documental

Para este objetivo se utiliza el análisis documental para obtener información por medio de documentos, libros o investigaciones, y contar con criterios similares a lo que se investiga.

a. Elaboración de un manual para el desarrollo de sitios web: se refiere a una tesis de grado de licenciatura de 150 páginas, de la estudiante Silvia Elena Pérez Ureña, el cual consiste en la elaboración de un manual para el desarrollo de sitios web, considerando la integración de los fundamentos del diseño gráfico y los requerimientos técnicos y estratégicos actuales de internet. Con respecto al proyecto resulta de manera importante tomar en cuenta este documento, ya que es similar en cuanto a aspectos del público meta, puesto que presenta un público meta que tiene conocimientos en el área investigada además que tiene necesidades a nivel de contar con conocimientos sobre el tema, realizando está investigación un análisis sobre los requerimientos técnicos que debe contener el manual, así mismo los elementos gráficos y cómo deben desa-

rrollarse creando un esquema estructural del sitio, estableciendo el orden de los contenidos y la manera de integrarlos con los elementos visuales. (Pérez Ureña , 2014)

b. Instructivo para la elaboración de un Manual de Usuario: Documento de la autora Alena González Reyes, en el cual define las principales partes que deben tomarse en cuenta para crear un manual:

- Índice del Contenido del Manual: para facilitar su manejo e identificación de los puntos importantes.
- Presentación: Breve descripción general del manual.
- Antecedentes: Describir las razones principales que propician la elaboración del sistema.
- Objetivos del Manual: Establecer los puntos importantes que cubrirá el manual.
- Introducción: Fundamentar la razón de ser del manual.
- A quién está dirigido el Manual: Tipo de usuario al cual se dirige la información.
- Descripción del Producto: Muestra las secciones que integran el manual.
- Uso del manual: Representar gráficamente la forma en que funciona el manual, acompañada de una breve explicación, representando el funcionamiento y uso de cada una de las funcionalidades que lo conforman, utilizar imágenes o capturas de pantalla, para describir el uso y funcionamiento de cada uno de los elementos que

conforman cada funcionalidad del manual.

- **Glosario de Términos:** Incluye una lista con el significado de los términos, conceptos o tecnicismos, usados en este manual y que no son del dominio público. (González Reyes, 2010)

El análisis de documentos consultados resulta de vital importancia, ya que brinda información referente a manuales como es el caso de la tesis de licenciatura, no es del mismo tema del proyecto, pero se relaciona, ya que el perfil del público meta resulta similar al ser profesionales en el área del diseño que cuentan con necesidades respecto de un tema específico, además de definir los aspectos técnicos por tomar en cuenta para el desarrollo del manual y en la parte de los aspectos gráficos se define que debe desarrollarse un esquema estableciendo el orden de los contenidos y la manera de integrarlos con los elementos visuales.

En cuanto al documento instructivo para la elaboración de un Manual de Usuario este resulta de gran importancia para tomarlo en cuenta, ya que brinda detalladamente los elementos que debe contener un manual de usuario, especificando y describiendo punto por punto lo necesario para que el manual sea entendible para el usuario final.

4.4 Conclusiones

De acuerdo con lo expresado por el entrevistado y los encuestados se define que el manual debe ser realizado en formato digital esto por las ventajas que ofrece en cuanto a portabilidad y las posibilidades de visualización.

Respecto del análisis documental debe tomarse en cuenta los aspectos definidos para la estructura del

manual, tomando los siguientes puntos de referencia: índice del contenido del manual, presentación con los objetivos del manual, definir las secciones que integran el manual, desarrollo del manual, definiendo por medio de un esquema realizado para definir qué aspectos van a desarrollarse.

De acuerdo con lo analizado por medio de la entrevista y las encuestas el manual debe estar enfocado a las necesidades y el perfil del público primario y secundario respecto de su perfil, ya que como son profesionales y estudiantes avanzados de las carreras de diseño gráfico y diseño publicitario en cuanto a los aspectos gráficos este debe contener imágenes legibles acompañadas de textos que brinden una explicación de manera puntual sin excederse en la cantidad de imágenes para no cansar al usuario y sea entendible para el público meta, en cuanto a los vídeos deben contener explicaciones, paso a paso, sin excederse en mucho en cuanto a que el vídeo no sea tan extenso y explique de manera puntual el paso por seguir.

El diseño y la diagramación del manual deben enfocarse en las necesidades expresadas por el público primario y secundario, por lo cual debe tomarse en cuenta de que, al ser profesionales y estudiantes avanzados de diseño, este debe contener una unidad gráfica, definiendo el esquema por desarrollar, aplicando textos e imágenes adecuadas para cada tema desarrollado, así como implementar vídeos sin saturar el diseño del manual, incluyendo tipografías legibles y agradables a la vista.

CAPÍTULO V: Recomendaciones



El manual debe estar dirigido, en primera instancia, a los diseñadores de la editorial de la UTN, tomando en cuenta el perfil por el cual son contratados respecto de la normativa que existe por medio del Manual descriptivo de clases de puestos de la UTN, en la que se establecen las características de los profesionales en las áreas de diseño gráfico y publicitario con que cuenta la editorial UTN.

El manual puede tener un mayor alcance y ser utilizado por otros profesionales en el área del diseño gráfico y publicitario, como lo muestra la investigación el mismo puede ser utilizado por el público secundario definido para que este sea una guía para profesionales en estas áreas que estén interesados en conocer más sobre el tema.

Se recomienda especificar por medio del manual definir con anterioridad si el libro va a maquetarse de manera digital lo mismo con el fin de que la diagramación de este se realice de la manera más limpia posible para que facilite la incorporación de elementos interactivos, además de definir qué elementos son necesarios y cuáles resultan innecesarios esto para crear un *ePub* final atractivo para el usuario final.

Definir los elementos por desarrollar en el manual en cuanto a la realización de *e-books*: preparación de un documento para *e-book*, adaptación de elementos, estilos de textos, resolución de imágenes, tablas de contenido, adición de elementos interactivos como enlaces, botones, vídeos, creación de formatos de salida final en *ePub3* y su correcta exportación.

El manual debe ser exportado como *ePub3* y como PDF interactivo el mismo para mostrar una visualización dinámica y aplicada de los conocimientos expuestos en el mismo, además de tener la posibi-

lidad de realizar una actualización cada 6 meses en el manual respecto a los cambios que suceden en el campo de los *e-books* para añadir contenidos conforme aparezcan nuevos formatos y nuevas formas de actualización.

Se recomienda que en el diseño del manual se tome en cuenta el grado profesional y de estudiante avanzado que corresponde al público meta, tomado en cuenta textos fácilmente legibles y agradables a la vista, considerando para el cuerpo de texto las serif y las de palo seco en sus diferentes variantes, en cuanto al tamaño del texto 10 o 12 puntos para que este sea legible.

Una vez presentado el manual a la editorial de la UTN, y que este sea aprobado por la misma se recomienda solicitar al Sistema Integrado de Bibliotecas y Recursos Digitales (Sibiredi) para que este gestione ante la Agencia Nacional ISBN, la asignación del ISBN del manual, para que el mismo se encuentre respaldado por esta normativa.

CAPÍTULO VI: Propuesta



6.1 Brief creativo

6.2 Descripción del proyecto

El manual tiene como función principal dar una guía para la creación de e-books interactivos, dando las pautas para crear un documento e irle incorporando elementos interactivos, además de dar las pautas sobre el formato adecuado de salida de este.

Este manual es creado para suplir una necesidad existente en la editorial de la UTN, esto por el crecimiento de la misma y a los cambios surgidos a nivel nacional respecto de los libros electrónicos.

Para la creación del manual se tomaron en cuenta las necesidades de la editorial de la UTN, así como la opinión de expertos en el tema que tienen amplia experiencia en este campo, además como punto importante se toma en cuenta el análisis documental, el cual brinda información valiosa para el desarrollo del manual.

6.3 Objetivo del manual

Desarrollar un manual para la creación de e-books interactivos, integrando aspectos y contenidos técnicos estableciendo las pautas por seguir para crear un producto de calidad, además de incorporar elementos gráficos adecuados para el perfil del usuario final.

6.4 Estructura del manual

De acuerdo con el perfil establecido, el manual debe contener la siguiente estructura en cuanto a aspectos y contenidos técnicos: establecer cómo debe crear un archivo nuevo para publicación digi-

tal, definir las tipografías que se ajustan mejor a este tipo de formato, creación e incorporación de elementos interactivos: botones, insertar vídeos, crear animaciones, formatos adecuados de imágenes a insertar, la preparación del documento para ePub y, por último, la adición de metadatos para la correcta identificación del e-book en cualquier buscador web.

En cuanto a los aspectos gráficos se realizan los siguientes aspectos: índice del contenido del manual, presentación con los objetivos del manual, definir las secciones que integran el manual, desarrollo del manual, definiendo por medio de un esquema realizado para definir qué aspectos van a desarrollarse y un glosario de términos.

Tomando en cuenta el Manual de identidad gráfica de la UTN respecto a tipografías, colores y lineamientos gráficos establecidos por la UTN, para continuar con la línea gráfica establecida en este manual.

6.5 Objetivos de comunicación

Se posiciona como una herramienta que se encuentra de manera digital, para dar el beneficio de realizar consultas y que la información contenida se encuentre de manera puntual.

6.6 Target

El perfil primario del público meta se establece como los diseñadores que laboran en la editorial de la UTN, con edades de entre los 18 años en adelante, geográficamente ubicados en el GAM, con un perfil profesional de estudios universitarios partiendo desde bachillerato en adelante, con amplios conocimientos en el diseño y especialmente en el campo editorial, que estén en constante capacitación a nivel de diseño editorial. Además de conocer y emplear am-

pliamente los procesos internos que se realizan en la editorial de la UTN que van desde los procesos de papelería institucional hasta el proceso de creación de libros con sello editorial, por medio de procedimientos establecidos a nivel de maquetación, diseño, inclusión de imágenes, textos, revisión de documentos, y por último la realización de artes finales.

El perfil del público secundario se establece en un rango de edad de 18 años en adelante, hombres y mujeres, ubicados geográficamente en el GAM, estudiantes de diseño gráfico y diseño publicitario que están por terminar su carrera y se muestren interesados en el área editorial, profesionales que se encuentren laborando específicamente en el área editorial, que posean conocimientos avanzados en las áreas de diseño, especialmente en el área editorial, referente a la diagramación y maquetación de libros. Los mismos muestran interés por estar siempre actualizados y buscan nuevos contenidos que se presenten por medio de información puntual y eficaz que supla la necesidad de información que se les presenta en su área de desempeño.

6.7 Beneficios

El beneficio principal del manual es obtener conocimiento por medio de este, además de que se convierta en una herramienta que brinde información de manera puntual y de fácil comprensión.

6.8 Propuesta

En el siguiente apartado se muestran imágenes con la propuesta final del manual para crear e-books interactivos, empezando desde la portada y contraportada, hasta mostrar las páginas internas del manual.

Ilustración 6. Portada del manual.

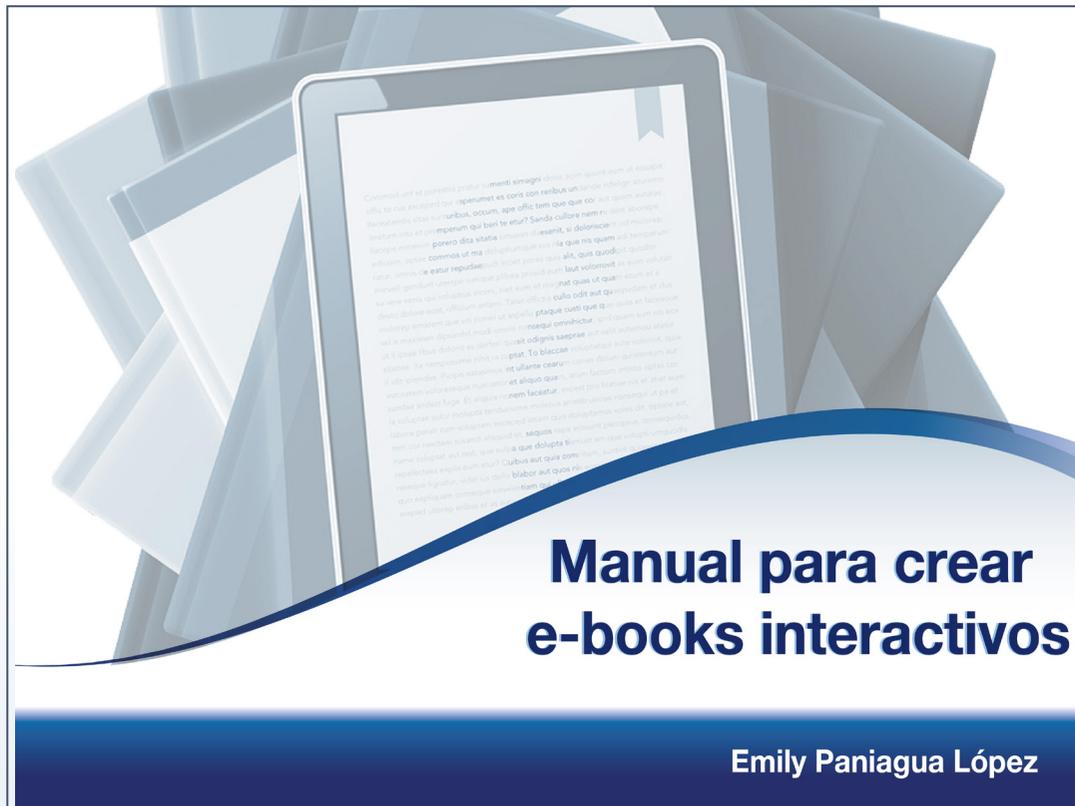


Ilustración 7. Contraportada del manual.

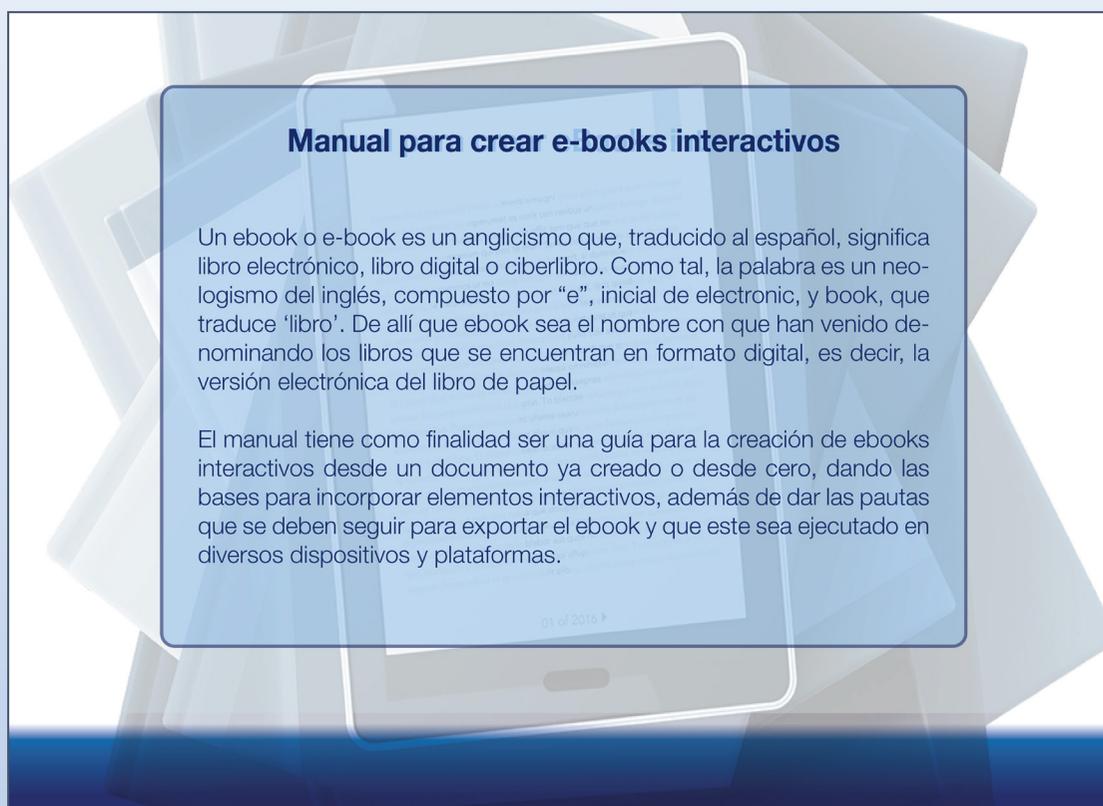


Ilustración 8. Partes del manual.

Primera edición: 2017

Diseño de portada:

Emily Paniagua López.

Diagramación:

Emily Paniagua López.

Imagen de portada:

<https://frikosfera.wordpress.com/2014/12/26/top-5-mejores-formatos-de-libros-electronicos/>

Hecho en Costa Rica. Reservados todos los derechos, prohibida la reproducción no autorizada por cualquier medio mecánico o electrónico del contenido total o parcial de esta publicación. Hecho el depósito de ley.

© Sobre la presente edición

Universidad Técnica Nacional. Alajuela, Costa Rica.

Tel.: 2436-5500, ext.:7302, epaniagua@utn.ac.cr

Presentación

Debido al surgimiento de nuevas tecnologías para la presentación de libros surge la necesidad de que los mismos no sean solo de manera física sino que se encuentren de manera digital para tener mayor alcance al mercado y que los mismos sean atractivos.

El manual tiene como finalidad ser una guía para la creación de ebooks interactivos desde un documento ya creado o desde cero, dando las bases para incorporar elementos interactivos, además de dar las pautas que se deben seguir para exportar el ebook y que este sea ejecutado en diversos dispositivos y plataformas.

El manual contiene una guía por medio de explicaciones acompañadas de imágenes que ilustran los pasos más importantes de los resultados que deben obtenerse además de contener explicaciones por medio de pequeños tutoriales en video para explicar algunos apartados.

El programa utilizado para el desarrollo del documento es Adobe Indesign CC ya que este por sus características permite el desarrollo adecuado del ebook además del formato de salida como EPUB de maquetación de fijaya que permite exportar e incluir elementos interactivos, se recomienda para la visualización del proceso del documento cuando se exporte el programa Adobe Digital Editions con el cual se puede ir previsualizando el trabajo realizado.

Tabla de contenidos

Presentación	iv
Formato de archivo para publicación digital	7
Como empezar	8
Portada.....	9
Estilos de párrafo	10
Estilos de párrafo	11
Tabla de contenido	12
Tabla de contenido desde un documento.....	13
Tabla de contenido desde un libro	14
Incorporación de elementos interactivos	15
Botones.....	16
Tipos de Botones	17
Creación de Botones	18

v

Hipervínculos.....	19
Hipervínculos ejemplos	20
Animaciones.....	21
Videos y sonidos	22
Formatos de imagen	23
Resolución de imágenes.....	24
Notas al pie de imagen.....	25
Opciones de exportación a ePub	26
General	27
Explicación Ventana General	28
Configuración de conversión.....	29
Metadatos	30
Aplicaciones de visualización	31

vi

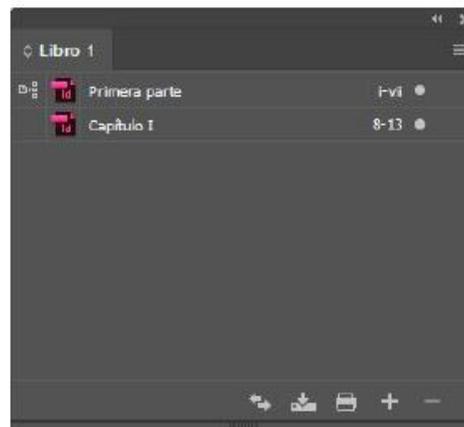
Formato de archivo para publicación digital

Como empezar

Cuando se va a crear un documento como una publicación digital puede ser realizado de dos formas:

- Diseñando las páginas en **un solo documento** y posterior a ello realizar la exportación a ePub.
- Diseñar las páginas de **forma independiente**, creando al final un archivo de **Libro** para sincronizarlas, realizando la exportación a ePub desde la paleta del Libro. El tamaño adecuado del documento debe ser de *1024 px x 768 px*.

Para el **formato de ePub** del documento en la paleta de páginas se debe colocar una página en blanco al final del libro (completamente en blanco), además las páginas en los dos casos deben ser páginas individuales.



Portada

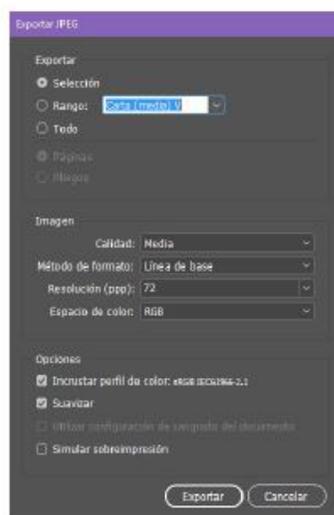
“La portada corresponde a la primera página del libro cumple la función de identificar el libro como elemento visual. Para el libro electrónico se debe disponer de una portada y una cubierta.”

La portada se debe convertir en imagen desde Adobe InDesign, desde el menú **Archivo/Exportar**, se le asigna el nombre en tipo **JPG**, exportando el Rango la página 1.

Se debe definir las características de **resolución** de la imagen.

Posterior a exportar el archivo como ePub en las opciones de exportación a ePub, activa **usar archivo de imagen existente** y elige la imagen de la portada.

O bien desde otro programa convertir la **imagen en JPG** y colocarla en el documento.



9

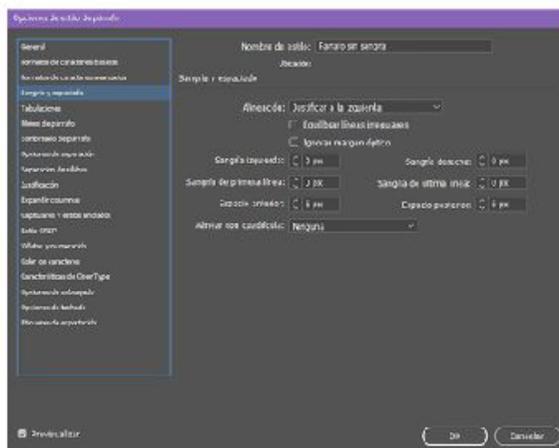
Estilos de párrafo

“Un estilo de carácter es un conjunto de atributos de formato de carácter que se puede aplicar a un texto. Un estilo de párrafo incluye atributos de formato de párrafo y carácter, y se puede aplicar a un párrafo seleccionado.”

Espaciado

El texto de las páginas debe de estar en un **mismo marco y sin columnas**.

Se deben aplicar **estilos de párrafo** en el documento, tomando en cuenta la parte de **Sangría y espaciado** en los apartados **espacio anterior** y **espacio posterior** el mismo aplicado para que cuando se exporte el documento a ePub el texto no salga sin espacios entre párrafos.



10

Estilos de párrafo

Tipografía adecuada

Se deben utilizar tipografías que sean legibles para la lectura en pantalla. Se recomienda utilizar tipografías **sans serif o palo seco**, se adaptan mejor a la resolución de estas.

Algunas de las tipografías **sans serif** que se pueden utilizar son: **Arial, Avenir, Century Gothic, Century Old Style, Frutiger, Gill Sans, Helvética, Lucida Sans, Myriad, Tahoma, Trebuchet, Univers y Verdana.**

Se deben establecer estilos de párrafos para el cuerpo del texto y los títulos y subtítulos esto para que cuando se exporte el texto sea diferenciado respecto a títulos y subtítulos.



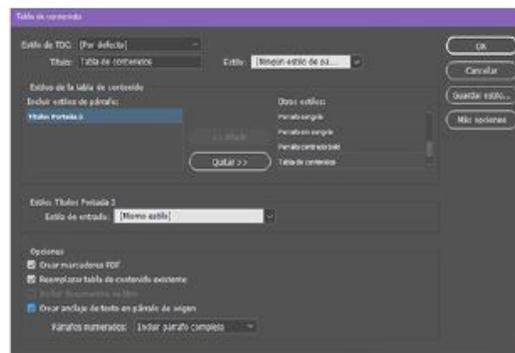
11

Tabla de contenido

“Es un elemento importante en la publicación digital ya que le sirve al lector para desplazarse rápidamente por el contenido del libro.”

La tabla de contenido puede ser creada de dos formas:

- En el documento ya creado en el menú **Maquetación/Estilos de tabla de contenido**, se eligen los que se van a utilizar, marcando la opción **crear anclaje de texto en párrafo de origen**, una vez incluidos se crea la tabla de contenido.
- A partir de un libro se debe elegir el desplegable de la paleta **Libro** y elegir **exportar libro a EPUB**.



12

Tabla de contenido desde un documento



13

Tabla de contenido desde un libro



14

Incorporación de elementos interactivos

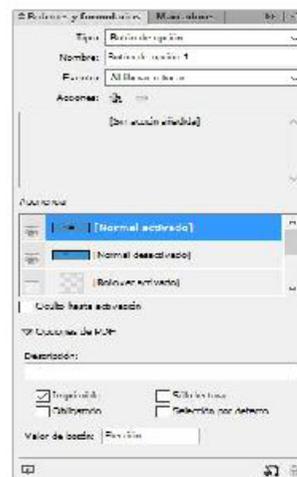
Botones

Con la herramienta de dibujo cree una **forma** y añádale texto.

Seleccione el marco de imagen, forma o texto que desee convertir, elija **ventana/ interactivo/botones y formularios**.

En el panel Botones, lleve a cabo uno de los procedimientos siguientes:

- En el cuadro de texto **Nombre**, especifique el nombre del botón para distinguirlo del resto de botones que cree.
- Especifique una o más acciones para determinar qué ocurre cuando se hace clic sobre el botón.
- Active estados adicionales y cambie las apariencias para determinar cómo se mostrará el botón al pasar el ratón o al hacer clic sobre él en el archivo.



Tipos de Botones

Tipos de evento

Los eventos indican la manera de activar acciones en los botones cuando exporta el documento a PDF, SWF o EPUB.

- **Al soltar.** Soltar el botón del ratón tras hacer clic, ofrece al usuario una última oportunidad para arrastrar el cursor fuera del botón y para no activar la acción.
- **Al hacer clic.** Clic en el botón del ratón (sin soltarlo).
- **Al pasar sobre el objeto.** El puntero del ratón entra en el área de botón definida por el cuadro delimitador del botón.
- **Al alejarse del objeto.** El puntero del ratón sale del área de botón.

Tipos de acciones

Al crear una acción, se indica qué ocurre cuando el evento especificado se produce (normalmente cuando alguien hace clic en el botón).

- **Ir a destino.** Salta al anclaje de texto especificado en el panel Marcadores o Hipervínculos.
- **Ir a la primera/última/siguiente/anterior página.** Salta a la primera, última, siguiente o anterior página del archivo. Seleccione una opción del menú Zoom para determinar cómo se mostrará la página.
- **Ir a URL.** Abre la página web de la URL especificada.
- **Mostrar/Ocultar botones.** Muestra u oculta los botones especificados.

17

Creación de Botones



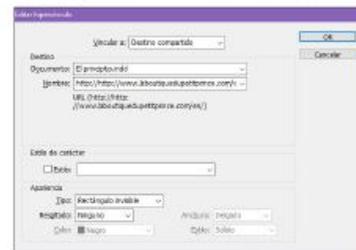
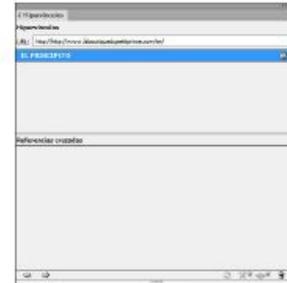
18

Hipervínculos

“Permiten al usuario dirigirse de forma rápida a una dirección URL, un texto, archivos.”

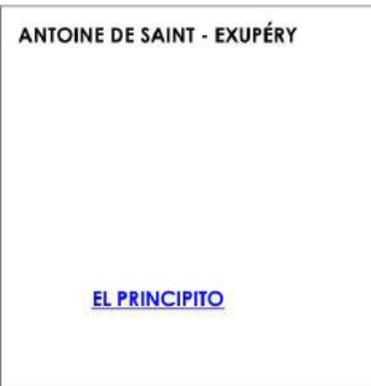
Se debe acceder al menú **Ventana/Interactivo/Hipervínculos**, seleccione el texto, marco o imagen donde se desea colocar el hipervínculo.

En el panel hipervínculos insertar la **dirección URL**, al dar doble clic sobre el URL en el cuadro del menú aparece la opción de **editar el hipervínculo**, en el cual se puede vincular a archivos, páginas dentro del documento, correo electrónico, URL, se pueden aplicar estilos al hipervínculo en cuanto a color y tipografía.



19

Hipervínculos ejemplos



20

Animaciones

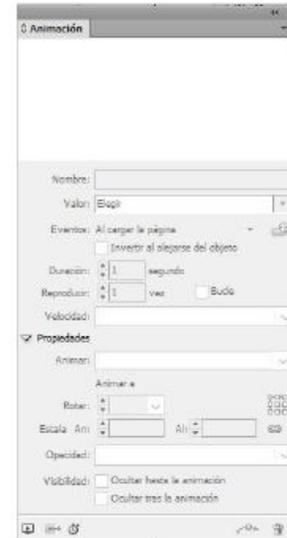
“Los efectos de animación le permiten mover los objetos en los archivos SWF exportados.”

Se debe acceder al menú **Ventana/Interactivo/Animación** seleccionar el texto, marco o imagen donde se desea colocar la animación.

En el panel valor elegir entre diferentes **tipos de animación**, la duración de la misma, visualización entre otros. Además de poder previsualizar por medio de la Vista previa de SWF las animaciones realizadas.



21



Videos y sonidos

“Es posible añadir archivos de videos y clips de sonido a un documento de InDesign.”

Para insertar un clip de sonido o video se debe insertar un **marco rectangular**, para convertirlo en un clip multimedia de sonido se abre el menú **Ventana/Interactivo/Multimedia**.

Se abre el elemento multimedia el cual puede ser insertado desde diferentes opciones URL o insertar un video o audio.



22

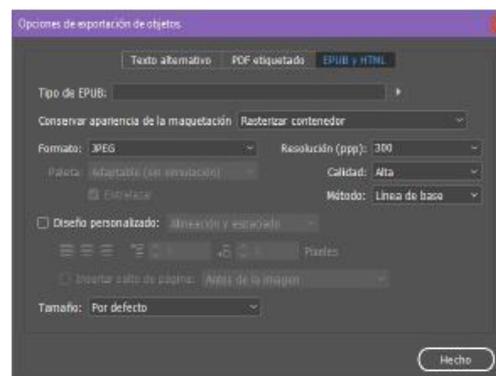
Formatos de imagen

Resolución de imágenes

“Corresponde a la calidad de las imágenes y se mide por píxeles por pulgada (ppp).”

Se necesita una **resolución adecuada** teniendo en cuenta la cantidad de información e imágenes que tenga el documento. Se debe poner la calidad necesaria para que las imágenes se ven bien sin necesidad de aumentar el tamaño del documento.

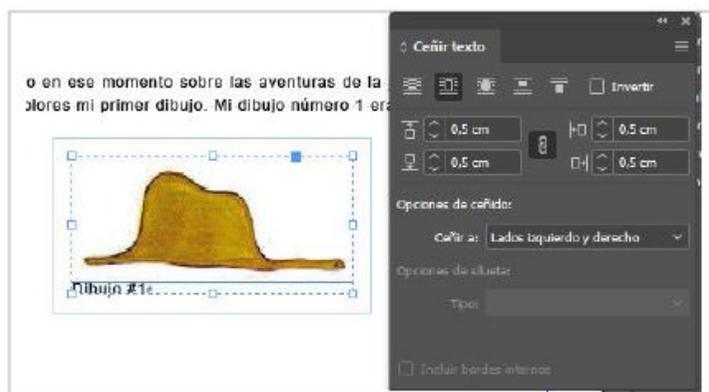
Algunos objetos vectoriales se deben convertir a imagen para ser exportados, a través del menú **Objeto/Opciones de exportación de objetos/ePub y HTML** y se realizan los cambios necesarios a la resolución y calidad.



Notas al pie de imagen

Para que las **imágenes y las notas al pie de imagen** se muestren correctamente al exportar a ePub se debe seguir los siguientes pasos:

- Se debe **agrupar** la imagen y pie de imagen en el menú **Objeto/Agrupar**.
- Se debe **ceñir** la imagen y anclarla al texto, desde el menú **Ventana/Ceñir Texto**, luego se se procede a anclar la imagen al texto arrastrando la imagen al texto para anclar el objeto.
- Se rasteriza la imagen en el menú **Objeto/Opciones de exportación de objetos/ ePub y HTML** y se realizan los cambios necesarios a la resolución y calidad.



25

Opciones de
exportación a ePub

General

Se puede exportar el documento a ePub con las siguientes opciones:

- **Formato EPUB reajutable.** Un documento EPUB reajutable permite que el lector de EPUB optimice el contenido en función del dispositivo de visualización. Es preferible usar el formato reajutable si desea facilitar opciones para cambiar la fuente y el tamaño del texto en el lector.
- **Formato de maquetación fija.** Permite incluir audio, vídeo y contenido de interactivo incluyendo controles tales como botones de navegación, transiciones de página, animaciones e hipervínculos al formato de maquetación fija. El formato de maquetación fija es el más adecuado para documentos con una gran cantidad de gráficos y de contenido de audio y vídeo.

27

Explicación Ventana General

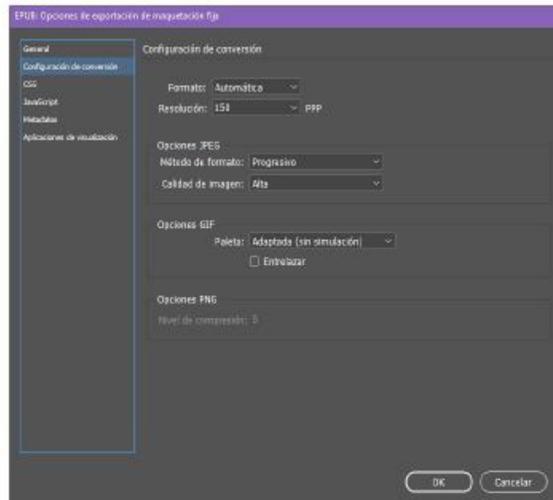


28

Configuración de conversión

Cuando se realiza la exportación del documento a ePub se debe tomar en cuenta lo siguiente en cuanto a la exportación de imágenes:

- **Formato.** Permite seleccionar si las imágenes optimizadas del documento deben convertirse a GIF, JPEG o PNG.
- **Automática.** Con esta opción, permite a InDesign decidir qué formato utilizar en cada caso.
- **PNG.** Permite desactivar la configuración de compresión de imágenes.
- **Resolución (PPP).** Resolución de las imágenes en píxeles por pulgada (ppp), 132 ppp (iPad) a 172 ppp (Sony Reader) hasta más de 300 ppp (iPhone 4).
- **Opciones GIF (Paleta).** Permite controlar el modo en que InDesign administra los colores al optimizar archivos GIF.



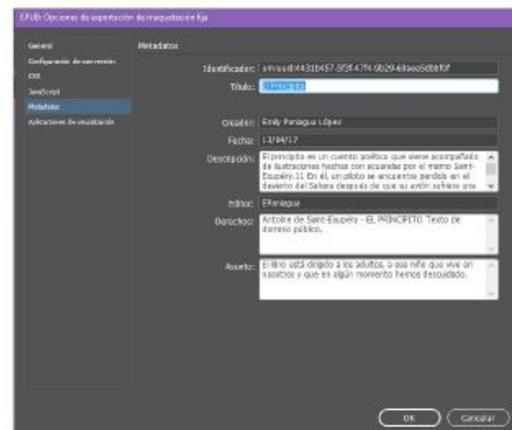
29

Metadatos

“Corresponden a la información del libro, identifican al ebook para ser encontrado en cualquier librería web.”

Los metadatos del documento (o el documento de origen de estilo, si se ha seleccionado un libro) se incluyen en el archivo exportado.

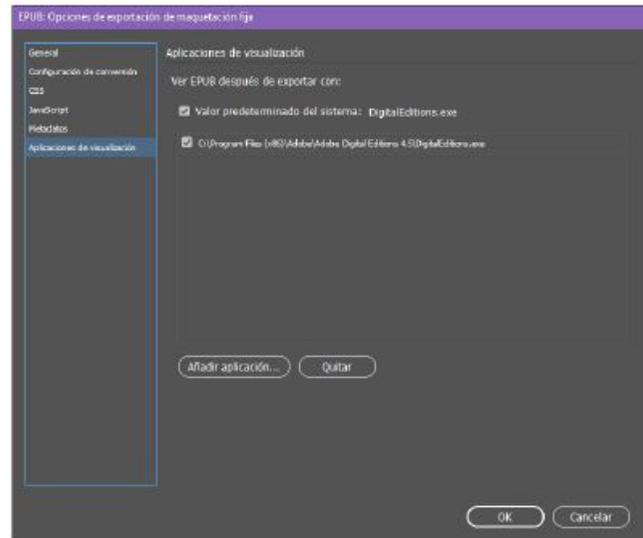
- **Identificador.** (Solo lectura) Todos los documentos EPUB requieren un identificador único. De forma automática, se creará un identificador único y se mostrará en la pantalla.
- **Título.** Título del EPUB.
- **Creador.** Nombre del creador del EPUB.
- **Fecha.** Fecha en la que se ha creado el EPUB.
- **Descripción.** Descripción del EPUB.
- **Editor.** Información de editor que aparece en los metadatos del eBook.
- **Derechos.** Información de copyright.
- **Asunto.** Asunto del EPUB.



30

Aplicaciones de visualización

Permite seleccionar con el cuál programa se desea ver el ePub después de exportarlo, resulta de gran utilidad ya que permite revisar el archivo exportado, se recomienda el programa *Adobe Digital Editions* para visualizar el ePub.



CAPÍTULO VII: : Bitácora creativa



En el siguiente apartado se muestra el proceso de desarrollo del manual desde la estructura y partes del manual, hasta la creación de propuestas de portadas, diagramación del manual en Adobe In Design, realización del libro el Principito como e-book para tomarlo como ejemplo en el manual.

Ilustración 9. Estructura del manual.



Secciones del manual (desarrollo, aspectos por desarrollar)

*Elementos que van a ser explicados por medio de video con explicación paso a paso.

1. Formato de archivo para publicación digital

- Portada
- Estilos de párrafo (tipografías y tamaños adecuados)
- Tabla de contenido *

2. Incorporación de elementos interactivos

- Botones *
- Hipervínculos
- Vídeos y sonidos *

3. Formatos de imagen

- Resolución
- Notas al pie de imagen

4. Opciones de exportación a ePub

- General *
- Configuración de conversión
- Metadatos
- Aplicaciones de visualización



EP Editorial



Manual para crear eBooks interactivos

Emily Paniagua López



Manual

para crear eBooks interactivos



Emily Paniagua López

Manual para crear eBooks interactivos



Emily Paniagua López

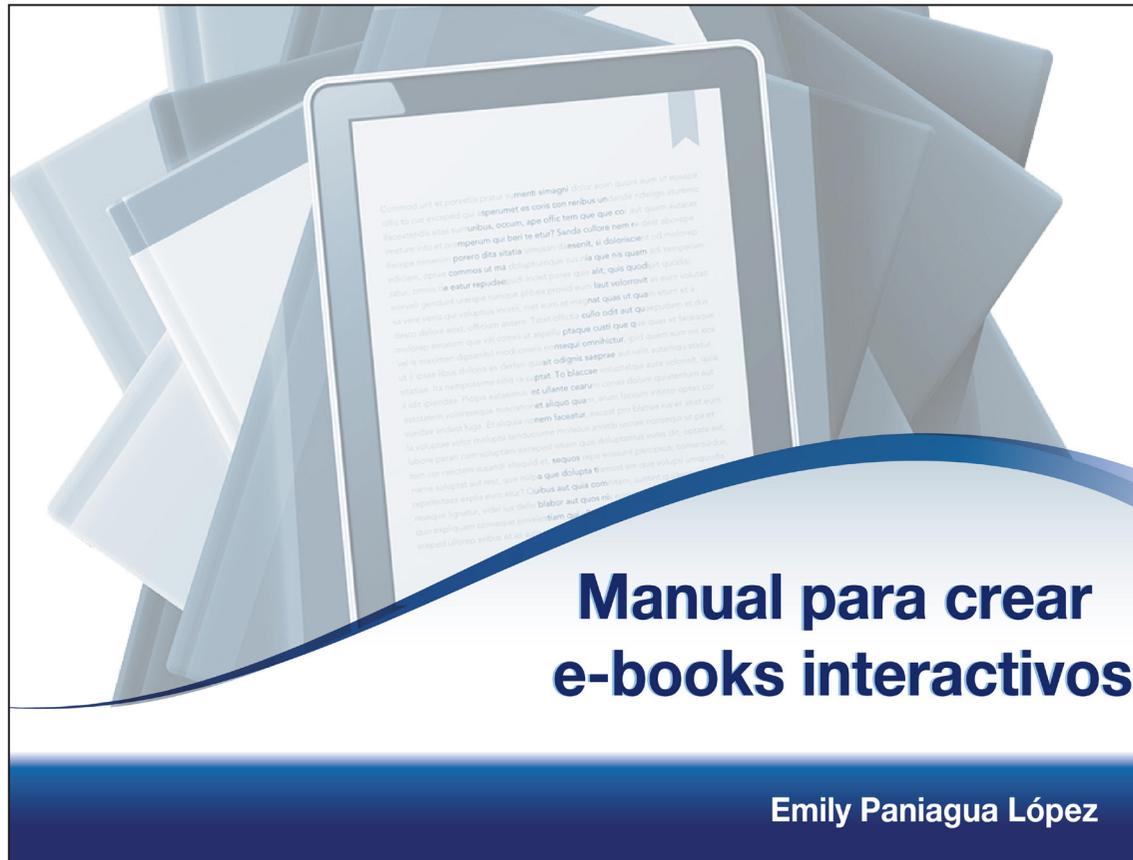
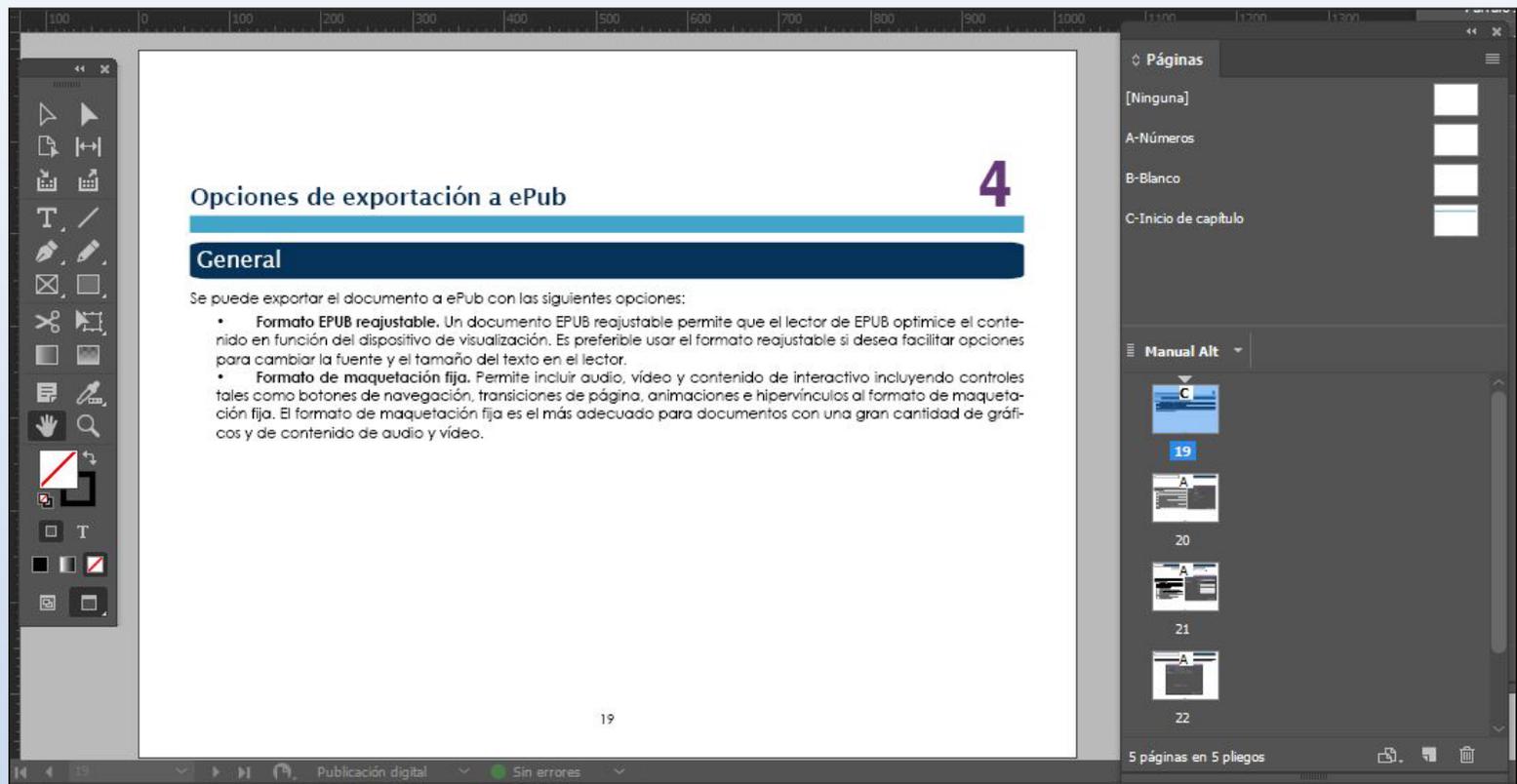
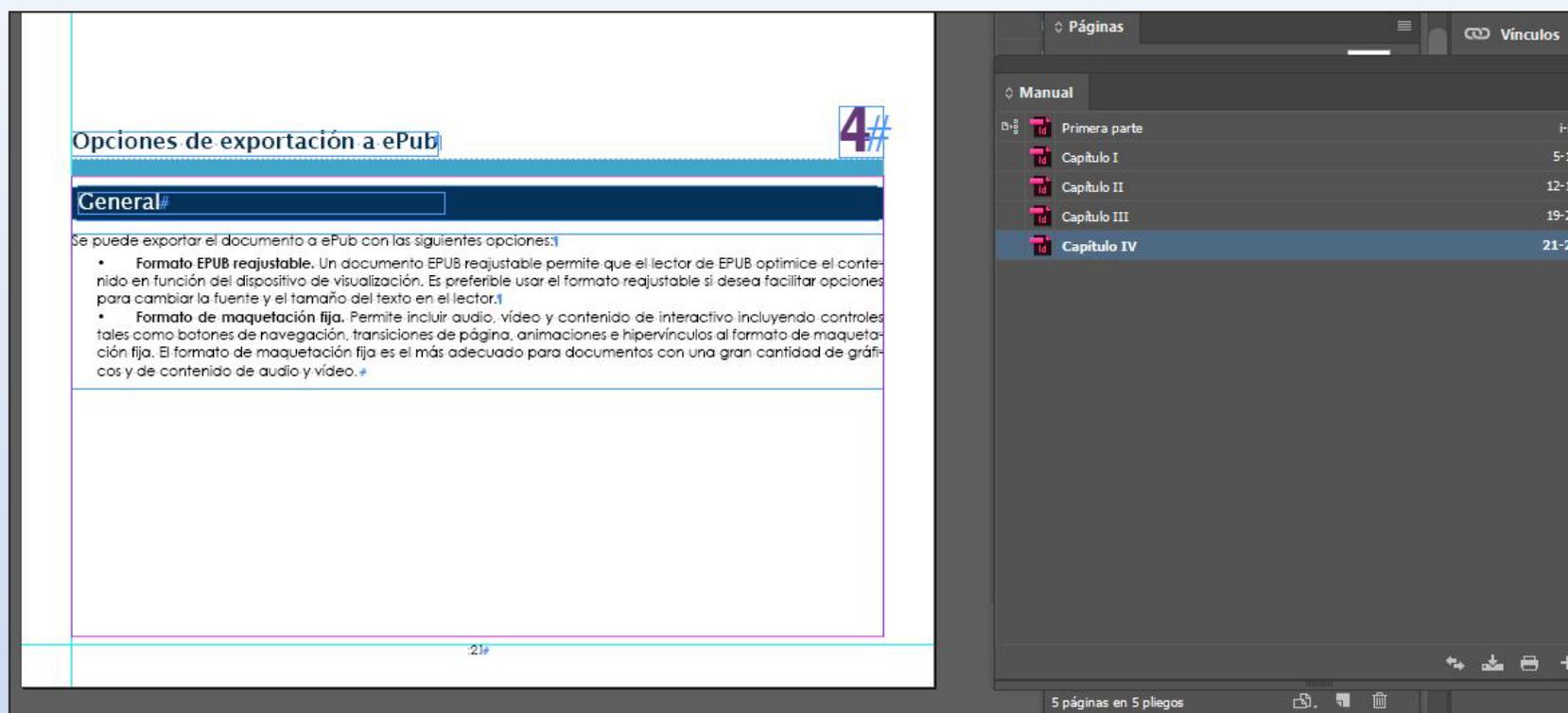
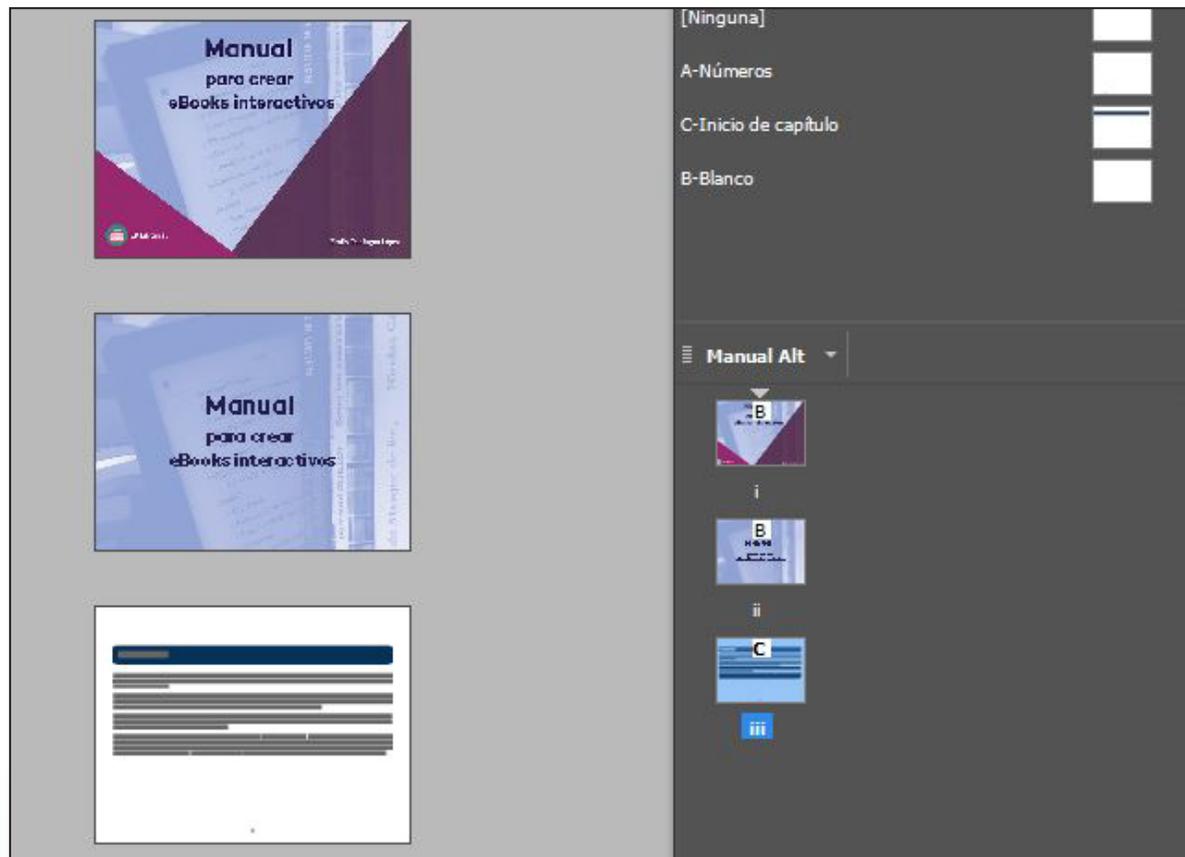


Ilustración 12. Proceso de diagramación.





Adobe Digital Editions - Manual.epub

Archivo Edición Lectura Ayuda

Biblioteca

Tabla de contenido

- Presentación
- Tabla de contenidos
 - Formato de archivo para publicación digital
 - Portada
 - Estilos de párrafo
 - Estilos de párrafo
 - Tabla de contenido
 - Tabla de contenido desde un documento
 - Tabla de contenido desde un libro
 - Incorporación de elementos interactivos
 - Formatos de imagen
 - Opciones de exportación a ePub
- Puntos de referencia
- Lista de páginas

Portada

“La portada corresponde a la primera página del libro cumple la función de identificar el libro como elemento visual. Para el libro electrónico se debe disponer de de una portada y una cubierta.”

La portada se debe convertir en imagen desde Adobe InDesign, desde el menú **Archivo/Exportar**, se le asigna el nombre en tipo **JPG**, exportando el Rango la página 1.

Se debe definir las características de **resolución** de la imagen.

Posterior a exportar el archivo como ePub en las opciones de exportación a ePub, activa **usar archivo de imagen existente** y elige la imagen de la portada.

O bien desde otro programa convertir la **imagen en JPG** y colocarla en el documento.

Exportar JPEG

Exportar

- Selección
- Rango: Carta (medio A)
- Todo
- Páginas
- Párrafo

Imagen

Calidad: Media

Método de formato: Línea de base

Resolución (ppp): 72

Espacio de color: RGB

Opciones

- Incluir perfil de color: sRGB IEC61966-2.1
- Suavizar
- Usar configuración de sangrado del documento
- Simular sobrepresión

Exportar Cancelar

6

6 / 25

Adobe Digital Editions - Manual.epub

Archivo Edición Lectura Ayuda

Biblioteca

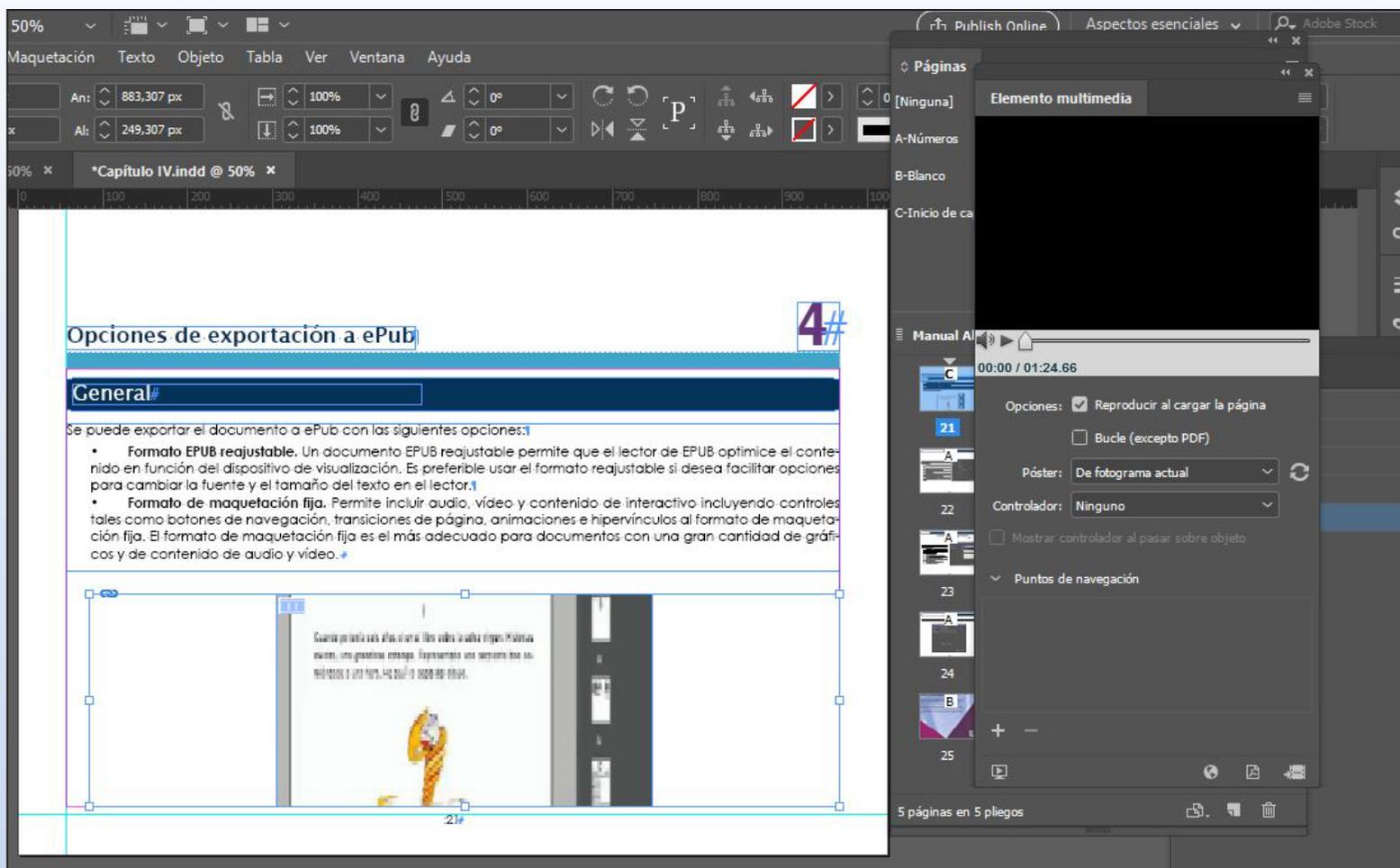
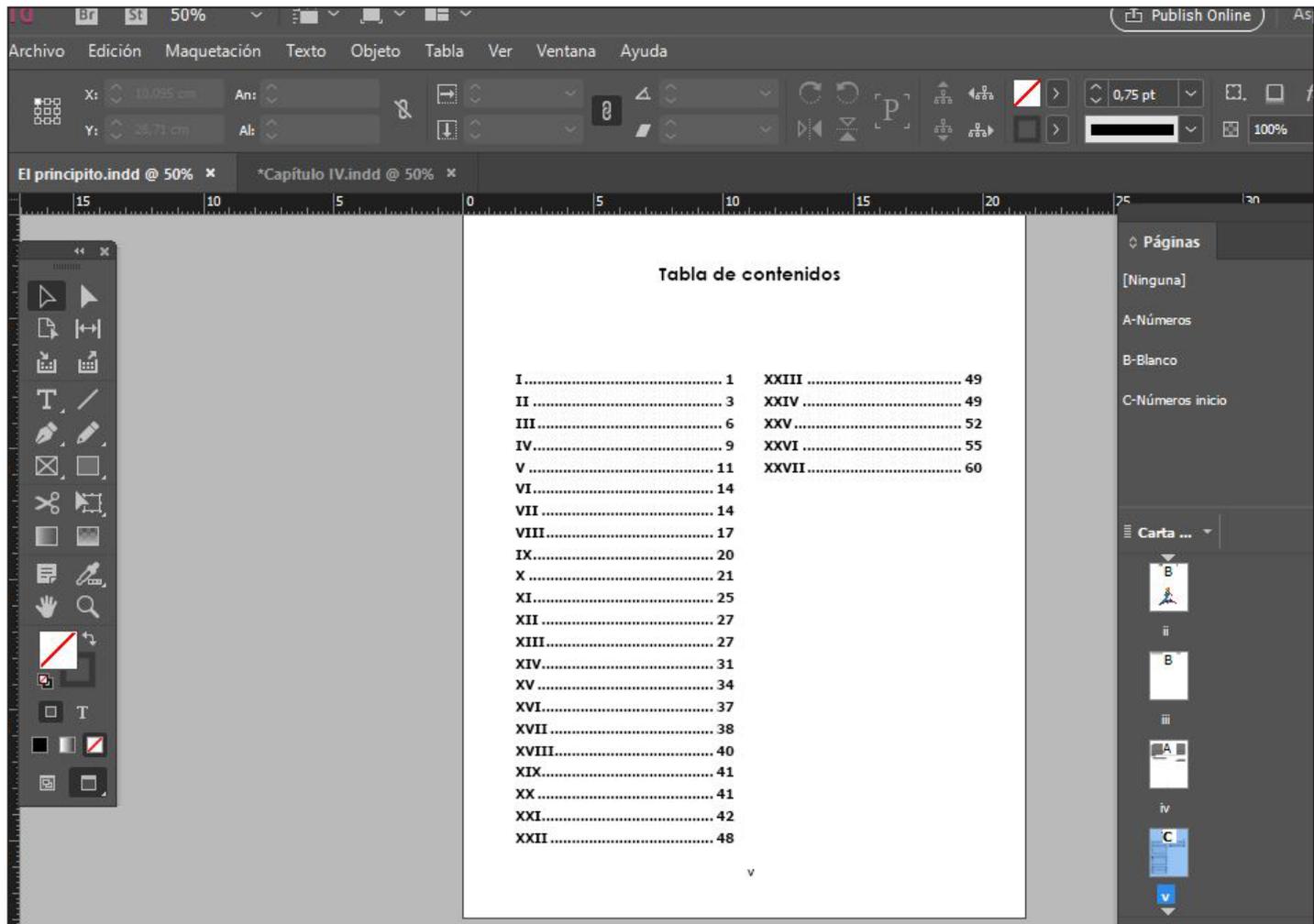
Tabla de contenido

- Presentación
- Tabla de contenidos
 - Formato de archivo para publicación digital
 - Portada
 - Estilos de párrafo
 - Estilos de párrafo
 - Tabla de contenido
 - Tabla de contenido desde un documento
 - Tabla de contenido desde un libro
 - Incorporación de elementos interactivos
 - Botones
 - Botones
 - Hipervínculos
 - Hipervínculos
 - Animaciones
 - Videos y sonidos
 - Formatos de imagen
 - Opciones de exportación a ePub
- Puntos de referencia
- Lista de páginas

Botones

14

14 / 25



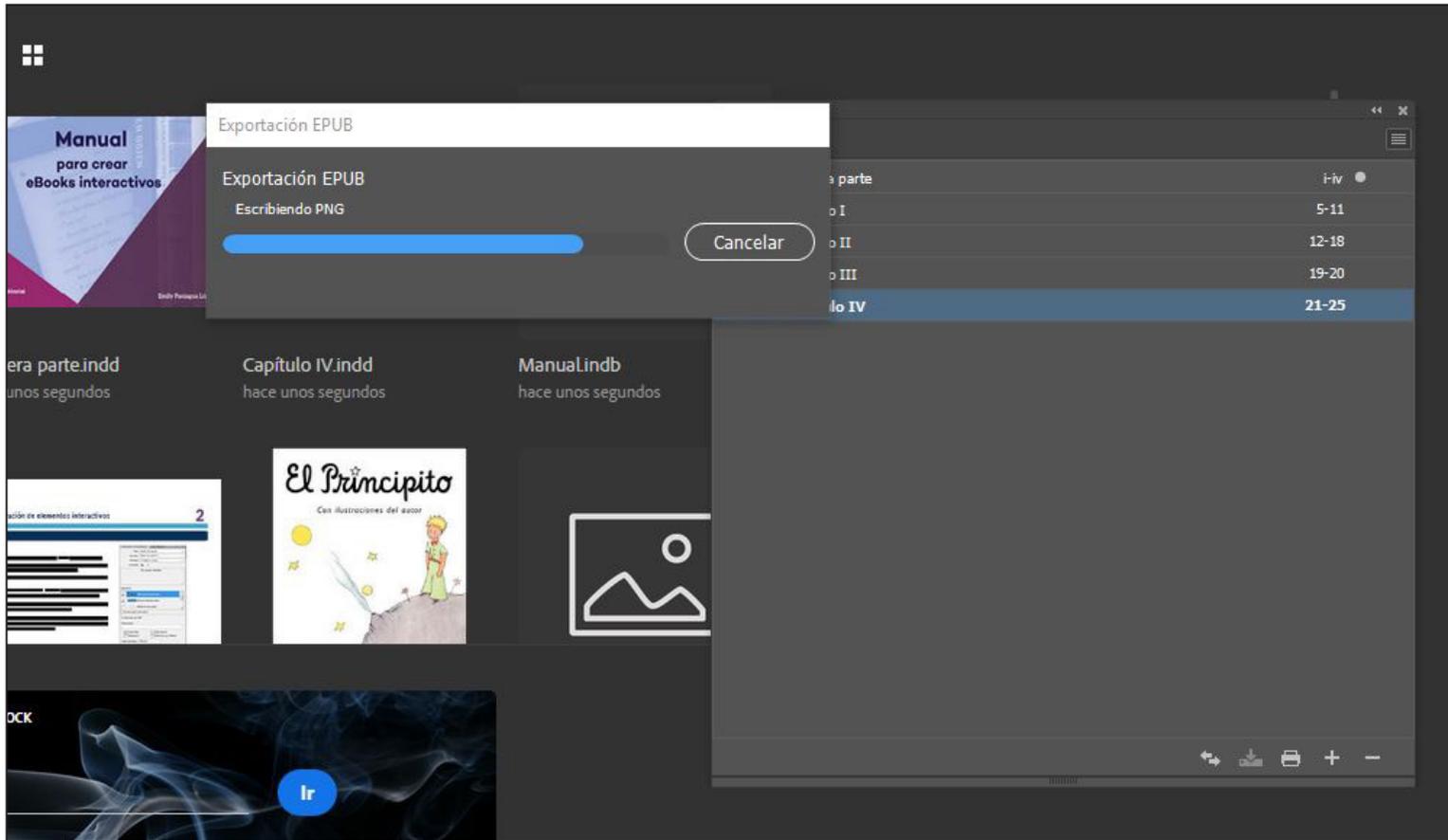


Ilustración 13. Diagramación de ejemplos para el manual.

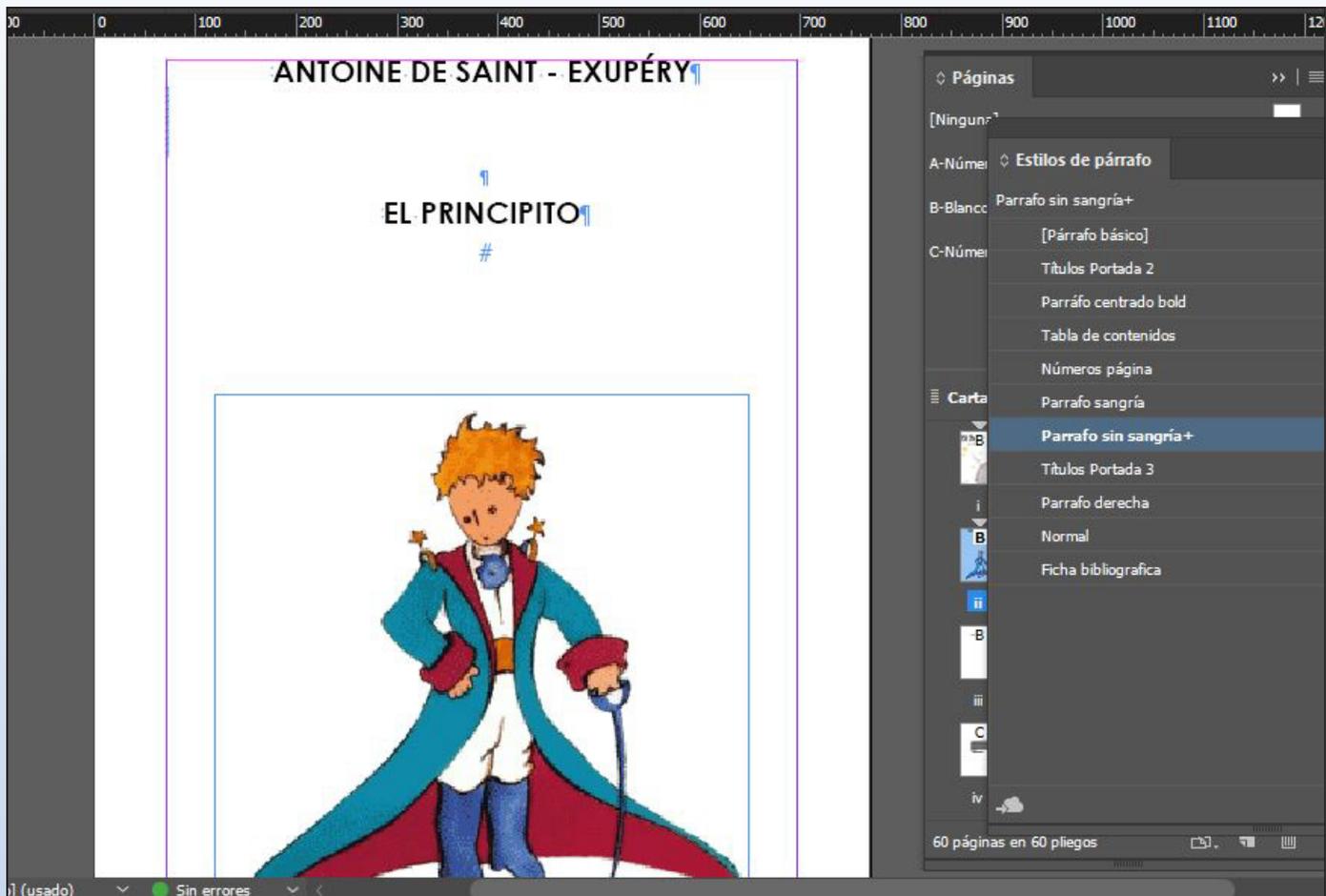
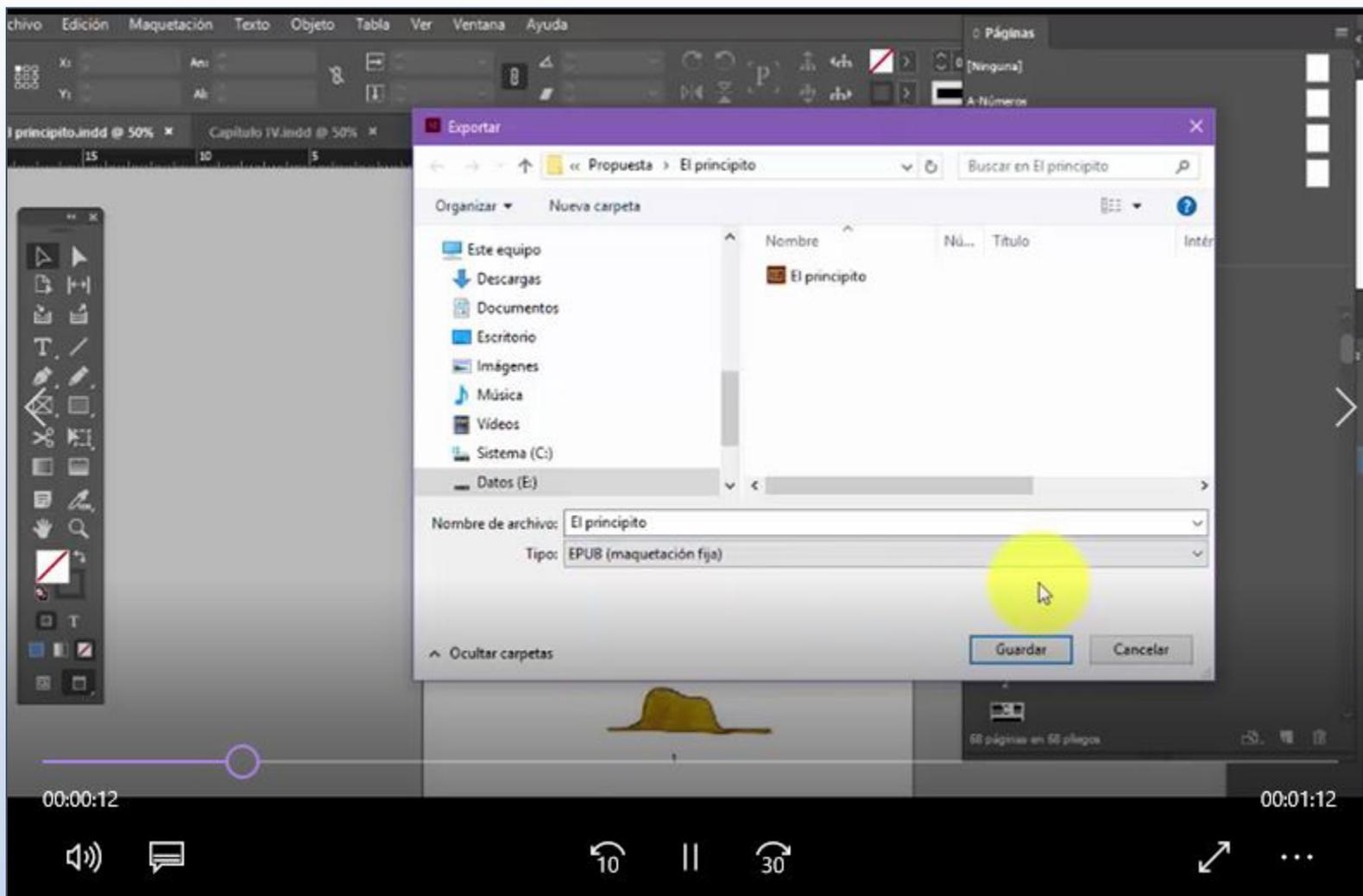
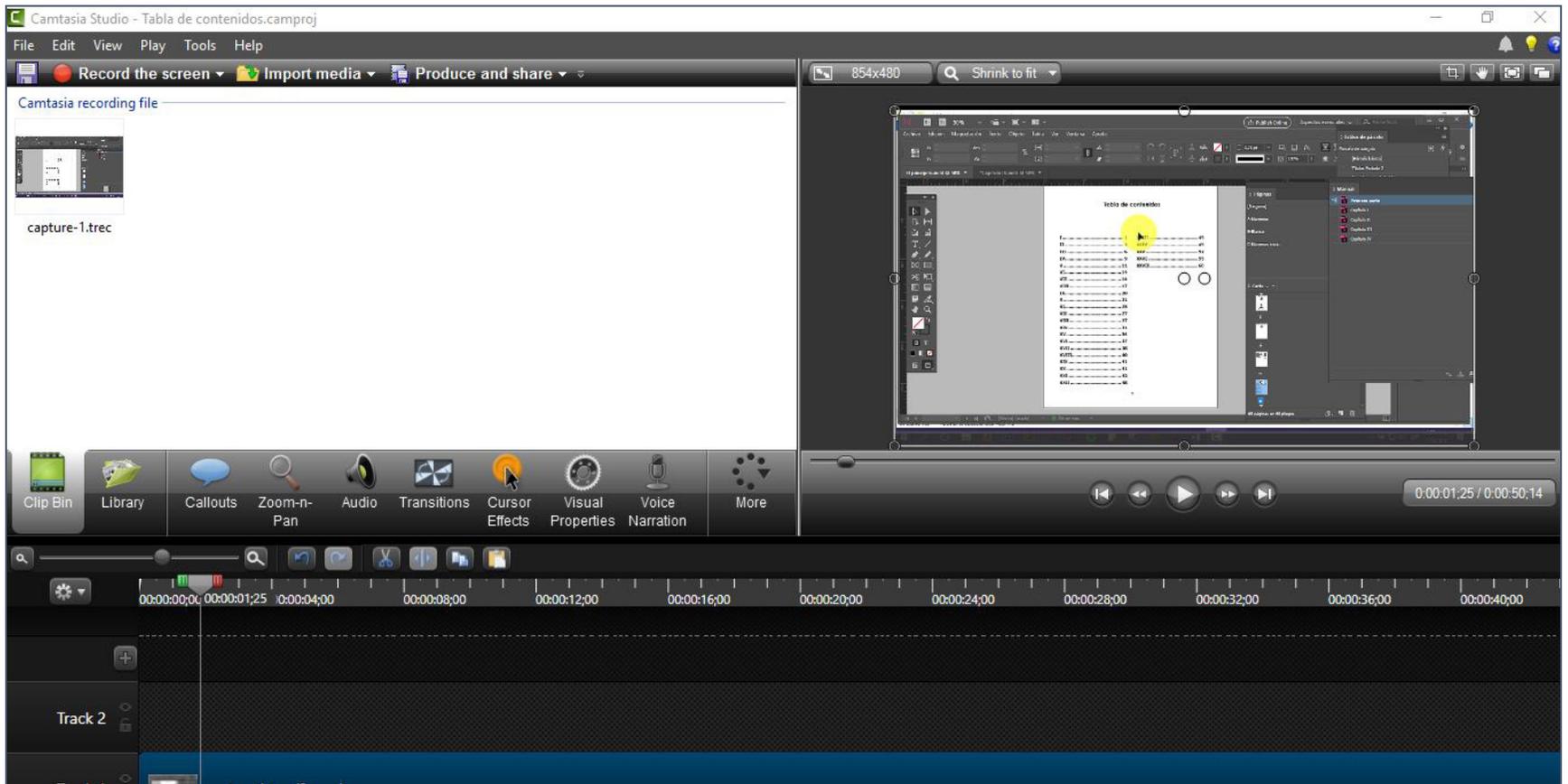


Ilustración 14. Creación de vídeos.



CAPÍTULO VIII: : Bibliografía



8.1 Bibliografía libros

Armañanzas, E. (2010). *El libro electrónico, una gran herramienta para la cultura y la educación*. In Actas del Congreso Euro Iberoamericano. Alfabetización mediática y culturas digitales.

Abascal, E., & Grande, I. (2011). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid: Gráficas Dehon.

Abreu, J. L. (2012). Hipótesis, Método & Diseño de Investigación (*Hypothesis, Method & Research Design*). Daena: International Journal of Good Conscience, 187-197.

Alcázar, N. (2016). *Definición y diseño de productos editoriales*. Málaga: IC Editorial.

Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.

Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica (5ta edición ed.)*. Caracas, Venezuela: Editorial EPISTEME.

Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica (6ª. ed.)*. Caracas, Venezuela: Editorial Epistemé.

Aznar, J. A., Gallego Roji, M. L., & Medianero, M. V. (2015). *Investigación y recogida de información de mercados*. Madrid, España: Editorial CEP.

Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: Grupo Editorial Patria.

Barbera, N., & Inciarte, A. (2012). *Fenomenología y hermenéutica: dos perspectivas para estudiar las ciencias sociales y humanas*. ReviCyHLUZ, 199-205.

Bautista, N. P. (2011). *Proceso de la investigación cualitativa: epistemología, metodología y aplicaciones*. Bogotá, Colombia: Editorial El Manual Moderno Colombia.

Braidot, N. (2011). *Neuromarketing en acción*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica.

Bresque, M. L. (2011). *Como investigar cualitativamente. Entrevista y Cuestionario*. Contribuciones a las Ciencias Sociales(2011-03.), 10.

Cadena, S. I. (2011). *La tipografía y su complejidad creativa*. Actas de Diseño. Facultad de Diseño y Comunicación. 1850, pág. 2032. Palermo: Universidad de Palermo.

- Caldwell, C., & Zappaterra, Y. (2014). *Diseño editorial: periódicos y revistas / medios impresos y digitales*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Castro, M. (2014). *Composición de textos en productos gráficos*. Málaga, España: IC Editorial.
- Cegarra, J. (2012). *Los métodos de investigación*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Cordón, J. A., & López, C. A. (2012). *El libro electrónico: invarianzas y transformaciones*. El profesional de la información, 83-90.
- Cordón-García, J. A. (2011). *El final del libro y el principio de la lectura: los libros electrónicos y el fenómeno iPad*.
- Fernández Collado, C., Hernández Sampieri, R., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (5ta edición ed.). México: McGRAW HILL.
- Fernández, M. (2012). *eBooks. Creación y diseño de libros electrónicos*. México: Alfaomega.
- Ferran, A. (2016). *Edición en EPub*. Barcelona: Editorial UOC.
- Ferrell, O., & Hartline, M. (2012). *Estrategia de Marketing*. México: Cengage Learning Editores.
- Frascara, J. (2012). *El diseño de comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- García, J. A. (2011). *La revolución del libro electrónico* (Vol. 2). Barcelona: El Ciervo.
- Hernández Fernández, A., & Martínez, J. (2014). *Marketing sanitario: Evolución-Revolución*. Masdrid: ESIC Editorial.
- Incorvaia, M. (2013). *La fotografía: un invento con historia*. Buenos Aires: Ediciones del Aula Taller.
- Jiménez, I. V. (2012). *La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. The interview in the qualitative research: trends and challengers*. Revista Electrónica Calidad en la Educación Superior, 119-139.
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Madrid, España: Ediciones Morata.
- Lebert, M. (2009). *Una corta historia del ebook*. Toronto: Proyecto Gutenberg.
- Lincoln, Y., & Denzin, N. (2012). *Manual de investigación cualitativa*. Gedisa.
- López, A. (2014). *Curso diseño gráfico: fundamentos y técnicas*. Madrid, España: Larousse - Ediciones Pirámide.
- Lupton, E., & Phillips, J. (2016). *Diseño gráfico: nuevos fundamentos*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Martínez, P. C. (2011). *El método de estudio de caso Estrategia metodológica de la investigación científica*. Revista científica Pensamiento y Gestión, 20.

- Martínez Rodríguez, J. (2011). *Métodos de investigación cualitativa*. Revista de Investigación Silogismo, 43.
- Martínez, S. J. (2013). *Investigación y recogida de información de mercados*. Andalucía, España: IC Editoria.
- Menéndez, M. A. (2013). *eBooks Creación y diseño de libros electrónicos*. México: Alfaomega.
- Menéndez, M. A. (2014). *ebooks.Creación y diseño de libros electrónicos*. España: Grupo RC.
- Merino Sanz, M. J. (2015). *Introducción a la investigación de mercados (2 da ed.)*. Madrid: ESIC Editorial.
- Morles, V. (2011). *Guía para la elaboración y evaluación de proyectos de investigación*. Revista de pedagogía, 131-146.
- Orosa, B., & López, X. (2016). *El ebook busca en la lectura social la propuesta que impulse nuevos formatos de éxito*. Anales de Documentación, 19(2).
- Pérez, S. (2014). *Elaboración de un manual para el desarrollo de sitios web*. Tibás, Costa Rica: Universidad Hispanoamericana.
- Perles, J. (2014). *Arte final multimedia y e-book*. Málaga, España: IC Editorial.
- Ruiz, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa (5ª. ed.)*. Bilbao, España: Universidad de Deusto.
- Sánchez, J., Gómez, E., & López, F. (2012). *Pensar en diseño gráfico*. Guadalajara: Editorial Universitaria.
- Sánchez, J., & López, E. (2012). *Pensar en diseño gráfico*. Guadalajara, Jalisco: Editorial Universitaria.
- Simmons, M. (2015). *¿Cómo crear una fotografía?* Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Simons, H. (2011). *El estudio de caso: Teoría y práctica*. Madrid: Ediciones Morata.
- Sodupe, E. A. (2013). *Breve historia y largo futuro del ebook*. 26.
- Universidad Técnica Nacional. (2014). *Manual de Identidad Gráfica*. Alajuela: Dirección de Comunicación Externa.
- Valdivia, J. A. (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. Málaga, España: IC Editorial.
- Vargas, A. (2013). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. Madrid, España: IC Editorial.
- Yuni, J. A., & Urbano, C. A. (2014). *Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación (Vol. 2)*. Córdoba: Editorial Brujas.
- Zermeño, S., & Contreras, R. (2012). *El diseño 7 visiones transversales*. León, España: Universidad de León.

8.2 Bibliografía WEB

Adobe. (s.f.). Adobe. Recuperado el 05 de abril del 2017, de *Guía del usuario de In Design*: <https://helpx.adobe.com/es/indesign/user-guide.html>

Cerlalc. (2012). *Hacia un manifiesto sobre el libro electrónico*, . Recuperado el 29 de mayo del 2017, de <http://cerlalc.org/es/producto/hacia-un-manifiesto-sobre-el-libro-electronico-2/>

Cerlalc. (11 de febrero del 2015). Cerlalc. Obtenido de *La letra digital. Retos e interrogantes alrededor del libro electrónico*: <http://cerlalc.org/es/?s=libro+electr%C3%B3nico>

Cuadrado, L. A. (3 de abril del 2015). LifeStyle Al Cuadrado. Recuperado el 05 de abril del 2017, de *Guía definitiva ¿ Cómo diseñar y maquetar un libro electrónico ?*: <https://www.lifestylealcuadrado.com/como-disenar-y-maquetar-un-libro-electronico/>

Española, R. A. (2014). *Diccionario de la lengua española*. 23ª. ed. Obtenido de <http://www.rae.es/>

González, A. (2010). <http://cujae.edu.cu/>. Obtenido de *Instructivo para la elaboración de un Manual de Usuario*.

Jiménez, K. C. (30 de agosto del 2015). *E-books transforman la industria editorial*. <http://www.elfinancierocr.com>, pág. 30.

Meneses, J. &. (1º. de agosto del 2011). http://femrecerca.cat/meneses/files/pid_00174026.pdf.

Pérez, J., & Gardey, A. (2010). Definición. *DE*. Obtenido de <http://definicion.de/manual-de-usuario/>

Universidad Técnica Nacional. (21 de marzo del 2017). *Universidad Técnica Nacional*. Obtenido de Universidad Técnica Nacional: <http://utn.ac.cr/content/área-de-análisis-ocupacional>

vídeo2brain. (27 de enero del 2015). vídeo2brain. Recuperado el 4 de abril de 2017, de *InDesign CC: EPubs de maquetación fija*: <https://www.vídeo2brain.com/mx/cursos/ePubs-de-maquetacion-fija-con-indesign>

CAPÍTULO IX: Anexos



Anexo 1. Sondeo realizado

Se realizó un sondeo para conocer información general para saber un dato concreto si los diseñadores habían realizado alguna vez un e-book interactivo.

Pregunta para el sondeo

¿Ha realizado usted alguna vez un e-book interactivo, Sí o No?

Según el sondeo realizado el día domingo 05 de junio del 2016, por medio de correo electrónico se realizó la siguiente pregunta: ¿Ha realizado usted alguna vez un e-book interactivo? Con opción de contestar sí o no, se realizó el sondeo a 10 diseñadores publicitarios con grado de bachiller universitario, algunos concluyendo licenciatura y todos laborando en el área de diseño, de las cuales el 90% respondió que no, y solo un 10% respondió que sí.



Encuesta público secundario

La siguiente encuesta tiene como objetivo recabar información para el Proyecto de Graduación denominado: Desarrollo de un manual para la creación de ebooks interactivos para los diseñadores editoriales de la Universidad Técnica Nacional durante el I cuatrimestre del 2017, la información recopilada será utilizada con fines académicos.

***Obligatorio**

1. 1. Edad *

Marca solo un óvalo.

- 18 a 23 años
- 24 a 29 años
- 30 a 35 años
- 36 a 41 años
- 42 a 47 años
- 48 a 53 años

2. 2. Género *

Marca solo un óvalo.

- Femenino
- Masculino

3. 3. Ocupación *

Marca solo un óvalo.

- Estudiante
- Profesional

4. 4. Carrera *

5. 5. ¿Trabaja actualmente? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

6. 6. Lugar de residencia *

Marca solo un óvalo.

- San José
- Alajuela
- Heredia
- Cartago
- Limón
- Guanacaste
- Puntarenas

7. 7. ¿En su cámara ha utilizado un manual para consultar información referente a la misma? *

Si su respuesta es no pase a la pregunta 11.

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

8. 8. ¿Para qué tema específico?

9. 9. La información que consulta es:

Marca solo un óvalo.

- Impresa
- Digital
- Ambas

10. 10. Información consultada:

En una escala del 1 al 5 donde 1 es el mas importante y 5 el menos importante.

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
Libro electrónico	<input type="radio"/>				
Libro físico	<input type="radio"/>				
Cursos libres en línea	<input type="radio"/>				
Tutoriales	<input type="radio"/>				
Ayuda de un experto en el tema	<input type="radio"/>				

11. 11. ¿Conoce qué es un ebook? *

Si su respuesta es no fin de la encuesta.

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

12. 12. ¿Considera importante contar con un manual para realizar ebooks?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

13. 13. Marque por orden de prioridad las opciones que considere que debe tener un manual para realizar ebooks:

En una escala del 1 al 5 donde 1 es el mas importante y 5 el menos importante.

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
Digital	<input type="radio"/>				
Texto con explicación paso a paso	<input type="radio"/>				
Imágenes	<input type="radio"/>				
Texto e imágenes	<input type="radio"/>				
Videos explicativos paso a paso	<input type="radio"/>				

Gracias por su colaboración

Anexo 3. Transcripción de entrevista aplicada al diseñador de la editorial de la UTN

La siguiente entrevista tiene como objetivo recabar información para el Proyecto de Graduación denominado: Desarrollo de un manual para la creación de e-books interactivos para los diseñadores editoriales de la Universidad Técnica Nacional durante el I cuatrimestre del 2017, la información recopilada será utilizada con fines académicos.

Fecha: 09-12-16

Lugar: Editorial UTN, Desamparados de Alajuela.

Nombre del entrevistado: Federico Arce Jiménez

Edad: 48 años

Género: Masculino

1. ¿Cuál es el título académico que usted posee?

Poseo tres títulos académicos tengo una licenciatura en Arquitectura de la Universidad de Costa Rica, una Maestría en Tecnología en Informática Educativa de la Universidad Nacional y una Maestría en Administración de la Universidad de las Ciencias y el Arte.

2. ¿Cuál es su lugar de trabajo y que labores específicas realiza ahí?

Laboro en el Centro de Formación Pedagógica y Tecnología Educativa un centro que es una de las sedes de la Universidad Técnica Nacional en Desamparados de Alajuela, soy el Director de la Editorial Universitaria y mis labores tienen que ver con la producción editorial con sello editorial libros y también otro proyecto es el de papelería institucional.

3. ¿Cuál es su experiencia en el campo editorial?

La experiencia en el campo editorial ya va para 7 años que ha sido desde el momento en que se me da la oportunidad de manejar esta dirección editorial y hasta el momento se han sacado con sello editorial alrededor de 17 obras desde hace 3 años y medio que está constituido el Consejo Editorial.

4. ¿Cuáles son las fuentes de información que usualmente consulta cuando no tiene a mano la información necesaria para aclarar dudas y desea aprender más sobre ese tema?

Dependiendo del tema es por donde se puede dirimir la búsqueda, en el campo en el que estoy hay bastantes fuentes una de ellas inclusive podría ser la verbal que me puedan brindar compañeros de otras editoriales universitarias en lo cual sobre miembros como universidad pública de una comisión de Conare que se llama Edupuc que reúne todas las cinco editoriales de universidades públicas, si es un tema más específico que tenga que ver con

la publicación de libros recurre a manuales o reseñas ya sea en libros o vía web o inclusive en algo más técnico a proveedores o suplidores de servicios.

5. ¿Conoce respecto de las posibilidades comerciales y académicas que puede brindar un e-book, considera que los libros de la editorial de la UTN podrían trabajarse como e-books?

Sí, claro, las conozco no solo del mismo, sino también lo que puede ser ePub y otras publicaciones digitales como también sería los PDF enriquecidos. Dependiendo hoy por hoy no está dentro de una prioridad debido a la cantidad de personas con las que cuenta la editorial para la misma realización de material impreso hay que entender también que si bien es cierto una parte de los libros puede ser publicado en formato digital por el momento no se cuenta con los recursos y el tiempo necesarios para poder realizarlo.

6. ¿Considera usted que la creación de e-books es oportuna para la Editorial y es un plus para los valores y objetivos de la UTN?

No cabe duda de que posibilita este tipo de formato una nueva apertura de posibilidades de que clientes deseen ver contenidos bajo esta modalidad, sin embargo en el proceso de crecimiento que tiene la editorial de la UTN no está como un derrotero a convertirse en regla para todas las publicaciones en igual medida no todo lo que se publica va bajo esta perspectiva igual conlleva situaciones de que tienen que tenerse controles que garanticen los derechos de los propios autores, ya que podría el formato implicar pérdidas patrimoniales para los autores y para la misma editorial la situación de que el formato no pudiese garantizar el salvaguardar los derechos patrimoniales y de uso. Ante la carencia de recurso humano y de tiempo se está pensando en un convenio con la editorial del Tecnológico en el sentido de poder digitalizar bajo ese formato uno de los libros que se ha realizado.

7. ¿Consideraría la opción de usar un manual que le facilite el diseño de un e-book?

No estaría mal.

8. ¿Ha utilizado e-books en algún momento de su vida? ¿Qué opinión tiene de ellos?

La experiencia ha sido como usuario, la realidad es que facilita, sin embargo la experiencia del libro a la usanza tradicional a experiencia personal no la cambio, puede encontrarse una mayor interactividad con lo que posibilita este nuevo tipo de tecnología, pero hoy por hoy habrá ciertas lecturas en las que solo puede realizarse es una lectura en un formato distinto del libro, el cual ofrece una mayor versatilidad en su transporte, en su cuidado y en su resguardo.

9. ¿En caso de contar con un manual para crear e-books, le gustaría que esté fuera impreso o electrónico? ¿Que tenga solo texto, o vídeos o fotografías, o ilustraciones o todas las anteriores?

Las dos opciones me parecen, todas las anteriores brindaría una mayor claridad por aquello de las dudas.

10. ¿Ha revisado alguna vez un manual para la creación de e-books? ¿Ha trabajado con estos en algún momento de su vida académica o profesional? ¿De ser sí, cuándo y qué conoce?, ¿lo practica actualmente?

Sí, he conocido ejemplos de ellos a nivel general, no he trabajado con ninguno.

Anexo 4. Transcripción de entrevista aplicada al experto de la Editorial Costa Rica.

La siguiente entrevista tiene como objetivo recabar información para el Proyecto de Graduación denominado: Desarrollo de un manual para la creación de e-books interactivos para los diseñadores editoriales de la Universidad Técnica Nacional durante el I cuatrimestre del 2017, la información recopilada será utilizada con fines académicos.

Fecha: 10-01-17

Lugar: San José

Nombre del entrevistado: Marianela Camacho Alfaro

Edad: 38 años

Género: Femenino

1. ¿Cuál es el título académico que usted posee?

Bachiller en Filología Española, Magistra Linguisticae, Máster en Edición Digital.

2. ¿Cuál es su lugar de trabajo y qué labores específicas realiza ahí?

Actualmente, trabajo en la Editorial Costa Rica.

En general, las labores que realizó son coordinar el proceso de edición de libros impresos y electrónicos, así como el Programa Editorial anual: desde la evaluación de cada obra hasta su publicación.

Elaborar el presupuesto que sustenta el Programa Editorial anual.

Coordinar los proyectos del Departamento de Producción Editorial: nuevas líneas editoriales y colecciones, diferentes soportes de edición, imagen gráfica de cubiertas.

Formar parte del Consejo Editorial de la revista literaria Pórtico 21.

Coordinar la elaboración del Catálogo Editorial de cada año.

Formar parte de la Comisión Lectora de los diversos Certámenes Literarios de la ECR.

Redacción de textos (presentación, sobre la edición, epílogos, etc.)

3. ¿Cuál es su experiencia en el campo editorial?

Trabajé varios años como asistente de edición de las revistas *Káñina* (5 años) y *Lenguas Modernas* (2 años), ambas revistas académicas de la UCR.

4. ¿De acuerdo con los cambios que suceden en la industria editorial, cuál es el cambio más significativo que han tenido que realizar en su lugar de trabajo?

Los cambios más significativos que se han presentado son la evaluación de las colecciones y líneas editoriales existentes, la reelaboración de una política editorial, la propuesta de un Manual de estilo editorial (estilo y parte gráfica), la propuesta de nuevas colecciones o la apertura de nuevas líneas editoriales.

5. ¿Ha tenido algún tipo de experiencia con la realización de e-books?

Sí, desde octubre del 2013 la Editorial Costa Rica comercializa libros electrónicos en formato ePub en su propia plataforma web (<http://www.editorialcostarica.com/catalogo.cfm?oldgen=1&genero=19>)

y también con un agregador de contenidos, la compañía alemana Bookwire (<http://www.bookwire.de/es/>).

6. ¿Cuáles considera que son las ventajas que brinda la realización de e-books en el campo editorial y específicamente para su lugar de trabajo?

Las ventajas me parecen que están relacionadas con las características intrínsecas del archivo electrónico, que es lo que al final es un libro electrónico: portabilidad que permite el acceso a una amplia variedad de libros y contenidos, son fácilmente transferibles, requieren un espacio muy pequeño de almacenamiento, permiten búsquedas internas (de palabras, nombres, lugares), resaltar texto con color o con marcadores, incluir comentarios y anotaciones, compartir fragmentos por correo electrónico o redes sociales, continuar la lectura de un dispositivo a otro (por ejemplo, puede empezar a leer en una tableta o teléfono inteligente y sincronizar el dispositivo para continuar leyendo en una computadora), entre las principales. Cabe aclarar que estas prestaciones están asociadas al libro electrónico, a la aplicación y a los dispositivos de lectura, no dependen exclusivamente del archivo electrónico.

Además, hay formatos que permiten incluir dentro del libro electrónico enlaces web, vídeos, audio, animaciones, todo lo cual enriquece la experiencia de lectura.

Para la Editorial Costa Rica el tener un catálogo de libros electrónicos significa mantenerse vigente en el mercado editorial, tanto en el de libros impresos, como en el incipiente de los libros digitales.

7. ¿Cuáles fueron las razones por las cuales decidieron empezar a realizar e-books, como fue ese proceso?

En la actualidad, la demanda de contenidos digitales por parte de los lectores ha crecido de forma paulatina; por consiguiente, los editores se ven estimulados a actualizar sus catálogos y su oferta de títulos para adaptarse

a los requerimientos, gustos y hábitos de este nuevo mercado de consumidores de lo digital. Existe, entonces, un mercado potencial de lectores interesados en adquirir libros electrónicos y en la compra de contenidos digitales vía internet.

En este contexto cobra relevancia del desarrollo del proyecto de libro digital o electrónico del sello editorial de la Editorial Costa Rica, que incluye la edición, promoción, distribución y venta de libros electrónicos; cabe destacar que esta propuesta es un concepto innovador en Costa Rica, pues a la fecha no existe ningún proyecto en operación desarrollado por una editorial con las mismas características ni alcances.

El proyecto de libro electrónico de la Editorial Costa Rica se divide, en dos grandes áreas: primero, en la constitución de un catálogo de libros electrónicos que incluirá tanto obras previamente editadas en soporte papel como novedades, en formato ePub y audiolibro; segundo, en la implementación de una plataforma de venta online de libros electrónicos y contenidos digitales.

Se realizó una investigación y un plan piloto para determinar la viabilidad y los costos del proyecto de lanzamiento de nuestra propia plataforma de ventas de contenidos digitales y de un catálogo de libros electrónicos. El proyecto inicio en octubre 2013 con una plataforma de libros, contando con un catálogo de ePub de algunos de sus libros impresos, iniciando por los clásicos como narrativa, juvenil e infantil.

8. ¿Cuáles son las fuentes de información que consultaron, en primera instancia, para realizar e-books y cuáles son las que utilizan actualmente, utilizan algún tipo de documentación qué tipo o consultaron algún experto? ¿Que utilizan actualmente?

Las fuentes consultadas en el desarrollo de la investigación, entre el 2011 y el 2012, fueron las siguientes (tomado del documento "Proyecto Libro Electrónico de la Editorial Costa Rica", desarrollado por mi persona):

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

"Digitalización del libro en España", Liber, Dosdoce y Ediciona, 2008.

"El espacio Iberoamericano del libro 2010", CERLAC, octubre 2010.

"El libro en América Latina: situación actual y políticas públicas", de Rosa Luz Dávila Castañeda, Boletín Gestión Cultural 13, setiembre, 2005.

"El libro y las nuevas tecnologías. El libro electrónico", Ministerio de Cultura, España, 2009.

"El mercado del e-book en España: un análisis económico", de Julio Larrañaga, Documentación de la Ciencias de la Información, Vol. 31, 2008.

"El papel de la comunicación en la promoción del libro", Revista Cultural Dosdoce y blue creativos, 2005.

"Estudio sobre la comercialización del libro en España", Ministerios de Cultura y de Industria, Turismo y Comercio,

Cegal, Fande, Federación de Gremios de Editores de España, 2008.

“La edición digital en los países en desarrollo”, de Octavio Kulesz, Alianza Internacional de los Editores Independientes, 2011.

“La industria del libro en Argentina” realizado por el Centro de Estudios para la Producción (CEP), Secretaría de Industria y Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, Ministerio de Economía y Producción. Argentina, marzo, 2005.

“Libros en la nube: movimientos empresariales en torno a los e-books”, de J. A. Arévalo, Gómez, R. y Cordón, J. A.; Revista Ciencias de la Información, Vol. 42 (3), 2011.

“Los libros electrónicos: la tercera ola de la revolución digital”, de Cordón, J.A., Alonso Arévalo, J. y Martín Roder, H; Anales de Documentación, Vol. 13, 2010.

“Los metadatos en el mundo digital del libro”, de Jesús Peraita, Dilve, octubre, 2010.

“Metadata Demystified: A Guide for Publishers”, de Amy Brand, Frank Daly y Barbara Meyers, The Sheridan Press and NISO Press, Julio, 2003.

“Metadatos para la sociedad de la información: encontrar la aguja en el pajar”, de Lourdes Fera, Bibliotecas: boletín de la Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información, Universidad Nacional de Costa Rica, octubre 2006.

“ONIX-ES libros. Mensaje de información de producto. Vista general y elementos de datos V3 r1”, Neturity, diciembre, 2005.

“Oportunidades de distribución digital internacional para el sector editorial”, Ministerio de Economía y Competitividad, Gobierno de España, febrero, 2012.

“Percepción sobre el clima empresarial editorial en el 2007 y tendencias a corto plazo”. Boletín 6 Cerlalc.

“Percepción sobre el clima empresarial editorial y tendencias a corto plazo”. Boletín 9 Cerlalc, octubre, 2010.

“La letra digital: retos e interrogantes alrededor del libro electrónico”, Fomento de las artes y el diseño (FAD), 2009.

“Situación actual y perspectivas del libro digital en España”, Observatorio de la Lectura y el libro, abril, 2011.

“Situación actual y perspectivas del libro digital en España II. La producción española de libros digitales y su distribución y venta en la Red”, Observatorio de la Lectura y el libro, marzo, 2012.

“Tendencias web 2.0 en el sector editorial. Uso de las nuevas tecnologías en el fomento de la lectura y la promoción del libro”, de Javier Celaya, José Antonio Vásquez e Iñaki Saldaña; Liber, octubre, 2007.

“1912-2012 Cronología de la edición digital. 100 años de evolución tecnológica”, de Javier Celaya y José Antonio Vázquez, 2012.

Revista Trama & Texturas número 16 (diciembre, 2011) y 17 (mayo, 2012).

WEBGRAFÍA

“Código QR”, http://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digo_QR

“Libro electrónico”, http://es.wikipedia.org/wiki/Libro_electr%C3%B3nico

<http://www.apple.com/macosex/>

<http://www.adobe.com/la/products/creativesuite/design.html>

<http://www.adobe.com/products/digital-publishing-suite-family.html>

Entre finales del 2012 e inicios del 2014, por cuenta propia, yo estudié el Máster Online en Edición Digital de la Universidad de Alcalá (España), para formarme profesionalmente sobre el tema.

Actualmente, consultamos y nos mantenemos al día con los estándares de ONIX y de la IDPF, principalmente.

La diagramación es realizada In Design, se exportan en formato ePub y en la página web se agrega el código de trabajo.

9. ¿Cuáles son los aspectos que son tomados en cuenta para que un libro sea realizado en formato de e-book, cuentan con algún tipo de lineamientos establecidos, cuáles?

Sí, tenemos una manual de estilo (plantillas CSS con estilos de carácter y de párrafo, según género, uso de hipervínculos para glosarios y notas, TOC; metadatos básicos por insertar, tamaño (px) de tipografía e imágenes, etc.) desarrollado a lo interno con los estándares definidos por nosotros mismos con base en estándares internacionales diversos y en los solicitados por las plataformas de venta de libros electrónicos.

10. ¿En cuanto a diseño qué elementos son tomados en cuenta para diagramar el e-book (tipografía, colores, imágenes)?

Los especificados en el manual de estilo antes mencionado.

11. ¿Una vez terminado el e-book cuáles son los formatos de lectura en los cuales es creado para su visualización y comercialización final?

Nosotros trabajamos directamente los archivos con salida ePub (versión 2.0 por el momento), aunque Bookwire los convierte para que también se comercialicen en Amazon.

Anexo 5. Transcripción de entrevista aplicada al experto de la editorial Tecnológica de Costa Rica.

La siguiente entrevista tiene como objetivo recabar información para el Proyecto de Graduación denominado: Desarrollo de un manual para la creación de e-books interactivos para los diseñadores editoriales de la Universidad Técnica Nacional durante el I cuatrimestre del 2017, la información recopilada será utilizada con fines académicos.

Fecha: 31/01/2017

Lugar: TEC Cartago

Nombre del entrevistado: Dagoberto Arias Aguilar

Edad: 50 años

Género: Masculino

1. ¿Cuál es el título académico que usted posee?

Doctorado en ciencias forestales

2. ¿Cuál es su lugar de trabajo y qué labores específicas realiza ahí?

Trabajo en el TEC, soy profesor de licenciatura, maestría y doctorado. Soy investigador con varios proyectos en ejecución. Actualmente, soy el Director de la Editorial Tecnológica de Costa Rica.

3. ¿Cuál es su experiencia en el campo editorial?

He sido editor de revistas, miembro activo de consejos editoriales. Autor de artículos especializados y autor en capítulos de libros. Amplio conocimiento sobre los aspectos de la edición del libro.

4. ¿De acuerdo con los cambios que suceden en la industria editorial, cuál es el cambio más significativo que han tenido que realizar en su lugar de trabajo?

El cambio más significativo fue la adaptación a las nuevas tendencias de la edición del libro impreso hacia lo digital. En otro cambio, ha sido el enfoque de la línea editorial especializada en ciencia y tecnología.

5. ¿Ha tenido algún tipo de experiencia con la realización de e-books?

Desde el 2012, se implementó la conversión de los e-books. He tenido experiencia en la gestión editorial de los e-books, fijación de precios, estrategia de mercadeo; no obstante, la parte técnica de conversión la realiza el Departamento de Diseño.

6. ¿Cuáles considera que son las ventajas que brinda la realización de e-books en el campo editorial y específicamente para su lugar de trabajo?

En el caso nuestro, el e-book ha sido una forma de extender la visibilidad de la producción académica del TEC, permite el acceso internacional de los contenidos producidos, por otra parte, es un mecanismo muy válido para editar libros muy especializados, cuyo costo de impresión es muy elevado. El e-book nos acerca a un público más especializado en dispositivos electrónicos.

7. ¿Cuáles fueron las razones por las cuales decidieron empezar a realizar e-books, como fue ese proceso?

Fue el resultado de las nuevas tendencias en el campo editorial y la necesidad de ajustarnos a las nuevas formas de acceder al conocimiento mediante el uso de los dispositivos móviles.

8. ¿Cuáles son las fuentes de información que consultaron, en primera instancia, para realizar e-books y cuáles son las que utilizan actualmente, utilizan algún tipo de documentación qué tipo o consultaron algún experto? ¿Qué utilizan actualmente?

Se consultó toda la literatura del Cerlalc y sobre el libro electrónico. La consulta a expertos se realizó a las diferentes empresas en Latinoamérica que gestionan los contenidos por medio del libro electrónico.

9. ¿Cuáles son los aspectos que son tomados en cuenta para que un libro sea realizado en formato de e-book, cuentan con algún tipo de lineamientos establecidos, ¿cuáles?

Esta decisión compete más que todo al Consejo Editorial y a la Dirección, donde se establece qué tan rentable sea la producción de una obra en formato electrónico, impreso o ambos.

10. En cuanto a diseño, ¿qué elementos son tomados en cuenta para diagramar el e-book (tipografía, colores, imágenes)?

El diseño en un e-book es mucho más simple si pensamos en formato "ePub", ya que muchas veces los "readers" limitan algunos tipos de letra, también imágenes o algún tipo de fondo de las páginas que puedan verse en la versión impresa desaparecen en este formato. Por lo demás, no hay limitaciones para el uso de color, que por decisión del diseñador crea que es más conveniente, tomando en cuenta la temática de la obra y, por supuesto, buscando la forma más adecuada de lectura. Las imágenes pueden ir a color o en un tono, no hay problema, el e-book no se verá afectado, eso sí, el color muchas veces ayuda a mejorar la calidad de la obra.

11. ¿Una vez terminado el e-book cuáles son los formatos de lectura en los cuales es creado para su visualización y comercialización final?

Existen dos formatos básicos, el PDF, que es un formato más rígido, puede pensarse que estamos viendo una fotografía de la página del libro. Es un poco limitado en cuanto a los ajustes que el "reader" pueda hacer, por ejemplo, aumentar el tamaño del texto. El otro formato es el ePub, que entre sus mayores ventajas tiene que el

texto puede ajustarse a los requerimientos del usuario, el texto líquido que así se le conoce, puede aumentarse o reducir, permite resaltar partes de la obra, se ajusta al tamaño del dispositivo de lectura y logra introducir elementos interactivos y ahora el formato ePub3 incluye facilidades para audio, vídeo y todo tipo de animación. También, el ePub al ser un archivo con base HTML, facilita a los buscadores de internet localizar los datos de cada obra, lo que provoca aumentar la visibilidad.