

**Memoria Trabajo Integrador Final
Especialización en Edición
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata**

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombres y apellidos: Ingrit Tatiana Buitrago Tibaduiza
DNI: 95.500.788
Domicilio: Bogotá, Colombia
Teléfono: (+57) 313 411 8508
Correo electrónico: tatiana.buitrago0713@gmail.com

DATOS DE LOS DIRECTORES

Directora: Laura Gómez
Codirectora: Daniela Venturuzzo

A mis padres, que sentaron las bases para cultivar mi amor por la academia.

A mi hermana, que es mi luz y mi pilar.

A mis amigas, que me acompañaron con su amor en la cotidianidad de mi formación.

Tabla de contenido

iii

Descripción de la producción.....	1
Justificación	2
Objetivos generales y específicos	4
Antecedentes	5
Líneas de análisis del campo de interés / marco teórico-conceptual	9
Destinatarios	15
Desarrollo del proceso de producción.....	17
Elección de la temática para el libro	17
Elección del tipo de formato	18
Selección del material	19
Edición técnica: microedición y macroedición.....	20
Redacción del prólogo	24
Criterios de diseño, selección del ilustrador y portada	25
Características técnicas	27
Revisión sobre pruebas	29
Posproducción: difusión, promoción	29
Presupuesto	32
Cronograma.....	33
Bibliografía	37

Descripción de la producción

Con el objetivo de publicar en un libro digital las columnas de opinión de la periodista Ángela Martín Laiton, emitidas en el diario *El Espectador* desde el año 2014, en la sección cultural, se realizó un recorrido para ejecutar un trabajo de edición que cumpla con los requisitos exigidos por la Especialización en Edición de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

El producto reúne 12 textos en formato columna y artículo de la periodista, reconocida por utilizar un lenguaje directo y adepto al feminismo. La edición busca resaltar la propuesta ética y política de la autora que hace foco en la importancia de la igualdad de género.

Justificación

Los jóvenes periodistas colombianos que se lanzan como columnistas, y que tienen la oportunidad de ser publicados en los diarios más importantes del país, son conscientes de la evolución y transformación que han sufrido los medios en la presentación de los contenidos. Parte de la mutación en la era de la información data de las nuevas características de la sociedad, entre las que se estrena un modelo de comunicación más amplio y con capacidad de llegar a más personas. Los medios de comunicación social abrieron un horizonte y eliminaron barreras para aumentar su potencial. De esta manera, los medios lograron canalizar los flujos de comunicación en una red centralizada y actualmente tienen el control de lo que los consumidores ven, escuchan o leen.

Por tanto, la visibilización en otros formatos como el libro digital, en este caso, pretende generar contenidos periodísticos de índole cultural que acerquen a los lectores a espacios desconocidos con el fin de que la diversidad enriquezca las mentes y aumente la demanda de este tipo de material.

En consecuencia, y como propuesta innovadora, dado que los textos fueron publicados originalmente en medio impreso, se planteó la publicación en libro digital para que la antología de textos tuviera un cambio de formato, fuera de fácil acceso para otro tipo de público (personas que no compran el diario en papel y que por tanto desconocen el material) y para que se conociera a la autora. Así mismo, supone una practicidad por los diferentes dispositivos desde los cuales se puede acceder, es un recurso didáctico y su aceptación entre los lectores lo ha convertido en un formato sostenible; además, reduce considerablemente los gastos de producción. Lo anterior significa que “el libro digital

conlleva a un cambio en la cadena de valor del libro y en el precio final. En la edición online se mantiene en torno al 30% del valor del libro de la editorial, incluyendo su contribución a los gastos generales (10%) y la promoción (10%) ya que el 20% de coste material y de impresión se eliminaría. Como la edición digital no necesita al canal de la distribución, el valor que representan los mayoristas en la cadena tradicional desaparece (10%). En cuanto al detalle, si se eliminan los gastos de gestión del *stock* (10%), puesto que no hay material que almacenar, y se destina el 10% a los descuentos, su valor en la cadena quedaría en torno al 10%. De este modo, reduciría el precio del libro al 50% con respecto al libro de papel, y hasta un 60% si la venta del libro digital se realiza en el propio sitio web de la editorial” (Bustamante, y otros, 2003, pág. 43).

Objetivos generales y específicos

Objetivo general

- Producir y editar un libro digital que recopile columnas de opinión y artículos de la periodista colombiana Ángela Martín Laiton con el fin de evidenciar el paso a paso del proceso de edición.

Específicos

- Leer y analizar los textos de la autora con el fin de comprobar que son aptos (calidad, intención) para publicar.
- Reeditar y realizar la corrección de estilo de los textos para que se adapten a la nueva línea editorial.
- Determinar una hoja de estilo para la estructura interna de la publicación.
- Diseñar y maquetar el libro digital por medio de los editores online lulu.com y issuu.com. con la intención de implementar nuevas herramientas en línea y agregar valor diferenciador al proceso editorial.
- Difundir el producto editorial a través de los diferentes medios sociales para hacer visible el trabajo académico.

Antecedentes

Una mirada al libro digital

La constante evolución de la tecnología ha ido reconociendo nuevos medios de lectura que simpatizan con los “nativos digitales”, situación que ha representado un desafío en la edición de esta era. Los índices de lectura y las maneras de acceder a la misma han sido el punto de partida para iniciar una reflexión desde varias perspectivas: cultural, sociológica, económica, etc.

“El nacimiento de los libros electrónicos empieza como la digitalización de libros impresos, tal vez esa sea la razón principal por la que todavía este tipo de libros electrónicos sigue prevaleciendo. Estos libros fueron creados en 1971 por Michael Hart, fundador del grandioso ‘Proyecto Gutenberg’ que hoy en día es la biblioteca en línea con la colección más grande de libros electrónicos gratuitos” (Camargo Henao, 2008, pág. 65)

“Desde los códices, hasta los primeros soportes digitales ya en desuso, como los CD, por ejemplo, a los dispositivos diversos que conviven hoy (e-book, libros en soporte papel, *tablet*, computadoras, celulares), todas estas tecnologías de lectura tienen ventajas y desventajas” (Rogovsky, 2015, pág. 7)

Por lo anterior, enunciaré brevemente las ventajas del modelo de lectura digital para llevar a cabo el presente trabajo. Los libros digitales:

- No ocupan espacio físico.
- Son más económicos.

- Se pueden actualizar y/o corregir sin ningún tipo de gasto.
- No hay límite en la edición, siempre están disponibles.
- Los dispositivos permiten ampliar el tamaño de la letra y color de fondo.
- Se guardan notas sin dañar el libro original.

Referencias de libros de esta índole en Colombia

En el mercado editorial colombiano existen varios antecedentes de autores que se desempeñan como columnistas en diferentes medios de comunicación y que han decidido publicar sus columnas en formato libro.

No es porque sea mi hijo y otras columnas de humor, (editorial Panamericana – Ancora, 1992), del periodista Daniel Samper Pizano, colaborador de varios medios de comunicación en Colombia, es la recopilación del mejor material escrito por el autor para las revistas Carrusel, Credencial y Diario 16. En este libro, el lector se encontrará con más de sesenta artículos donde el autor, con su acostumbrado estilo humorístico, nos revela un país lleno de absurdos y contradicciones, pero también de divertidas confusiones. Los juegos de lenguaje, las búsquedas idiomáticas, el tema de soportar a la familia porque no hay más para escoger, el fútbol, los toros, los Reyes Magos, etc., desfilan por estas amenas páginas donde, al final, todas las clases sociales del país quedan retratadas en su más profunda idiosincrasia (Panamericana, 2017). Samper Pizano es un promotor de la columna de opinión en Colombia y cuenta con varios reconocimientos por hacer un seguimiento, sobre todo político, a la ética de la sociedad colombiana. Dada la gran cantidad de columnas publicadas en los medios de comunicación más influyentes

del país, el periodista quiso hacer un recuento, como es el caso de *Antología de la memoria*, de las más destacadas. En *No es porque sea mi hijo y otras columnas de humor* predomina la crítica social con un toque de humor.

25 años en obra (Editorial Aguilar, 2013) del periodista Vladimir Flórez, conocido como “Vladdo”, uno de los caricaturistas de más trayectoria, prestigio y credibilidad en Colombia, es una selección de sus mejores y más memorables trabajos. Una carrera que ha estado cruzada por el periodismo de opinión, la escritura, el diseño, la diagramación, la caricatura, la ilustración, y más recientemente los tuits. En este libro el lector encontrará: 25 columnas de opinión, 25 caricaturas, 25 retratos, 25 tapas de *Un Pasquín*, 25 Aleidas, 25 tuits, y —como material exclusivo— 25 desnudos de personajes de la vida nacional totalmente inéditos (Universia, 2017). A pesar de que este libro contiene una recopilación de columnas publicadas por el autor en diferentes medios, tiene algunos elementos diferenciadores con respecto a *Antología de la memoria*, pues además de los textos, contiene caricaturas, una sección de sus mejores tuits, la portada de 25 ediciones de un periódico digital que él mismo fundó y otros cuantos recursos visuales que hacen de este trabajo una opción diferente y versátil.

El as bajo la manga (Publicaciones Semana, 2015), del periodista Daniel Samper Ospina, es la recopilación de algunas de sus mejores columnas y baraja de naipes con ilustraciones sobre políticos colombianos. Al cumplir el séptimo año de escritos para la revista Semana la columna implacable que nadie se pierde los domingos, Samper Ospina

lanza un libro con las columnas más destacadas de los últimos tres años de trabajo (Panamericana, 2017). Al igual que su padre, Samper Ospina se ha caracterizado por tener una visión crítica política y socialmente hablando, la cual plasma en sus columnas periódicas en la revista *Semana*. Este espacio en los medios lo ha hecho merecedor del título de uno de los mejores y más entretenidos columnistas del país. La publicación de Samper Ospina coincide con *Antología de la memoria* en cuanto a que en su contenido trata temas políticos y culturales relevantes para la sociedad colombiana.

Recordar es morir (Publicaciones Semana, 2016), del reconocido periodista colombiano Daniel Coronell, actual presidente de noticias de Univision, es un libro con la selección de sus principales columnas donde el autor, además, cuenta las historias detrás de ellas. Su columna en la revista *Semana* ha sabido combinar las denuncias, las rigurosas investigaciones que tienen detrás y su toque personal (Semana, 2017). Este libro hace un recorrido político por Colombia, el cual es abordado con profundas investigaciones periodísticas en temas álgidos como Agro Ingreso Seguro, Saludcoop, la *Yidispolítica*, las Chuzadas del DAS y el Palacio de Justicia. A diferencia de *Antología de la memoria*, Coronell incluye en sus textos su metodología de investigación, en la cual revela su forma de ejercer el periodismo.

Es así como los periodistas se han interesado desde hace varios años por compilar sus columnas más representativas en este formato, pues el libro como bien cultural produce un cambio en el comportamiento del lector que, conforme pasa el tiempo, demanda

estrategias más acordes con la evolución de la tecnología como el libro en formato digital.

Líneas de análisis del campo de interés / marco teórico-conceptual

Para este punto, haré énfasis en tres líneas que se implementaron como herramientas principales durante el proceso de la edición del libro producto de la recopilación de las columnas más representativas de la periodista colombiana Ángela Martín, publicadas en el diario *El Espectador*.

Proceso de edición

Para garantizar la calidad de cualquier publicación, es indispensable crear una hoja de ruta en la que se agrupe el proceso editorial que se debe seguir para llegar a buen fin. Estas están reunidas en tres etapas principales: selección, producción y posproducción:

Selección: en esta primera etapa elegí los contenidos e hice las sugerencias de modificación de contenido. Después, se adaptaron al tipo de publicación y establecí el orden del interior. En una etapa posterior decidí el tipo de formato y de soportes en el cual será publicado el proyecto, teniendo en cuenta el tipo de texto, los contenidos y el público al que se dirige. En este punto también elegí las imágenes y los demás recursos que sirvieron para darle diferentes matices creativos al producto.

Producción: en esta etapa trabajé en dos momentos importantes para el desarrollo del producto: microedición y macroedición. La primera es la revisión al detalle de los textos

y la corrección de estilo ortografía, semántica y sintáctica. En este proceso hice un envío de los textos corregidos a la autora para su aprobación y/o aclaración de dudas. Por su parte, en la macroedición gestioné la parte de la valoración de directrices de la publicación, como la extensión de los textos, las gráficas, la ficha técnica, entre otros aspectos.

Explicando entonces detalladamente los dos procesos, inicié a la corrección de estilo del material y solicité las aclaraciones necesarias a la autora, quien también pudo realizar correcciones y modificaciones. Después de concluir las revisiones y correcciones en conjunto con el autor, el diseñador inició la maquetación de las páginas interiores del libro con los textos e imágenes definitivos. Posteriormente definí, junto con la autora, los demás textos que acompañarán al libro: el título definitivo, el prólogo y demás textos legales. Por último, entregué una versión final del libro en PDF para revisión y aprobación de la autora.

Posproducción: esta es la etapa de la difusión y promoción del libro, la cual se realizará con un protocolo de comunicación (que se detalla más adelante) establecido entre la editora y la autora.

El libro digital

El libro digital es cualquier texto almacenado en formato digital. Como tal, para leer esos libros son necesarios los programas denominados lectores, que pueden estar

integrados en los ordenadores, teléfonos móviles o lo más reciente, lectores específicos basados en la tinta electrónica.

En una línea del tiempo, el origen y evolución del libro digital se ha presentado de la siguiente manera:

“1971: Proyecto Gutenberg

1981: primer libro digital: RandomHouse s’ ElectronicDictionary

1993: registro del primer programa de libros digitales. Digital Book. Se publica el primer libro en formato digital.

1995: Amazon empieza a vender libros a través de Internet.

1996: Proyecto Gutenberg alcanza los 1.000 libros digitalizados.

2000: Stephen King lanza su novela *Montando la bala* en formato digital. \$2.5 y 500.000 copias en 48 horas.

2002: RandomHouse y HarperCollins comienzan a vender versiones electrónicas de sus libros.

2005: Amazon compra Mobipocket.

2006: Sony lanza su lector “Sony Reader” con tinta electrónica.

2007: Amazon lanza su lector Kindle.

2008: Adobe y Sony hacen compatibles sus tecnologías de libros electrónicos. Lector y DRM.

2009: Wolder lanza Boox, el primer lector táctil con wifi.

2010: IPAD, libros con Android, nuevos modelos de Kindle.

2011: IPAD2, nuevos modelos de Kindle y tinta electrónica a color” (Editores Madrid, 2017)

Este breve recuento del origen del libro electrónico al año 2011, demuestra cómo el avance de la tecnología ha ido desarrollando dispositivos cada vez mejor adaptados para enriquecer el proceso de lectura. Así mismo, desde el 2012 en adelante, “todos los dispositivos lectores de libros electrónicos con tinta electrónica pueden reproducir sonido, texto e imágenes; algunos cuentan con conexión inalámbrica a Internet, marcadores y pantalla táctil que permite hacer anotaciones” (Camargo Henao, 2008, pág. 83)

La transformación de la industria editorial ha sido uno de los factores más determinantes en la aparición del libro, pues ha tenido que ir al paso del rápido avance de las tecnologías. Según Camargo Henao (2008), la comprensión de las nuevas tecnologías es, además de un proceso técnico, un asunto de carácter psicológico, es decir, que la transformación del análisis de la lectura y su método receptivo inicia en el cerebro del ser humano. “La tecnología del libro está íntimamente asociada a un determinado movimiento del alma (psyché). La mente como psyché engloba al pensamiento/emoción,

la fuerza vital que se fusiona con el mecanismo. La complejidad y la multidimensionalidad de las tecnologías escriturales solo se aprecian cuando la psyché se pone en movimiento en la interfaz” (Piscitelli, 2002, pág. 117).

El lenguaje, la velocidad de publicación y acceso, el alcance, la usabilidad, el costo, los recursos en multimedia y la manipulación de los textos, entre otros factores, acerca al libro digital a un ideal para atraer a más lectores alrededor del mundo demostrando una “alfabetización de carácter tecnológico” que demuestra que son más las ventajas que las desventajas con respecto al libro en papel.

La autopublicación

La autopublicación aparece como una alternativa para la “publicación de cualquier libro o recurso multimedia por parte del autor de la obra, sin la intervención de un tercero establecido o editor. El autor es responsable del control de todo el proceso, incluyendo el diseño (cubierta/interior), formatos, precio, distribución, marketing y relaciones públicas. Los autores pueden hacerlo todo ellos mismos o subcontratar la totalidad o parte del proceso con empresas que ofrecen estos servicios —usualmente concebidos como paquetes de publicación incluyendo la edición, comercialización, y diseño— y subcontratar todo o parte del proceso a estas empresas” (Acimed, 2017).

La revitalización de la autopublicación se produce a partir de 2006, con el resurgir de los dispositivos de lectura y ha producido un fenómeno de reconstrucción de la cadena de valor tradicional en la edición, que a su vez está provocando diversos fenómenos disruptivos. De manera que el modelo digital produce un efecto de desintermediación en

el cual solo los dos elementos extremos de la cadena de valor del libro son imprescindibles: el autor y el lector.

La revista *Forbes* de México, menciona que la acción de autopublicar requiere de “montones de tareas adicionales de edición, corrección, diseño y promoción que el autor debe realizar, y no todos los autores tienen la capacidad o el tiempo para ejecutarlas de manera cabal. Además de crear el libro, la promoción también tiene costos asociados que el autor debe absorber. Una vez en la tienda en Internet, un libro autopublicado debe competir con miles de ebooks por la atención de los compradores y las tiendas rara vez ayudan” (Forbes, 2017).

En este caso, en mi papel como editora de la publicación, me encargué del proceso completo: contenido, diseño, revisión de estilo, tiempo de edición, distribución, divulgación y la flexibilidad para estar en contacto único con la autora.

La reedición

La nueva edición de los textos publicados en formato columna en el diario *El Espectador*, tuvo modificaciones durante el proceso de corrección de estilo, el cual realicé teniendo en cuenta la normativa gramatical de la RAE y el estilo del nuevo formato en el que se publicará, en este caso, libro digital.

La reedición tuvo un trabajo de reevaluación del contenido: modificación sustancial, como ampliaciones, revisiones, correcciones, supresiones, añadidos u otra modificación necesaria.

Destinatarios

La diversidad de preferencias y necesidades de los consumidores determina en la mayoría de los casos el *target* o mercado objetivo de un producto, en este caso del libro producto de la recopilación de columnas publicadas en el diario *El Espectador* y escritas por la periodista colombiana Ángela Martín.

Con el fin de ubicar el público objetivo, en conjunto con la autora, establecí unas características para agrupar o descartar la aceptación del producto editorial en el mercado. Por ello, fue necesario la creación de una tabla en la que se marcaran los criterios y se definiera a quién se iba a dirigir la publicación para maximizar y optimizar los recursos invertidos. En esta se pusieron en consideración aspectos como el nivel socioeconómico, el sexo, la edad, la ocupación los hábitos de consumo, el nivel cultural y la religión para así determinar la influencia de cada uno de estos a la hora del consumo, comprensión y receptividad del contenido de cada texto.

Característica	¿Influye?	Descripción	Conclusión
Nivel socioeconómico	Sí	Desde la clase: baja-media, hasta la alta-muy alta	
Sexo	No		Género indistinto, a pesar de que la publicación es sobre temas de género, va

			dirigida a todo el público interesado en esta temática.
Edad	Sí	18 en adelante	
Ocupación	Sí	Personas dedicadas al hogar, estudiantes universitarios, profesionales por cuenta ajena, profesionales por cuenta propia.	
Hábitos	Sí	De exposición a medios de comunicación y publicidad.	
Nivel cultural	Sí	Personas con un nivel de lectura y cultura general medio-alto	
Religión	No		Libertad de culto

Fuente: elaboración propia

Desarrollo del proceso de producción

Elección de la temática para el libro

En la elección de las temáticas para el desarrollo del producto final tuve en cuenta ciertos aspectos que sirvieran para revelar las tendencias del mercado editorial y, que una vez identificadas, sirvieran para dar ideas y conceptos nuevos que le dieran un tinte creativo al producto.

1. Limitarlos tipos de texto para que solo tuvieran cabida los que pertenecían al ámbito cultural: feminismo, literatura y biografías.
2. Tener en cuenta el perfil del editor (el propio) para contar con conocimientos previos que permitieran abordar los temas planteados en el libro con rigor académico e investigativo.
3. Elegir un tema de interés particular para demostrar un manejo entusiasta durante el desarrollo del proceso editorial.
4. Tener en cuenta que la idea sea original o que si tiene antecedentes haya una parte innovadora dentro del proyecto, en este caso, el paso de papel a digital.
5. Valorar factores como la disponibilidad del autor para que, si es necesario, intervenga en los diferentes procesos de la edición.

De esta manera se determinó la temática de la publicación. Por lo anterior, el proceso de edición de *Antología de la memoria*, título que se le dio a la publicación, requirió la definición de una estructura sólida y adecuada para facilitar la interacción con el lector.

Elección del tipo de formato

La elección del formato digital para *Antología de la memoria* se dio a partir del resultado del análisis que realicé para elegir la temática del libro, en la cual se planteó una innovación en el producto, teniendo en cuenta que este tipo de formato (recopilación de columnas de opinión) ya tiene antecedentes, y la idea es presentar una propuesta original que pase de lo impreso a lo digital, para que la población que gusta de lo digital tenga acceso al material.

Con el fin de determinar el tipo de formato en el que se presentarían los textos, fue necesario definir algunos términos:

Canal: "los medios o canales, de comunicación son el método de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos. Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores, no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo. Los canales directos dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara. Por ejemplo, hablar, escuchar, indicios no verbales, etc."(Muriel & Rota, 1980, pág. 31).

Medios: son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales (Banrepcultural, 2017).

Plataforma: es un entorno informático determinado, que utiliza sistemas compatibles entre sí (DLE, 2017).

Teniendo en cuenta que se trató de una reedición (pasar de un formato impreso a un formato digital y por tanto se llevó a cabo la reevaluación del contenido: modificación sustancial, como ampliaciones, revisiones, correcciones, supresiones, añadidos u otra reforma necesaria (como se mencionó anteriormente), la intención era innovar en el formato de lectura de los textos de la periodista Ángela Martín. Y como ya se explicó, el formato que se eligió fue el libro digital.

Selección del material

La selección del material se realizó en compañía de la autora. Basadas en la temática cultural de la publicación, iniciamos una búsqueda por las columnas de la periodista publicadas en el diario *El Espectador*, que a su juicio y al mío propio resultarían aptas para esta reedición.

Categorías como “la más leída”, “la más comentada” sirvieron de base realizar una selección de su mejor material. De esta manera, elaboramos una lista con el título de la columna, la fecha de publicación en el medio original, el tema y el orden de aparición que tendría en el libro digital:

Clasificación del material

Orden de aparición	Nombre de la columna	Fecha de publicación	Clasificación
1	América tiene nombre de mujer	14/08/2016	Feminismo
2	La mujer que te habitó	11/10/2015	Feminismo
3	Una mujer, muchas mujeres	26/12/2014	Feminismo
4	La teta en disputa	03/02/2017	Feminismo
5	La mujer que construyó un imperio	25/06/2017	Feminismo
6	Leia Organa, la fuerza de la mujer en Star Wars	27/12/2016	Feminismo
7	Otra mentira patriarcal	09/03/2015	Cultural
8	Mamapacha que todo lo das	16/08/2015	Cultural
9	De la cinefila y otras pasiones	No registra	Cultural
10	Jorge Velosa y el arte de ser campesino	11/01/2017	Cultural
11	La revolución cósmica del horror	08/11/2014	Literatura
12	Chimamanda Ngozi Adichie, la feminista transgresora	16/01/2017	Literatura

Fuente: elaboración propia.

Edición técnica: microedición y macroedición

En la etapa de microedición realicé un análisis y valoración de la estructura interna del catálogo y de los contenidos en todos sus aspectos. Se estableció entonces un documento con las directrices de macroedición y una hoja de estilo.

Entre las directrices de macro se especificaron los lineamientos para los títulos, el orden del índice, la extensión de cada columna, la extensión de la bajada, los acompañamientos gráficos de cada columna, entre otras.

Directrices de macroedición:

- Será un libro digital, maquetado para PDF y con visualización en <https://issuu.com/>
- El índice será ordenado por secciones: feminismo, cultura, literatura y tendrá paginación.

- El título del libro irá en el encabezado página impar
- Las columnas deberán llevar un máximo de 4 páginas.
 - Todas las columnas irán acompañadas de imágenes
- El texto interno manejará numeración de las páginas.
- Habrá un anexo que incluye:
 - Anexo I: corrección de estilo de las columnas

Para la hoja de estilo se determinaron varias pautas para lograr la unificación de los textos. Entre estos están: la configuración de las páginas, el cuerpo del texto, los títulos, uso de abreviaturas y algunas de las modificaciones incorporadas por la *Ortografía 2010*.

Hojade estilo:

Generales:

- Configuración de páginas
 - Formato A4.
 - Márgenes superiores: 4 cm.
 - Márgenes inferiores: 6 cm.
 - Márgenes derecho e izquierdo: 4 cm.
- Cuerpo del texto. Century 12, espaciado 1.15, justificado, sin sangrías, ni corte de palabras.
- Título de capítulo: Lucida Sans 28-30.
- Destacados: Century 12, negrita.
- Los títulos y subtítulos no llevan punto final.

- Evitar las abreviaturas, solo se admiten en tablas, figuras y cuadros estadísticos.
- Los nombres de los cargos, como presidente, ministro y términos similares, se escriben con minúscula inicial. Los de las instituciones que pudieran encabezar si llevan mayúscula inicial.
- Se escriben con minúscula los nombres de los días de la semana, los meses y las estaciones del año, salvo que la mayúscula sea exigida por la puntuación.
- *Cursiva* (itálica o bastardilla): para extranjerismos (no nombres propios), expresiones latinas, neologismos, jerga o argot, formas incorrectas o usos metalingüísticos (palabras que no se usan por su significado, sino en referencia directa a ellas como elementos de la lengua).
- *Negrita* se reservará su uso para títulos y destacados.

Títulos de publicaciones:

- Periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas se escriben en cursiva y con mayúscula inicial todos los sustantivos y adjetivos que forman el título: *El Espectador, Revista El Malpensante*.
- Libros: cursiva, con mayúscula solo en la primera palabra (salvo nombres propios).
- Capítulos de libros o artículos dentro de una publicación mayor: entre comillas y en redonda; con mayúscula solo en la primera palabra (salvo nombres propios).

Modificaciones incorporadas por la Ortografía 2010:

- No deben tener tilde: solo, este, esta, estos, estas, ese, esa, esos, esas, aquel, aquella, aquellos, aquellas, monosílabos (salvo en los casos de tilde diacrítica), “o” entre cifras.
- Como norma general, el prefijo se escribe unido a la base, si es una palabra, o separado con espacio, si es pluriverbal. Si la palabra es una sigla, un número o un nombre propio, se intercala un guion: vicedecano, contrarreloj, minientrevista, macroedición, exmarido, pero: ex teniente coronel, anti-OTAN, sub-16, pro Barack Obama, pro-Obama, ex teniente coronel, super de moda.
- Décadas. Se admite la expresión en cifras: los 50, los años 50, los cincuenta, los años cincuenta.
- Latinismos y extranjerismos.
- Locuciones latinas. Se escriben sin tilde y en cursiva las locuciones latinas: *habeas corpus, delirium tremens, curriculum vitae, ad libitum, ad nauseam, alter ego, vox populi, sui generis.*

En la etapa de microedición se enlistaron las columnas publicadas previamente en el diario *El Espectador*. Posteriormente inicié la corrección de estilo según los lineamientos establecidos en la hoja de estilo. Una vez unificado el criterio editorial de todas las reseñas, lo envié a Diseño, para que, siguiendo las especificaciones del documento de macroedición, se iniciara una propuesta de maquetación para el libro digital.

En este sentido, el proceso de edición técnica reúne una serie de características generales destinadas a ser aplicadas a la reedición del libro en formato digital *Antología de la memoria*.

Así, el uso de la hoja de estilo permitió establecer la unidad para la publicación. Por lo anterior, el proceso de producción (micro y macro edición) reunió una valoración de los criterios específicos para su aplicación en el libro (ver apéndice).

Redacción del prólogo

Decidir quién escribiría el prólogo fue una tarea sencilla: una persona con capacidad de síntesis, que concibiera la palabra como un medio para descubrir mundos, para devolverle vida y valor a lo obsoleto, y que tuviera la aptitud para describir con detalles el contenido y la sensación después de leer *Antología de la memoria*. Para esta tarea, la persona designada por la autora para escribir el prólogo fue Fernanda Pinilla León, profesional en Lenguas Modernas de la Universidad EAN de Bogotá, Colombia. Cuenta con experiencia profesional en traducción, corrección de estilo y diseño instruccional, campos en los que ha aplicado el conocimiento avanzado de su lengua materna, el español, y de idiomas extranjeros como el inglés, el portugués y el francés. Pinilla ha seguido de cerca el trabajo de la autora (Ángela Martín) y ha manifestado un gran interés en la propuesta.

Así, concuerdo con la definición de prólogo que se hace en el portal web escritores.org, el cual señala que “los prólogos (...) tienen la misión de anteceder a las obras literarias, científicas o técnicas, cuando aquellas están contenidas en un libro. Cuando el prólogo lo escribe el autor, es para referirse a lo que él ha engendrado y para explicar distintos aspectos de la obra, (...) En ciertas ocasiones, son escritos por personas ajenas a la obra, tal como una personalidad del mundo literario que avala al escritor; en

otras, por la editorial para dar noticias y explicaciones sobre el autor y la obra, y en ciertas ocasiones por personas de una época posterior a la del autor” (escritores.org, 2018).

Criterios de diseño, selección del ilustrador y portada

El diseño editorial es una herramienta para lograr publicaciones en las que se encuentre la armonía entre texto, imagen, diseño y diagramación. En el momento en que se logre la unificación de los criterios, el mensaje logra llevarse de manera contundente y armónica.

De esta manera, como común denominador para *Antología de la memoria*, establecí que hubiera espacios en blanco que contribuyeran al balance de los diferentes elementos de cada página y evitar recargar la composición por exceso de información. Así, se destacaría la fuente del título de cada columna y las ilustraciones que, aunque pequeñas, tendrían gran significado.

En cuanto a las imágenes, tuve en cuenta tres puntos que ayudarían a determinar la pertinencia con el tipo de contenido:

1. Público objetivo del libro
2. Temas desarrollados en el libro
3. Intención de las ilustraciones

La mayoría de las imágenes usadas tienen establecidas este tamaño promedio entre 5.57 cm de alto y 5.23 cm de ancho, aunque hay algunas que acompañan los textos al final de la página, con medidas promedio de 4.64 cm de alto y 9.29 cm de ancho.

La intención de las imágenes se basa en el principio de que visualmente se hicieran más comprensibles ciertos mensajes o características del libro. El libro contiene página hasta de una y dos tintas (monotono, duotono). La asignación de los colores se realizó de manera aleatoria para exponer un contraste entre cada columna.

En cuanto a la tipografía, predominó la separación entre letras para una fácil lectura.

Para los títulos se asignó doble tipografía para obtener un contraste entre el título: Gill Sans MT tamaño 27 y Lucida Sans tamaño 28, de esta manera se llama la atención del lector. En el cuerpo del texto se optó por Century tamaño 12, interlineado 1.5 que se caracteriza por presentar una muy buena legibilidad.

Selección del ilustrador

Inicialmente se planteó la idea de hacer una convocatoria por medio de las redes sociales para que estudiantes de Diseño Gráfico y afines realizaran algunas de las ilustraciones como una práctica social (sin ánimo de lucro). Sin embargo, no fue posible captar a ningún estudiante por este medio que se comprometiera con la publicación sin devengar dinero.

Por lo tanto, realicé algunos carteles con la misma convocatoria y los instalé en algunas facultades de Diseño, entre estas la Universidad Jorge Tadeo Lozano,

Corporación Universitaria Taller Cinco y Corporación Escuela de Artes y Letras, todas con sede en Bogotá, Colombia. De esta convocatoria resultó elegida la estudiante de la Tecnología en Diseño Gráfico, Viviana Ramírez. Su aporte fue un montaje para la portada que resultó de una lectura y comprensión de los textos y las ilustraciones internas (tomadas del portal Pixabay). La ilustración le da un peso significativo al libro, ya que la imagen es sugestiva y causa interés en la primera impresión.

Características técnicas

El libro está dividido por secciones según el tema de las columnas: género, cultura, historias de vida, Latinoamérica, literatura y será presentado en formato PDF (*Portable Document Format*), que es el más usado en la actualidad, ya que permite contener cualquier tipo de formato adicional referente a imágenes, vectores y textos. Además, se entregará el enlace a issuu (https://issuu.com/tatianabuitrago13/docs/antolog__a_de_la_memoria_issuu), plataforma que permite visualizar el libro página por página.

Maquetación:

La conversión en el editor web lulu.com estuvo a cargo del diseñador gráfico web Carlos Velásquez, quien cuenta con experiencia en la implementación de herramientas especializadas de diseño web y uso de plataformas tipo *Content Management System* (*WordPress, Joomla, Drupal*), manejo de *Html5, CSS3* y *JavaScript* para entornos web y conversión a publicaciones enriquecidas. Velásquez es un conocido diseñador en el rubro

editorial de Bogotá, con quien coincidí en un seminario en la Feria Internacional del Libro de Bogotá en el año 2013, por lo que contactarlo y llegar a un acuerdo fue sencillo.

Una vez acordada la cita para iniciar con la maquetación del libro, empezamos a trabajar con el editor online lulu.com, que, en general, es una herramienta sencilla. Luego de tener las columnas corregidas y aprobadas por la autora y de la selección de las imágenes, se creó un archivo de Word con los contenidos para luego convertirlo a formato PDF, que se creó utilizando las especificaciones de la Opción de trabajo de Lulu, la cual incrusta las fuentes y aplica los ajustes básicos para preparar el archivo. Posteriormente, crea la portada con ayuda de este editor web, donde se adjunta la ilustración creada por el diseñador seleccionado (Viviana Ramírez). De esta manera se obtuvo el producto final en el portal.

Sin embargo, para tener una visualización tipo libro, decidí subir el PDF creado en <https://lulu.com> a la plataforma online <https://issuu.com>, que básicamente presta “un servicio en línea que permite la visualización de material digitalizado electrónicamente, como libros, portafolios, números de revistas, periódicos, y otros medios impresos de forma realística y personalizable (...) El material subido al sitio es visto a través de un navegador web y está hecho para parecerse lo más posible a una publicación impresa, con un formato que permite la visualización de dos páginas a la vez (como un libro o una revista abiertos) y una vuelta a la página animada. Aunque los documentos en Issuu están diseñados para verse en línea, es posible guardar una copia de ellos” (Eduarea’s blog, 2017). Así, tendría dos opciones de visualización que darían un valor agregado al producto.

Revisión sobre pruebas

Se realizó una revisión sobre el material terminado, la que incluyó:

- Corrección de estilo sobre pruebas
- Espacio de las márgenes
- Tipografía
- Orientación de las páginas
- Análisis de las imágenes
- Revisión de diseño y maquetación
- Previsualización en el portal <https://issuu.com/> (prueba en pantalla)

La revisión arrojó erratas como:

La paginación no coincidía con el índice, error en la disposición de párrafos, los destacados señalados en las preliminares no estaban subrayados con negrita, los espacios antes y después del título no estaban unificados, había palabras repetidas al final de las líneas. Luego de corregir estos errores, se procedió a enviar un correo con el nuevo PDF a la autora para la última revisión, quien aprobó el documento.

Se realizó una última revisión ortotipográfica para descartar errores en la ida y llegada del material y se procedió a la aprobación final del PDF.

Posproducción: difusión, promoción

La tarea de posproducción se realizará inmediatamente después de aprobado el TIF. A continuación, se presenta el plan de difusión:

Plan	Medio	Estrategia	Tiempo de ejecución
<p>Promoción por medio de las redes sociales de la autora</p>	<p>Twitter: @MartinaLaiton n.º de seguidores: 683</p> <p>Facebook:Ángela Martín Laiton</p> <p>Linked in: https://www.linkedin.com/in/angelamartinlaiton/ n.º de contactos: 239</p>	<p>Por medio de las redes sociales mencionadas se hará una campaña de expectativa que invite al lector a interesarse por el libro. Entre otras acciones, la estrategia estará conformada por:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integración de la descarga del libro en nuestro blog y redes sociales. • Creación de piezas gráficas que conste de imágenes y textos llamativos para invitar a leer el libro. • Difusión repetitiva de tuits para no dejar que se pase el tema. • Contactar “<i>influencers</i>” literarios para que ayuden con la promoción. <p>Los formatos en los que se lanzará la estrategia en los diferentes canales de la autora serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Post</i> • Infografía • Imagen • Anuncio • Tuits con etiquetas 	<p>A la siguiente semana después de la aprobación del TIF.</p> <p>El tiempo activo de promoción será durante 3 meses.</p>

Creación de blog	<p>Blogger</p> <p><i>Sitio</i> <i>web:</i> https://www.blogger.com</p>	<p>Se creará un blog exclusivo acerca de la autora con textos escritos por ella para acercar al lector y con apartados estratégicos del libro <i>Antología de la memoria</i> que despierten el interés del lector.</p>	
Petición de reseñas	<p>Reseña</p>	<p>Formalizar una petición de reseñas a blogueros e internautas especializados en literatura o periodismo cultural para difundir el producto.</p>	
Petición de entrevista	<p>Entrevista</p>	<p>Se hará una petición de entrevista a algunos medios online para compartir detalles del libro.</p>	

Fuente: elaboración propia

Presupuesto

Proceso	Descripción	Profesional a cargo	Valor pagado
Edición	El proceso editorial (reedición) que se llevó a cabo desde la selección de las columnas que ya fueron publicadas por el diario <i>El Espectador</i> , la corrección de estilo con los nuevos parámetros, coordinación de la diagramación del libro, coordinación de la conversión del producto a formato de lectura digital, divulgación de la convocatoria a través de medios sociales para las ilustraciones de portada y textos internos, hasta la publicación y divulgación del producto.	Tatiana Buitrago, comunicadora social y periodista	2'700.000 (cop)
Corrección de estilo	Corrección de estilo por cuartilla con las siguientes características: Times New Roman, 12 puntos, 1.5 de interlineado, márgenes de 2.0 por cada lado. Total cuartillas: 21	Tatiana Buitrago	\$147.000 (cop)
Diagramación y diseño	Diagramación en plataforma lulu.com y paso de PDF a plataforma issuu.	Carlos Velásquez, diseñador web	\$760.000 (cop)
Estrategia de difusión	Creación de piezas para web: infografía, imagen, anuncio.	Carlos Velásquez	\$110.000 (cop) por pieza <i>(Pendiente por pagar)</i>
	Redacción de textos para blog	Tatiana Buitrago	\$100.000 (cop) por cada 350 palabras

			<i>(Pendiente por pagar)</i>
	Manejo de redes sociales.	Tatiana Buitrago	\$1.500.000 (cop) por mes <i>(Pendiente por pagar)</i>

Fuente: elaboración propia

Cronograma

Etapas del proceso				
	Tiempo de ejecución		Actividad	
Preedición	30 días		<ul style="list-style-type: none"> Revisión del material de la autora. Selección de las columnas más destacadas para ser publicadas en el libro.	
	Tiempo de ejecución	Macro y micro edición	Corrección de estilo	Diseño y conversión a e Pub
Edición	60 días	Micro y macro edición de los textos.	Corrección de las columnas que serán parte del libro y/o sugerencias de	<ul style="list-style-type: none"> Apertura de la convocatoria a través de medios sociales para diseñadores de

			la RAE.	portada. <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y conversión del material ya finalizado.
	Tiempo		Actividad	
Posedición	3 meses		<ul style="list-style-type: none"> • Revisión del libro: corrección ortotipográfica sobre el material diseñado. • Subida del libro a Amazon. • Divulgación del producto (se explica en las páginas anteriores). 	

Fuente: elaboración propia

Reflexiones finales

La producción de cualquier producto editorial supone varias etapas pensadas desde distintas perspectivas y requiere de un trabajo en conjunto con varios profesionales que aportan, desde su materia, sus conocimientos para hacer realidad un libro. *Antología de la memoria* fue exclusivamente un ejercicio académico con el propósito de evidenciar los conocimientos adquiridos durante toda la cursada de la Especialización en Edición.

Todos los aspectos que hicieron parte del conjunto de esta publicación tuvieron pautas de edición definidas, lo que hizo más sencillo todo el proceso. No obstante, en el camino se encontraron dificultades, como hallar al diseñador gráfico por medio de la convocatoria pública, a la que los estudiantes de Diseño de diferentes facultades no acudieron con mucho interés, ya que no había un acuerdo monetario de por medio. Es aquí donde la resolución de problemas se vuelve una necesidad inmediata, pues es preciso aportar seguridad a los miembros del equipo y resolver con eficacia cualquier impasse que se pueda presentar.

En general, *Antología de la memoria* fue una experiencia enriquecedora en la que pude poner a prueba lo aprendido en las clases y aplicar mi experticia laboral en el campo editorial. Los aprendizajes en aspectos como la corrección de los textos, la maquetación en los editores web, cada decisión en los temas de diseño y la preparación del cronograma de divulgación, entre otros, fueron innumerables y servirán para futuros proyectos editoriales en los que participe.

La satisfacción de editar está en que el contenido pueda llegar a cada lector con el mínimo de errores para que el disfrute sea pleno. La tarea del editor está en prepararse

constantemente para producir textos que tengan gran alcance y que dejen una huella en cada persona que los lea. Es toda mi intención.

Bibliografía

- Acimed*. (15 de 08 de 2017). Obtenido de <http://www.acimed.sld.cu/index.php/acimed/article/view/494/368>
- Banrepcultural*. (22 de 11 de 2017). Obtenido de http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Los_medios_de_comunicaci%C3%B3n
- Bolter, J. D. (1997). *La comunicación en la historia: tecnología, cultura, sociedad*. Barcelona: Bosch Casa Editorial S.A.
- Bustamante, E., Albornoz, L. A., Álvarez, J. M., Buquet, G., Franquet, R., Gay, C., . . . Zallo, R. (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*. Barcelona: Gedisa S. A.
- Camargo Henao, J. M. (2008). *El libro electrónico: la industria editorial en la era de la revolución digital*. Bogotá.
- Ciberhabitat*. (08 de 11 de 2017). Obtenido de <http://ciberhabitat.gob.mx/biblioteca/le>
- DLE*. (22 de 11 de 2017). Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=TM8xJHL>
- Editores Madrid*. (15 de 08 de 2017). Obtenido de <http://www.editoresmadrid.org/media/36706/seminario-1.pdf>
- Eduarea's blog*. (16 de 09 de 2017). Obtenido de <https://eduarea.wordpress.com/2013/01/08/issuu-un-servicio-en-linea-que-permite-la-visualizacion-de-material-digitalizado/>
- escritores.org*. (16 de 09 de 2017). Obtenido de <https://www.escritores.org/recursos-para-escritores/colaboraciones/6109-yo-soy-el-prologo->
- escritores.org*. (03 de 04 de 2018). Obtenido de <http://www.escritores.org/index.php>
- Forbes*. (15 de 10 de 2017). Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/>
- Libros y bitios*. (06 de 10 de 2017). Obtenido de <http://jamillan.com/celill.htm>
- Lulu*. (21 de 03 de 2018). Obtenido de <http://www.lovefood.kr/about/our-story.html>
- Muriel, M., & Rota, G. (1980). *Comunicación Institucional: enfoque social de relaciones humanas*. Ecuador: Editora Andina.

- Panamericana*. (17 de 08 de 2017). Obtenido de <http://www.panamericana.com.co/novela-colombiana/no-es-porque-sea-mi-hijo-y-otras-columnas-de-humor/22194/p#.V7Y1hlvhDIU>
- Panamericana*. (17 de 08 de 2017). Obtenido de <http://www.panamericana.com.co/periodismo/el-as-bajo-la-manga/35145/p#.V7Y2wVvhDIU>
- Pimentel Siles, M. (2007). *Cómo funciona la moderna industria editorial*. Córdoba: Berenice.
- Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós.
- Rogovsky, C. (2015). *¿Nuevos editores? El libro digital y nuevas prácticas de lectura y escritura*. Buenos Aires, Argentina.
- Semana*. (17 de 08 de 2017). Obtenido de <http://www.semana.com/cultura/articulo/daniel-coronell-lanza-su-libro-recordar-es-morir/481020>
- Universia*. (17 de 08 de 2017). Obtenido de <http://libreria.universia.net.co/>