

**Trabajo Integrador Final, Antología de la memoria
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

Tabla de contenidos

| | |
|--|----|
| Presentación | 1 |
| Descripción | 1 |
| Justificación | 2 |
| Objetivo..... | 4 |
| General..... | 4 |
| Específicos | 4 |
| Antecedentes | 5 |
| Una mirada al libro digital | 5 |
| Referencias de libros de esta índole en Colombia | 6 |
| Metodología | 9 |
| Etapas del trabajo de edición del original | 9 |
| Micro y macroedición | 10 |
| Diseño y conversión..... | 11 |
| Revisión del material ya finalizado..... | 11 |
| Líneas de análisis del campo de interés / marco teórico-conceptual | 12 |
| El libro digital | 12 |
| La autopublicación..... | 14 |
| La reedición | 15 |
| Destinatarios | 16 |
| Características técnicas | 17 |
| Recursos humanos y técnicos | 18 |
| Modalidad de circulación y/o distribución | 19 |
| Presupuesto | 19 |
| Cronograma..... | 20 |
| Bibliografía | 22 |
| Bibliografía web..... | 22 |

Presentación

Trabajo Integrador Final (TIF)

Antología de la memoria

Datos del alumno

Nombres y apellidos: Ingrit Tatiana Buitrago Tibaduiza

Correo electrónico: tatiana.buitrago0713@gmail.com

Nombre del director

Laura Gómez

Nombre del codirector

Daniela Venturuzzo

Modalidad de TIF elegido: innovación



ESPE

**ESPECIALIZACIÓN
EN EDICIÓN**

Descripción

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 realizará un recorrido para ejecutar un trabajo de edición que cumpla con los requisitos exigidos por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

El producto reunirá de 12 textos en formato columna y artículo de la periodista, reconocida por utilizar un lenguaje directo y adepto al feminismo. La edición buscará 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, transformación y de los medios para presentar 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.

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 contenidos.

En consecuencia, y como propuesta innovadora, dado que los textos fueron publicados originalmente en medio impreso, se plantea la publicación en libro digital para que la antología de textos tenga un cambio de formato, sea 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 conozca 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 E. , y otros, 2003, pág. 43)

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).

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

- 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.

Metodología

Etapas del trabajo de edición del original

El papel del editor está encaminado a liderar, programar y ejecutar un proyecto editorial que integre a los diferentes actores en el desarrollo del mismo y les asigne sus funciones para evitar trastocar alguna parte del proceso.

Como primera medida, es importante identificar el tipo de texto que se va a trabajar para escoger el tipo de preedición, edición, seguimiento editorial, impresión, publicación y posterior comercialización, que en este caso será un producto editorial en formato digital.

“La edición tiene diferentes etapas y en cada una se trabaja en lo que será la publicación, incluso en la etapa de pre-edición que es el periodo anterior al proceso de edición propiamente dicho (editing –macro y micro)”.

En una acertada lista de funciones del editor se mencionan por lo menos cinco aspectos que, según mi criterio, son los más importantes de este rol:

- Relación con autores nuevos o conocidos;
- Relación con editoriales extranjeras y agencias literarias;
- Elaborar informes sobre los libros para el área de prensa, venta y marketing;
- Calcular costos, precios de venta;
- Participar en ferias de libros. (Pedelaborde y Ghea, 2011).

“El editor realiza una actividad fundamental para que el conocimiento, o las historias, lleguen hasta el lector. Si no existieran editores tendríamos que inventarlos, la cultura

escrita no podría sobrevivir sin ellos. Pero no siempre estuvo bien vista la imagen del editor. De hecho, durante todo el siglo XIX y primera mitad del XX, su imaginario era el de un vampiro que chupaba la sangre de los pobres autores. No cabe duda de que se produjeron excesos, pero, desde luego, la profesión de editor fue desde siempre igual de sufrida” (Pimentel Siles, 2007).

La actividad del editor, según Calleja (citado en Martínez, 2001) tiene cuatro dimensiones. La del gusto por el libro, la dimensión económica, la artística y, por último, la dimensión social, como impulsor de la cultura, el pensamiento y las artes. Esa definición sigue de plena vigencia.

“La dimensión cultural es la más importante pues impulsa a seleccionar autores y libros para editar; la artística, como productor del libro; la económica, como responsable de una cuenta de resultados, y, por último, la de agitador social y cultural” (Pimentel Siles, 2007).

Por lo anterior, el proceso de edición requerirá la definición de una estructura sólida y adecuada para facilitar la interacción con el lector:

Micro y macroedición

- Recibir la totalidad de las columnas de la periodista desde el año 2015 (fecha en la que empezó a escribir para *El Espectador*) para seleccionar las más representativas con relación a la temática de género, temas culturales y literarios.

- Redactar pautas para la corrección de estilo del libro con el fin de unificar el lenguaje y obtener una obra uniforme y comprensible. Esta etapa supone una reedición de los textos ya publicados por el medio de comunicación en la que el material pasó por un proceso de edición preestablecido, con un formato y objetivo distinto al actual.
- Los parámetros de corrección se acordarán con la autora donde se hará un análisis del foco de cada columna y se resaltarán lo más importante en cada una. Así mismo se actualizará con respecto a las nuevas normas y/o sugerencias de la RAE.

Diseño y conversión

- Apertura de la convocatoria a través de medios sociales para que se postulen sin ánimo de lucro portadas e ilustraciones de estudiantes de Diseño Gráfico y afines que quieran mostrar su trabajo en un proyecto como el presente. Los trabajos recibidos serán voluntarios y sin ánimo de lucro.
- Definir, en la macroedición, los detalles que involucren la estructura del libro: portada, página legal, dedicatoria, índice, presentación, prólogo o prefacio.
- Conversión del producto a e-Pub y publicación en el editor web lulu.com

Revisión del material ya finalizado

- Revisión del libro: corrección ortotipográfica sobre el material diseñado.
- Subida del libro a Amazon.
- Divulgación del libro digital a través de medios sociales.

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

Para este punto, se hará énfasis en tres líneas que se implementarán 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*.

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 de 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 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” (Asociación de Editores de 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).

La transformación de la industria editorial es uno de los factores que ha sido más determinante con la aparición del libro editorial, 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, uno 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 sólo se aprecian cuando la psyché se pone en movimiento en la interfaz” (Piscitelli, 2002).

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” (Revista Forbes, 2017).

Este recurso, en este caso, favorece la creación, producción y edición del producto editorial que planteo ya que tendré un control completo sobre el proceso: contenido y 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*, tendrá modificaciones en la corrección de estilo de los textos, 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 supone 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 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, a continuación, se establecen unas características para agrupar o descartar la aceptación del producto editorial en el mercado:

| 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

Características técnicas

Con respecto a la materialización del libro, será en formato digital. Sus cualidades tecnológicas hicieron que escogiera este formato por cuanto supone menor gasto de papel y tinta, ofrece mayor comodidad de portabilidad, tiene un valor menor a la hora de publicar y tiene muchos dispositivos electrónicos disponibles para acceder a la lectura.

El libro será reproducido en formato e-Pub, reconocido por ser apoyado por los editores estadounidenses como estándar de la industria digital. Además, ya fue incorporado por Google books y próximamente por Amazon.

Podrá ser visto en computadoras, tablets, e-Readers con tinta electrónica y smartphones.

El libro estará dividido por secciones según el tema de las columnas: género, cultura, historias de vida, Latinoamérica, literatura.

Tomando como un elemento importante la cultura de la imagen, los textos irán acompañados de las ilustraciones originales que fueron publicados en el diario *El Espectador* y algunas otras con nuevas ilustraciones creadas por nuevos diseñadores a los que se les dará la oportunidad de publicar para que su trabajo empiece a ser reconocido.

Recursos humanos y técnicos

Técnicos: para la realización y producción del libro, será necesario dos computadores: uno con Adobe CS6 y todos los programas adicionales que se requieran para el diseño y la adaptabilidad del contenido a E-pub; y el otro para corregir y editar los textos con disponibilidad del paquete Office.

Humanos

- Correctora de estilo y editora: Tatiana Buitrago Tibaduiza,¹ será la encargada de la corrección de los textos, de su edición y adaptación (cantidad de caracteres, estilo) al producto final.
- Diseñador gráfico web: Carlos Velásquez², será el encargado de diseñar el libro y de realizar la conversión digital del producto a un formato de lectura.

Modalidad de circulación y/o distribución

Los servicios de autopublicación que ofrecen diferentes portales web, en este caso, son una valiosa herramienta para difundir el producto editorial.

Por lo anterior, elegí el portal <<http://www.lulu.com>>, un sitio que ofrece la posibilidad de crear, comprar y compartir contenidos a través de la web. Desde el año 2002, lulu.com ha facultado a creadores de más de 225 países y territorios para producir cerca de dos millones de publicaciones.

Además, se utilizarán medios tradicionales como el voz a voz y las redes sociales.

Presupuesto

¹Comunicadora social con énfasis en Periodismo y correctora de estilo. Estudiante de la Especialización en Edición de la UNLP. Productora editorial con experiencia en corrección ortotipográfica y revisión de pruebas; destreza en redacción de artículos del sector educativo, energético, ambiental y académico; investigación y redacción de noticias para medios digitales e impresos.

² Profesional en Diseño Gráfico 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.

Edición: el proceso editorial (reedición) que se llevará a cabo desde la selección de las columnas que ya fueron publicadas por el diario *El Espectador*, 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, tendrá un valor de 2'700.000 (cop).

Corrección de estilo: \$7.000 (cop) la cuartilla con las siguientes características: Times New Roman, 12 puntos, 1,5 de interlineado, márgenes de 2.0 por cada lado.

Se calculan 20 páginas de texto en Word con las características anteriormente mencionadas, para un total de \$140.000 (cop).

Diagramación y conversión a e Pub: \$760.000 (cop).

El producto editorial saldría alrededor de \$ 3'600.000 (cop).

Nota: la comercialización no supone ningún gasto ya que el editor (herramienta) es web y gratuita.

Cronograma

| Etapas del proceso | | |
|--------------------|---------------------|---|
| | Tiempo de ejecución | Actividad |
| Preedición | 15 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. • Investigación de cómo publicar el texto en Amazon. |

| | | | | |
|--------------------|----------------------------|--------------------------------------|---|---|
| | | | | |
| Edición | Tiempo de ejecución | Macro y micro edición | Corrección de estilo | Diseño y conversión a e Pub |
| | 1 mes | Micro y macro edición de los textos. | Corrección de las columnas que serán parte del libro. y/o sugerencias de la RAE. | <ul style="list-style-type: none"> • Apertura de la convocatoria a través de medios sociales para diseñadores de portada. • Diseño y conversión del material ya finalizado. |
| Pos edición | Tiempo | | Actividad | |
| | 20 días | | <ul style="list-style-type: none"> • Revisión del libro: corrección ortotipográfica sobre el material diseñado. • Subida del libro a Amazon. • Divulgación en redes sociales de la autora. | |

Bibliografía

Pimentel Siles, M. (2007). *Manual del editor. Cómo funciona la moderna industria editorial*. Córdoba, Argentina: Berenice.

Camargo Henao, J. M. (2008). *El libro electrónico: la industria editorial en la era de la revolución digital*. Bogotá.

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.

Rogovsky, C. (2015). *¿Nuevos editores? El libro digital y nuevas prácticas de lectura y escritura.*, (págs. 8-12). La Plata, Buenos Aires.

Pedelaborde y Ghea (2011) *La importancia de la preedición. Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP)*, La Plata.

Bibliografía web

Acimed. (08 de 04 de 2017). Obtenido de <http://www.acimed.sld.cu/index.php/acimed/article/view/494/368>

Asociación de Editores de Madrid. (08 de 04 de 2017). Obtenido de <http://www.editoresmadrid.org/>

Nacional, L. (08 de 04 de 2017). Obtenido de <https://www.librerianacional.com/pagina=producto&libro=279676&autor=39556&editorial=119>

Panamericana. (08 de 04 de 2017). Obtenido de <http://www.panamericana.com.co/novela-colombiana/no-es-porque-sea-mi-hijo-y-otras-columnas-de-humor/22194/p#.WOl-DtI19dg>

Panamericana. (08 de 04 de 2017). Obtenido de

http://www.panamericana.com.co/periodismo/el-as-bajo-la-manga/35145/p#.WOI_S9LhBdg

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>

Revista Forbes. (08 de 04 de 2017). Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/pros-y-contras-de-la-autopublicacion/#gs.VfknhwI>

Semana. (17 de 08 de 2017). Obtenido de

<http://www.semana.com/cultura/articulo/daniel-coronell-lanza-su-libro-recordar-es-morir/481020>

Semana.com. (08 de 04 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/>