



Universidad Autónoma del Estado de Morelos
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades

**Realidad Aumentada como potencializador
de nuevos productos editoriales**

Tesis
para obtener el grado de
Maestra en Producción Editorial

Presenta
Lic. Carla Melisa Pasos Vázquez

Directora de tesis
Dra. Irene Fenoglio Limón

Cuernavaca Morelos, 19 de octubre 2019

La Maestría en Producción Editorial (MPE) está acreditada en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt).

Agradezco a Conacyt como patrocinador del proyecto realizado durante el programa de estudio de la maestría durante el periodo 2014-2016.

*A mi familia
A Marco
A los EDU's*

Quiero agradecer a todos los que contribuyeron con este proyecto.

A la autora del libro, Lilyán de la Vega, que con el corazón abierto y confianza absoluta me permitió trabajar en él.

A quienes con sus comentarios y sugerencias enriquecieron esta tesis: Mis profesores Zazilha Lotz, Roberto González, Héctor Ponce y en especial mi directora de tesis, Irene Fenoglio.

A quienes gracias a su talento me ayudaron a concretar este proyecto: Marco Mancilla, por las ilustraciones; Víctor Franco, por programar la Realidad Aumentada; Carlos Bautista, por los modelos 3D; Claudia Llaca, por la redacción y Samuel Arroyo por la corrección de estilo.

Agradezco también a Conacyt por el apoyo brindado.

Contenido

Proyecto editorial	7
Título del producto editorial.....	7
Introducción	7
Justificación	9
Objetivo General.....	10
Perfil del lector o usuario	10
Descripción del producto editorial.....	11
Qué es la Realidad Aumentada	12
Cómo funciona la Realidad Aumentada	13
Cuál es la diferencia de la RA con el código QR	14
Análisis del producto en relación con el mercado	14
Tabla comparativa	19
Cómo se diferencia este producto de otros similares	19
Antecedentes.....	19
Contenido y estructura	20
Contenido multimedia	21
Diseño editorial.....	31
Características generales.....	31
Soporte	31
Tamaño.....	31
Encuadernación.....	32
Papel.....	33
Portada y contraportada	33
Selección de caja tipográfica y retícula	35
Folio y cornisas	38
Selección tipográfica.....	39
Propuestas de familias tipográficas	40
Selección tipográfica final.....	41
Interlineado.....	43
Títulos y capitulares	45
Elementos decorativos	46
Viñeta decorativa	46

Ilustraciones.....	47
Diseño Multimedia.....	49
Realidad Aumentada.....	49
Modelado 3d.....	52
Animación y video	52
Música.....	53
Cronograma	54
Pasos a seguir en la elaboración del proyecto:.....	54
Diagrama de flujo	56
Costos	56
Costos fijos	57
Costos variables.....	58
Distribución	60
Mercadotecnia.....	61
Estrategia Analógica	61
Estrategia digital	62
Propiedad intelectual	63
Contrato de cesión de derechos de las ilustraciones.....	66
Manual de estilo editorial.....	69
Presentación de originales.....	69
Criterios editoriales	70
Obras citadas.....	75

Proyecto editorial

Realidad Aumentada como potencializador de nuevos productos editoriales.

Título del producto editorial

Lecciones para volar para una bruja moderna de Lilyán de la Vega.

Introducción

Como sabemos, gracias a la revolución digital se abrió un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana. La aparición y difusión de las computadoras, los dispositivos móviles y el internet, han propiciado un cambio radical en la manera de hacer y recibir información en el mundo. Estos nuevos sistemas poseen características importantes que permiten un nuevo modo de comunicar, obligando a los medios tradicionales a colocarse en una nueva fase de transición. Y el libro, como ya se ha comprobado, no es la excepción.

El libro, como medio tradicional de comunicación comenzó a sufrir cambios drásticos a finales del siglo xx como respuesta a la revolución digital. Es así como aparece el libro electrónico, una versión digital del libro tradicional (también conocido como *eBook*), que permite al lector acercarse a la lectura de modo similar al libro impreso. Sin embargo, contrario al mercado norteamericano y europeo, donde el libro atraviesa por un profundo cambio de modelo de lectura, en México los temas de discusión tienen que ver con el fomento a la lectura. Más que el cambio de soporte (del libro de papel al *eBook*,) lo que se discute en el país es cuánto y cómo leemos. (Aguilar)

Si bien el libro digital ofrece cada vez más ventajas como la de almacenar miles de títulos en un solo dispositivo o precios más económicos en comparación con su versión impresa, no se ha llegado a desarrollar del todo su potencial como soporte de lectura.

Según la firma de investigación de mercados, Millward Brown, en el *Segundo estudio de usos y hábitos de dispositivos móviles en nuestro país*. Hoy en día más de 41 millones de usuarios de telefonía móvil en México cuentan con un teléfono inteligente, de las cuales cuatro de cada 100 personas ya cuentan con una tablet. Sin embargo el 70% de las actividades que se realizan con estos dispositivos es tomar fotografías, (47%) escuchar música y (43%) jugar, pero no para leer (6-33).

Nuevos formatos exigen nuevas formas de comunicar.



El libro impreso es un producto de un solo canal típicamente estático, es decir, utiliza un solo medio (el papel) para comunicar los contenidos. Los otros recursos de información (audio, video, animación e interactividad) no se incluyen en los productos editoriales tradicionales. El objetivo

entonces es ofrecer un modelo de comunicación editorial bidireccional, en el que el receptor pueda interactuar directamente con el emisor en el curso del proceso comunicativo. Este tipo de producto editorial puede ser posible gracias a la Realidad Aumentada (RA), que permite utilizar la imagen digital para potencializar la imagen real, brindándole atributos que en el mundo real no se encuentran. La RA es una tecnología emergente que, por medio de una computadora o un dispositivo móvil, añade información virtual a la información física existente, creando un entorno en el que los objetos virtuales (animación 3D, por ejemplo) se fusionan –a través de un monitor o pantalla de celular– con los objetos reales, ofreciendo una experiencia tal para el usuario que puede llegar a pensar que forma parte de su realidad cotidiana. (Azuma)

En pocas palabras, un libro con RA es un libro interactivo que permite vivir un mundo paralelo entre lo virtual y lo real; implanta un entorno en el que se puede ver, tocar y escuchar, sin necesidad de olvidar en dónde se está parado, logrando así una experiencia memorable que impulse el fomento a la lectura con nuevas herramientas tecnológicas fáciles de manejar y asimilar sin convertirlo en un producto efectista.

Justificación

A pesar del salto tecnológico de la plataforma impresa a la digital, no ha habido cambios significativos en la forma de comunicación, pues se ha seguido imitando las mismas características con las que cuenta el libro impreso:

- Su unidimensionalidad.
- No reproduce imágenes en movimiento.
- No reproduce sonido.

La Realidad Aumentada ofrece infinidad de nuevas posibilidades de interacción, un puente entre la plataforma analógica y la digital, dando un valor agregado a la publicación impresa, en donde, a medida que se van pasando las hojas, puedan aparecer –a manera de pop-up digital– imágenes, animaciones y sonidos. Sin embargo, si no se cuenta con el dispositivo para visualizar la RA, el libro sigue estando allí con sus ilustraciones y su texto. Es decir, la fuerza de la RA se encuentra en su capacidad de estrechar la brecha entre el mundo digital y el mundo real. La presente tesis está planteada desde la convicción de que la desaparición del libro impreso no sucederá, y que la dirección en la que se puede ir es la que integre los medios digitales, que son tan amplios que la imaginación será la que ponga los límites en su desarrollo.

Objetivo General

Enriquecer la experiencia de los lectores con nuevas formas de interacción que aumenten el interés por la lectura, que faciliten los procesos de percepción y estimulen la imaginación.

Perfil del lector o usuario

Este producto se dirige específicamente a un lector adolescente, preferentemente mujeres que leen por placer y no por obligación, y cuya edad oscila entre 11 y 17 años. La franja del lector joven o “intermedio” ha rebasado la etapa infantil (6-11 años) y todavía no se encuentra en la fase del lector adulto (18 años en adelante). Según la última Encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales, este grupo constituía el 5.8 por ciento de los lectores mexicanos. (Secretaría de Cultura, párr. 2)

Contrario a la imagen del lector visto como una persona aislada, los jóvenes lectores son mucho más sociables, descubren autores y los recomiendan, todo a través de las redes sociales. Son jóvenes que, en su mayoría, cuentan con equipos de cómputo y dispositivos móviles de última generación. En resumen, hablamos de un lector sociable al que la tecnología no le es ajena. Sin embargo, muchos siguen siendo fieles a los clásicos libros de papel y empastado, que visitan y compran en las librerías. Erin Cox publicó el reporte “Designing books for tomorrow’s readers: how Millennials consume content” (Diseñar libros para los lectores del mañana: ¿cómo consumen contenidos los *millennials*?), con datos de una encuesta realizada a 1,000 personas en Estados Unidos. De acuerdo con este reporte, 79% había leído un libro impreso en 2014, mientras que sólo el 46% leyó libros en tabletas, 37% en computadoras personales, 36% en dispositivos de lectura y 36% gastó más en libros impresos que en 2013. En cuanto a consumo, 52% adquiere sus libros en librerías, en contraste con el 40% que compra en librerías electrónicas. (3)

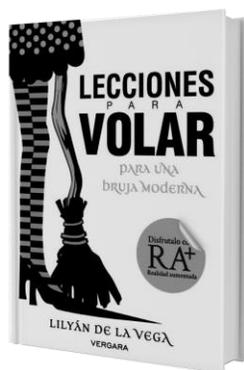
Con estos datos es prematuro sacar conclusiones, pero sí podemos deducir que los jóvenes están aprovechando lo mejor de ambos mundos y han logrado integrar la tecnología a sus vidas, al mismo tiempo que utilizan productos físicos y digitales de forma regular.

Descripción del producto editorial

La propuesta de este proyecto consiste en la reedición del libro *Lecciones para volar para una bruja moderna* de la escritora Lilyán de la Vega.

El objetivo es planificar el producto editorial desde una perspectiva transmediática, que expanda el relato sin sustituir o modificar el contenido original, ni mucho menos interrumpir el proceso de lectura, sino buscar darle otros caminos de lectura al libro.

Actualmente el libro cuenta con tres sencillas ilustraciones que apoyan el relato y algunas conversaciones simuladas de *chat*. El objetivo es concentrar y rediseñar la información impresa, apoyada con nuevas ilustraciones y activadores de Realidad Aumentada que se vayan descubriendo durante el relato.



El libro narra la historia de Sabina, una niña un poco diferente de las demás, que nunca se identificó con las princesas de los cuentos; por el contrario, al ver la película de Blanca Nieves, la risa de la bruja no la espantó, sino que la hizo recordar la gran risa de su abuela Alis, quien también vivía en el bosque y tenía una escoba como las brujas de los cuentos. Sabina se hace a la idea de que su abuela es una bruja y le pide que le enseñe a volar en su escoba. La abuela le responde que necesita primero estar preparada, empezando así las “lecciones para volar”. (De la Vega 12)

La historia rescata virtudes femeninas normalmente asociadas con el arquetipo de las brujas (independencia, poder, sabiduría y potencial para sanar y sanarse), en oposición a las

características típicas de las princesas (dependencia, vulnerabilidad y falta de iniciativa), bajo las cuales se ha criado a niñas durante años. A lo largo del relato, la protagonista aprenderá en estas lecciones cuatro importantes virtudes: alegría, ecuanimidad, amor bondadoso y compasión, a través de cuatro relatos que describen a personajes femeninos históricos o míticos: Sherezada, Búfalo Blanco, Aglaonike y Tara, respectivamente. Además, dentro del texto se describen sencillos “rituales mágicos” y “hechizos” que la protagonista debe realizar para lograr su objetivo de “volar”. Las razones por las que se decidió reeditar este libro con la Realidad Aumentada son varias:

- El libro está dirigido a un público juvenil que acepta con mayor facilidad el uso de nuevas tecnologías.
- La temática de la magia y los hechizos es, sin duda, un estupendo pretexto para incluir ilustraciones y material multimedia que pueda complementar y potencializar la historia.
- Hay relación directa con la autora, y puede ser consultada en cada uno de los procesos de la reedición, lo que facilita la intervención en la obra.
- Precisamente por la relación con la autora, el contacto con la editorial (que actualmente cuenta con los derechos del libro) es más sencillo y directo. Indispensable para plantear el acuerdo para la reimpresión del libro.

Qué es la Realidad Aumentada

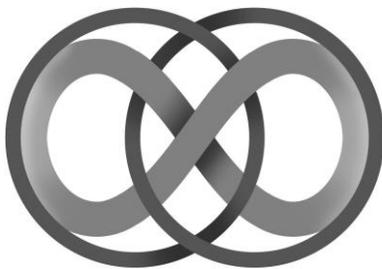
Recientemente, el término Realidad Aumentada, también conocida como RA se ha difundido entre el público, principalmente por las campañas publicitarias que han utilizado este recurso tan atractivo. Es una tecnología que complementa la percepción e interacción con el *mundo real* y permite al usuario estar en un entorno real *aumentado* con la información adicional generada por la computadora (Sáinz 42). La RA comúnmente se confunde con la tecnología

de realidad virtual, y aunque presenta algunas características comunes, como por ejemplo la inclusión de modelos gráficos en 2D y 3D en el campo de visión del usuario, la principal diferencia es que la Realidad Aumentada no reemplaza el mundo real por uno virtual, sino que mantiene el mundo real que ve el usuario, complementándolo con información virtual con la que puede interactuar.

Cómo funciona la Realidad Aumentada

La RA se basa en estos cuatro elementos:

1. **Cámara** para captar las imágenes, como la de los *smartphones*, tabletas o una webcam instalada en una computadora.
2. **Pantalla** donde proyectar la mezcla de imágenes reales y virtuales. Puede ser el mismo *smartphone*, tableta o monitor de computadora.
3. **Software** que sea capaz de interpretar la información que nos llega del mundo real, generar la información virtual y mezclarla para que se vea bien. Este proyecto se realizó en plataforma *Android*. Si el proyecto se logra comercializar se podrá migrar también para la plataforma *iOS*. El software se descargará de forma gratuita en tiendas en línea.
4. **Marcadores (o activador de RA)**, son básicamente símbolos o ilustraciones en papel,



que al estar en el campo de visión de la cámara de un dispositivo móvil junto con el software adecuado, interpretan el marcador y envían una respuesta específica (mostrar una imagen 3D, un video o activar música). Estos marcadores son predefinidos y suelen ser a una sola tinta para facilitar la lectura de la cámara.

Cuál es la diferencia de la RA con el código QR



Un código QR (abreviatura de *Quick Response*) es un código bidimensional, legible por un lector de códigos QR (aplicación o *software* que se encuentra en dispositivos móviles). El código o marcador consta de módulos negros dispuestos en un patrón cuadrado sobre un fondo blanco. La información codificada manda al usuario a una página en internet donde se puede ver texto, video, tarjetas de presentación, información GPS, e incluso la clave de una red wifi. Este código, a diferencia de la Realidad Aumentada, ofrece sólo direccionar a la información (una página web). En pocas palabras, son una evolución del código de barras que requiere de internet para poder usarse. Por otro lado, los marcadores de la RA pueden ser pictogramas o ilustraciones mucho más orgánicas y complejas, que permiten interactuar con el entorno inmediato a través de producción multimedia (animación 3D, audio y video), siendo más experiencial que informativa.

Análisis del producto en relación con el mercado

Los productos editoriales con Realidad Aumentada son relativamente nuevos. En su mayoría, los que han aprovechado este tipo de tecnología tienen aplicaciones didácticas.

Uno de los ejemplos didácticos que utiliza RA es la serie *Bicentenario* de la editorial Santillana. Es una serie de libros de las materias de Español, Naturales, Historia y Ciencias que utiliza la Realidad Aumentada como herramienta de aprendizaje.

Serie Bicentenario Platino para secundaria



Descripción de contenido

Serie *Bicentenario* 2011. Se trata de un libro digital que ofrece diversas actividades interactivas que pueden ser desarrolladas en el aula o en la casa.

Descripción técnica

A través de una cámara web o un dispositivo móvil, es posible ver gráficos en 2D y 3D que se despliegan en las páginas del libro por medio de códigos o “marcas”.

Nombre de la aplicación: LAYAR

Impreso: \$250

Género: Pedagógico

Editorial: Santillana

Lugar y fecha de publicación: México.
2012.

Público objetivo: Alumnos de secundaria de 12 a 15 años.

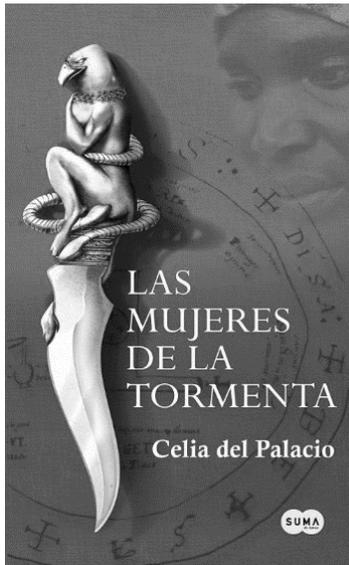
Referencias

<https://www.youtube.com/watch?v=A1FqzStpsas>

En México, esta misma editorial (Grupo Editorial Santillana) se vuelve precursora al ser la primera en Latinoamérica en lanzar libros de literatura con Realidad Aumentada. Veamos algunos ejemplos:

Las mujeres de la tormenta de Celia del Palacio

Portada



Descripción de contenido

Reconstruye la vida de seis protagonistas acusadas de hechiceras. Una narración a través de casi cinco siglos en los que se reflejan la historia y las tradiciones de México, la valentía de las mujeres y el atractivo mundo de la magia, los conjuros, el conocimiento secreto y la brujería.

Descripción técnica

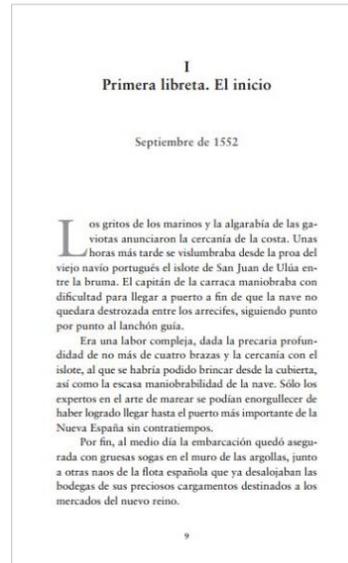
Al fotografiar la portada, el lector podrá ver el *book trailer*, y en los interiores, algunas páginas lo redirigirán a imágenes relacionadas directamente con el texto en cuestión.

Nombre de la aplicación: LAYAR

Formato

Tapa blanda
15.0 x 24.0 cm.
Papel Bond blanco
336 páginas

Interior



Género: Novela

Editorial: Santillana

Lugar y fecha de publicación:

México.

Septiembre, 2014.

Público objetivo: Mujeres jóvenes adultas, de 18 años en adelante.

Referencias:

<https://www.youtube.com/watch?v=apUrxIFLfM0>

eBook: \$109

Impreso: \$249

Jerarquía tipográfica

Título: Sabon, Bold 18 pts.

Subtítulos: Sabon, Bold pts.

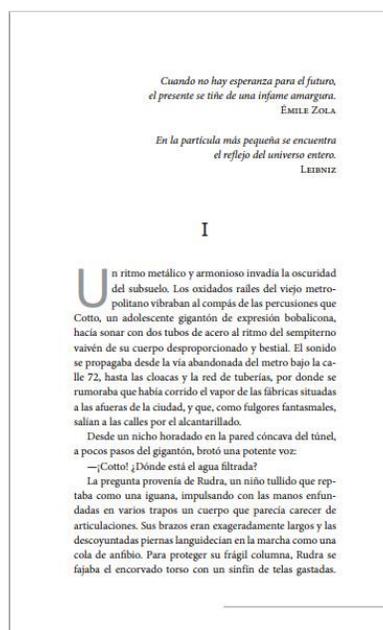
Capitulares: Sabon, Roman 63 pts.

Cuerpo de texto: Sabon 13 pts.

Portada



Interior



Descripción de contenido

Novela futurista que trata la actual problemática de una sociedad donde la polarización entre clases sociales alcanza un punto crítico y devastador.

Descripción técnica

Al fotografiar la portada, el lector podrá ver el *book trailer*, y en los interiores se ofrecen algunos recorridos virtuales de los protagonistas, en tercera dimensión.

Nombre de la aplicación: LAYAR

Formato

Tapa blanda
15.0 x 24.0 cm.
492 páginas

Género: Novela de ciencia ficción

Editorial: Santillana

Lugar y fecha de publicación:

México.

Septiembre, 2012.

Público objetivo: Jóvenes adultos, de 18 a 30 años.

Referencias:

<https://www.youtube.com/watch?v=BcIOOcRRW9k>

Impreso: \$259

Jerarquía tipográfica

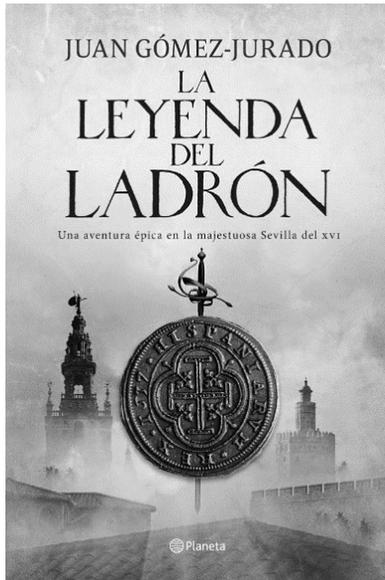
Título (Números): Verdana 19 pts.

Capitulares: Verdana 55 pts.

Cuerpo de texto: MinionPro, Regular 12 pts.

La leyenda del ladrón de Juan Gómez-Jurado

Portada



Descripción de contenido

Aventura en torno a un niño salvado misteriosamente de la muerte, que crecerá para erigirse en la última esperanza de los desfavorecidos. El destino de Sancho y el de quienes le rodean hunden sus raíces en los secretos orígenes de la literatura.

Descripción técnica

Primera novela publicada en España que usa la Realidad Aumentada como contenidos extras al finalizar varios de los capítulos de la obra.

Nombre de la aplicación: WION

Formato

Tapa dura con sobrecubierta
15.0 x 23.0 cm
664 páginas

Interior



Género: Novela histórica de aventuras.

Editorial: Planeta

Lugar y fecha de publicación:

España.
Junio, 2012.

Público objetivo: Jóvenes adultos, de 18 a 30 años.

Referencias:

<http://www.youtube.com/watch?v=oHexXnI66PE>

Impreso: \$395

Jerarquía tipográfica

Citas: WilliamShakespeareWF 35 pts.
Capitulares: WilliamShakespeareWF
Cuerpo de texto: Myriad Pro Regular 11.5 pts.

Tabla comparativa

Nombre	Editorial	No. de páginas	Formato	Impresión	Fecha y lugar de publicación	Precio
<i>Las mujeres de la tormenta de Celia del Palacio</i>	Santillana	336	Tapa blanda 15.0 x 24.0 cm	Portada 4x0 Interior 1x1	México Septiembre, 2014	\$249
<i>Los hijos del tiempo de Ana Colchero</i>	Santillana	492	Tapa blanda 15.0 x 24.0 cm	Portada 4x0 Interior 1x1	México Septiembre, 2012	\$259
<i>La leyenda del ladrón de Juan Gómez-Jurado</i>	Planeta	664	Tapa dura 15.0 x 23.0 cm	Portada 4x0 Interior 1x1	España Junio, 2012	\$395

Cómo se diferencia este producto de otros similares

El uso de Realidad Aumentada en productos editoriales en español está apenas comenzando. Tenemos muchos ejemplos de su uso en libros con fines didácticos, pero en productos de literatura es escaso. En México y América Latina se han producido únicamente dos ediciones de literatura utilizando RA, enfocados principalmente al público adulto.

La propuesta del libro *Lecciones para volar* se diferencia porque trata temáticas de espiritualidad dirigida a jóvenes de 11 a 17 años principalmente: público y nicho temático que aún no cuentan con productos editoriales con Realidad Aumentada que incluya música, video y animación 3D en un mismo producto editorial.

Antecedentes

El libro *Lecciones para volar* fue escrito en el 2012. La historia está narrada en la época actual, y está claramente dirigida a mujeres adolescentes, con inquietudes y problemáticas actuales, tales como ser independiente, la menstruación y la fraternidad entre mujeres. En la historia, la protagonista recurre a herramientas tecnológicas, como el uso de buscadores de internet, correo electrónico y Twitter, para lograr aprender las lecciones y comunicarse con el resto de los

personajes. Sin duda, éste es un recurso que utilizó la autora para que las jóvenes lectoras se identifiquen aún más con la protagonista, al ser herramientas de uso común entre ellas.

Por otro lado, a pesar de que el libro describe y utiliza herramientas y términos contemporáneos, la autora relata (a modo de apoyo para las enseñanzas) la historia de cuatro mujeres en contextos históricos y culturales diferentes, que en su momento fueron consideradas brujas. Estos cuatro contextos históricos son:

Personaje	Descripción	Contexto histórico	Cultura
Sherezada	Protagonista del libro persa <i>Las mil y una noches</i> .	Relatos transmitidos oralmente hasta que en el año 899 se recopilaron.	Persa
Búfalo Blanco	Espíritu que entregó la pipa sagrada de la paz a su pueblo.	Leyenda de los indios americanos del siglo IX.	Sioux
Aglaonike	Astrónoma griega que predecía eclipses de sol y luna.	Siglo II A.C., cuando las mujeres no eran consideradas ciudadanas y mucho menos científicas.	Griega
Tara	Deidad budista femenina, conocida por su compasión.	Cultura tibetana e hinduista del siglo VI.	Tibetana

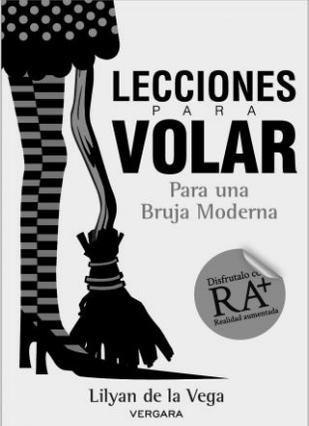
Contenido y estructura

- Hojas de cortesía o respeto
- Portadilla o falsa portada
- Portada
- Página legal
- Dedicatoria o epígrafe
- Prólogo
- Capítulo 1: Una abuela muy especial
- Capítulo 2: Sherezada
- Capítulo 3: Búfalo Blanco
- Capítulo 4: Aglaonike
- Capítulo 5: Tara
- Capítulo 6: Cuando estés preparada
- Agradecimientos

- Notas
- Bibliografía
- Colofón

Contenido multimedia

El contenido multimedia que se creó para este producto editorial contó con la aprobación directa de la autora del libro, siendo ella misma la voz para los audios de la Realidad Aumentada. El libro cuenta con nueve activadores para la Realidad Aumentada:

1. Booktrailer	
Marcador Portada	Material multimedia (video-animación 2D)
	
Guion (audio del video)	
<p>En estas <i>Lecciones para volar</i>, Sabina será guiada por una mano invisible pero amorosa y firme: la de su abuela Alis, quien con su estruendosa risa y cálida sabiduría la acompañará a descubrir cómo alcanzar la paz interior, cómo conocerse mejor a sí misma y, sobre todo, cómo amarse y hermanarse con otras mujeres, ya que absolutamente todas somos hermanas y, como pronto descubrirá Sabina, todas somos brujas. Por eso volamos.</p>	
<p>Música: “Retreat” (YouTube Audio Library)</p>	

2. La autora hace una invitación a leer su libro

Marcador Contraportada



Material multimedia (video)



Guion (texto del marcador y audio del video)

Audio del video: Hola, ¿qué tal? soy Lilyán y me emociona muchísimo que tengas este libro en tus manos. En él cuento la historia de dos de las personas más importantes de mi vida: Alis, mi mamá, y Sabina, mi hija, que tenían una relación verdaderamente mágica. Te invito a que descubras la palabra mágica “sororidad”, que se alberga en el corazón de todas las mujeres que se atreven a descubrir y rescatar a su bruja interior.

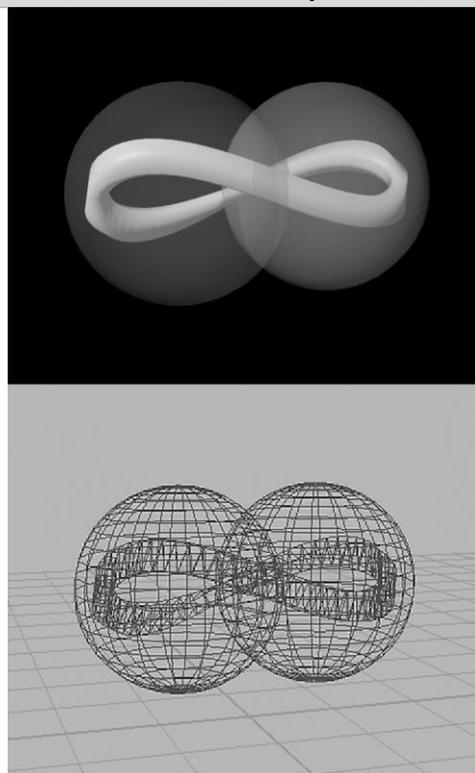
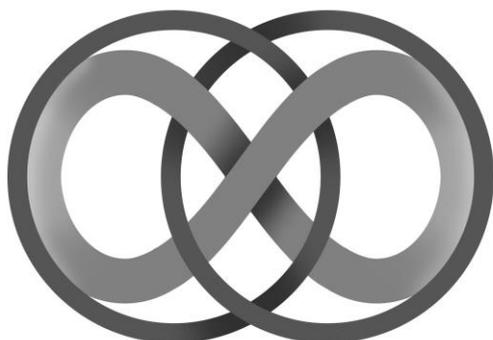
3. Símbolo del infinito

Marcador

Pág. 37

Material multimedia

(modelo 3D, audio y música)



Guion (audio)

El símbolo del infinito tiene, en su esencia, la luz y la sombra que no se enjuician, sino se retroalimentan entre sí. Es un círculo que se enlaza sin principio ni fin.

Cuando dos naranjas completas se acompañan, manifiestan el infinito con todas las posibilidades en cada uno. Entrelazadas sin dependencia, sino potencializándose uno al otro en libertad. Conscientes de que su propia circunferencia y la posibilidad de seguir creando infinitos, no desaparecerá si la vida les lleva por caminos diferentes.

Música: “Brittle Rille Reunited” (YouTube Audio Library)

4. Sherezada

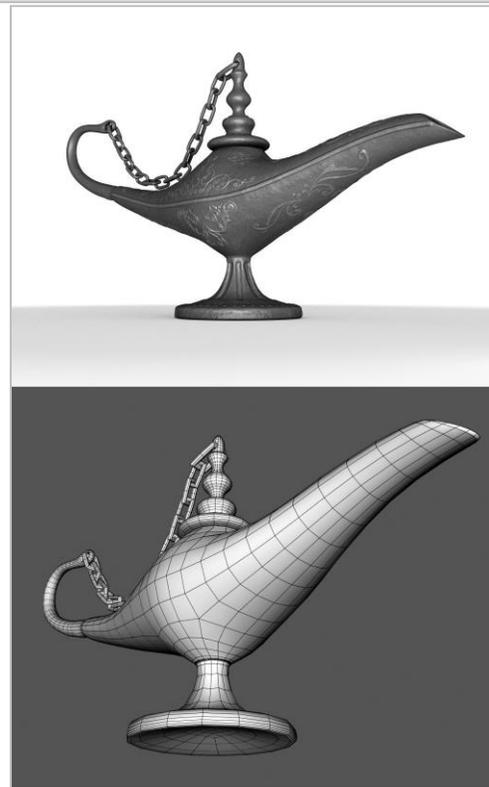
Marcador

Pág. 47



Material multimedia

(modelo 3D, audio y música)



Guion (audio)

Gracias a sus historias, Sherezada no sólo salvó su vida, sino también la del rey; porque lo que sólo ella entendió, es que él no era simplemente malo o cruel, sino que en realidad estaba muy triste y enojado por haber perdido a su esposa. Quizá por eso decidió llenar sus noches con relatos llenos de magia, como el de *Aladino y la lámpara maravillosa*, para inspirarlo y hacerlo sentir feliz. Lo que realmente descubrió Sherezada fue el poder de las palabras, porque puedes usarlas para lastimar a otros o pueden ser tus mejores aliadas para devolver la alegría a los demás.

Música: “Brittle Rille Reunited” (YouTube Audio Library)

5. Búfalo Blanco

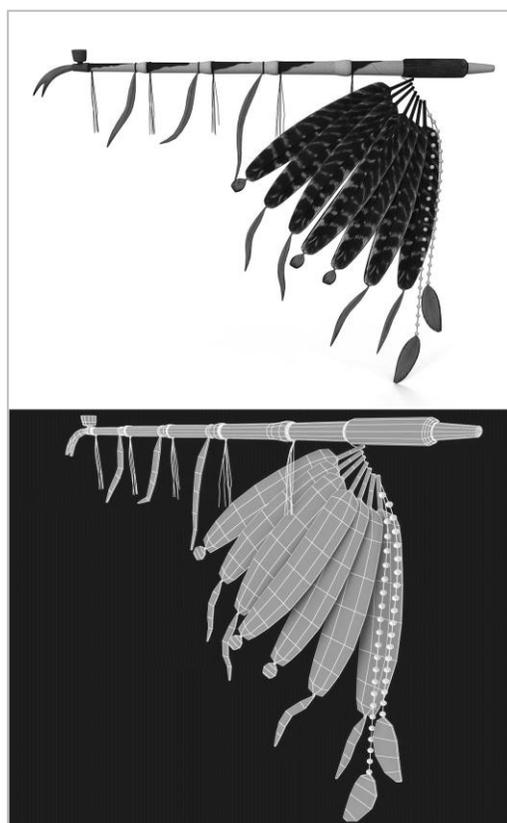
Marcador

Pág. 47



Material multimedia

(modelo 3D, audio y música)



Guion (audio)

Cuenta la leyenda que la pipa tenía tallados siete círculos y que estaba hecha de madera, piedra y plumas, para representar todo lo que habita en la Tierra. Dicen también que el verdadero regalo que Búfalo Blanco trajo a los hombres fue la bondad, porque no sólo la Diosa les había mostrado lo que era la generosidad al obsequiarlos con este don tan importante, sino que además, quien la fumaba, lograba entender que todos somos uno y que por eso lo más importante es amar y respetar a todos los seres. Al despedirse, Búfalo Blanco les pidió a los Sioux que, cuando la usaran, tuvieran los pies en la tierra y que la pipa estuviera apuntando al cielo, para que sus cuerpos formaran un puente viviente entre ellos y la divinidad.

Música: “Acoustic Meditation” (YouTube Audio Library)

6. Aglaonike

Marcador
Pág.121

Material multimedia
(modelo 3D, audio y música)



Guion (audio)

Seguramente a Aglaonike no le gustaba que le dijeran bruja, porque en su época eso era casi un insulto. A la gente siempre le ha dado miedo lo que no entiende y, por eso, durante muchos años, así se les llamó a las mujeres que eran más inteligentes que los demás. Aglaonike era tan lista que muy pronto se dio cuenta de que no tenía caso enojarse, porque no podemos controlar lo que los demás piensan sobre uno. Así descubrió la ecuanimidad y, desde entonces, comenzó a divertirse mucho cada vez que alguien pensaba que, de verdad, tenía la capacidad de desaparecer la luna.

Música: “Retreat” (YouTube Audio Library)

7. Tara

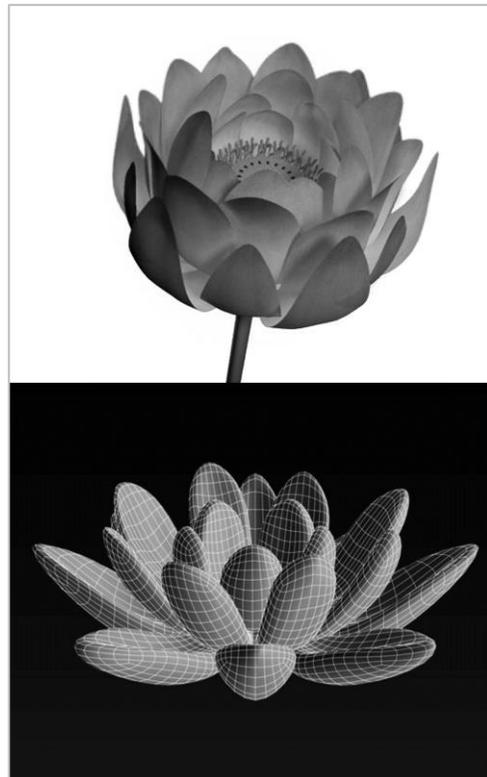
Marcador

Pág.141



Material multimedia

(modelo 3D, audio y música)



Guion (audio del video)

Tara comprendió que el viaje del alma es como la vida de la flor de loto: porque ésta también se abre paso desde el fango, hasta que logra flotar desprendida sobre el agua; y cuando florece, se abre al sol iluminada. Esta conciencia espiritual le permitió a Tara experimentar la máxima forma de amor: la compasión, y, por eso, siempre pensaba primero en cómo se sentirían los demás, antes de escuchar a sus pensamientos sobre ellos. Así se liberó del juicio, del control y del apego, y gracias a eso conoció el verdadero significado de la felicidad, y quiso compartirlo con todos.

Música: “Rubix Cube” (YouTube Audio Library)

8. Meditación

Marcador

Pág.152

Material multimedia

(Audio)



Guion (audio)

Imagina que estás en un espacio enorme y vacío. Es tan grande que se extiende hasta donde te alcanza la vista. Por ahora está vacío, salvo por ti. Obsérvate ahí, en medio de toda esa soledad y concéntrate sólo en el latido de tu corazón. Escúchalo: escucha su ritmo, date cuenta de su fortaleza, trata de sentir cómo bombea la sangre desde tu pecho hasta el resto del cuerpo.

Ahora pon atención a tu respiración y siente cómo el aire entra por tu nariz, recorre tus vías respiratorias y sale por tu boca. Que no te distraigan los pensamientos, déjalos pasar. Ahora, imagina que ves frente a ti a Ananda cuando era un cachorro de apenas unos meses. Es pequeñito, juguetón y cariñoso. Parece un muñequito de peluche. ¿Qué sientes por él? ¿Te inspira ternura, amor, compasión? Muy bien, mantén esa visión y ese sentimiento, y ahora deja que desaparezca la imagen de Ananda y mantén esa misma mirada y sensación amorosa y compasiva que te inspiró tu gatito. En seguida, quiero que sientas tu cuerpo y te imagines que es una montaña. Siente el viento que lo acaricia, y siente cómo este viento suave va arrullando tus emociones, tranquilizándolas, hasta sentirte en calma.

Observa cómo, conforme tus emociones se asientan, tu mente adquiere claridad. Éste es tu cuerpo de atención plena. Cuando tu mente está nublada, tu hablar es poco hábil y puedes lastimar a otros o lastimarte a ti misma con lo que dices. En cambio, cuando tienes claridad en la mente, entras en contacto con el círculo centrífugo del amor, y ahí se siente con toda claridad el amor por ti misma. Cuando logras contactar este inmenso amor por ti misma, comienzas a sentir amor por

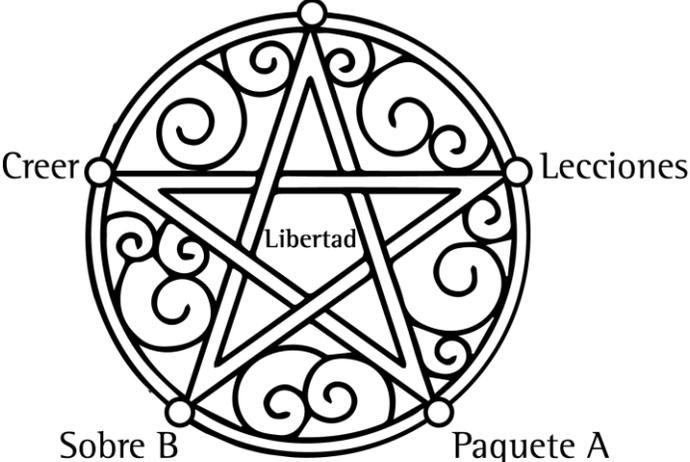
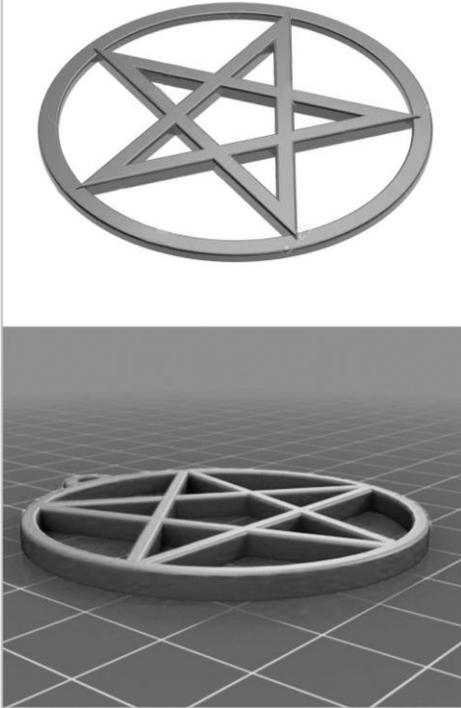
todos los demás y por todo lo que te rodea, como si tu cuerpo de atención plena se fuera ampliando poco a poco hasta abarcarlo todo. Tú eres todo... Todo es tú.

Y ahora, cuando miras a tu alrededor te das cuenta de que, cuando te paras en ese círculo centrífugo del amor, tu cuerpo se vuelve como un cuerpo de arcoíris. Así, con esa sensación de estar arropada por un amor infinito que todo lo abarca, mírate a ti misma. Mírate cómo eres: con todos tus defectos y virtudes. Observa con detenimiento esos defectos que no te gustan de ti y lo que te dices a ti misma sobre ellos. ¿Eres rencorosa? ¿Cómo se siente ser rencorosa? ¿De qué forma te hace daño ser rencorosa, de qué forma le hace daño a la persona a la que diriges ese rencor? ¿Te das cuenta de cómo, desde niña, has alimentado este rencor? ¿Te das cuenta del dolor que te causas y tal vez a otras personas a tu alrededor? ¿Quieres seguir instalada en ese sentimiento tan desagradable? Tal vez sea hora de hacer algo al respecto... Tal vez éste es el momento de hacer magia. Suéltalo, déjalo ir.

Quiero que vuelvas a poner tu atención en la respiración y que observes cómo, cuándo inhalas, todos los sentimientos negativos que has observado en ti misma, salen de la coronilla de tu cabeza en forma de humo negro que tú inhalas en cada respiración. Al entrar a tu cuerpo por la nariz, sigue su camino por las vías respiratorias hasta chocar con tu corazón. Ahí hace una explosión extraordinaria y se convierte en una luz dorada que se proyecta desde tu pecho como si fuera una infinita explosión de amor que te envuelve a ti y a todo a tu alrededor. Sigue respirando y viendo este mismo proceso de purificación hasta que ya no veas más humo negro salir de la coronilla de tu cabeza.

Abre tus ojos lentamente.

9. Estrella

Marcador Pág. 179	Material multimedia (modelo 3D, audio y música)
<p data-bbox="435 527 675 596">Sabat de la Encina Sagrada</p> 	
Guion (audio)	
<p data-bbox="235 1276 1409 1507">La encina sagrada es el ritual que celebraban las brujas en el solsticio de invierno alrededor de este árbol, que para muchas culturas es un árbol sagrado. Encendían fogatas para iluminar a la Madre Tierra, para honrarla y agradecerle, para iluminarla este día que entraba en reposo con la llegada del invierno. En torno a la fogata, juntaban sus herramientas mágicas para que fueran bendecidas y a manera de darles un descanso en ocasión del invierno.</p> <p data-bbox="235 1528 1421 1812">Después, pronunciaban hechizos y afirmaciones con el objetivo de fortalecer sus poderes y conocimientos como curanderas para seguir haciendo el bien a los demás. Este ritual les recordaba la necesidad de la pausa, del reposo para recobrar energías, de la importancia de fluir con la naturaleza y aprovechar el invierno para la introspección que las preparaba para recibir, posteriormente, al renacimiento de la primavera. Así se apropiaban de su paz interior, depositaria de la sabiduría que otorgaba, a su vez, la libertad personal, la capacidad de volar.</p>	
<p data-bbox="496 1829 1166 1864">Música: “Expeditionary” (YouTube Audio Library)</p>	

Diseño editorial

La elección de formato y diseño para la reedición de *Lecciones para volar* tiene como objetivo mostrar al lector que se trata de una edición de lujo, con el valor agregado de hermosas ilustraciones en escala de grises que acompañan la historia y, lo más importante: que sirven como marcadores para activar la Realidad Aumentada.

Características generales

Medidas: 17 x 24 cm

Papel: Bond blanco de 90 g

Páginas: 120 cuartillas editoriales / 196 páginas

Portada: Impresión en cuatricromía (4 x 0)

Interiores: Una tinta (1 x 1)

Acabado: Plastificado mate con barniz UV a registro

Encuadernación: Tapa dura

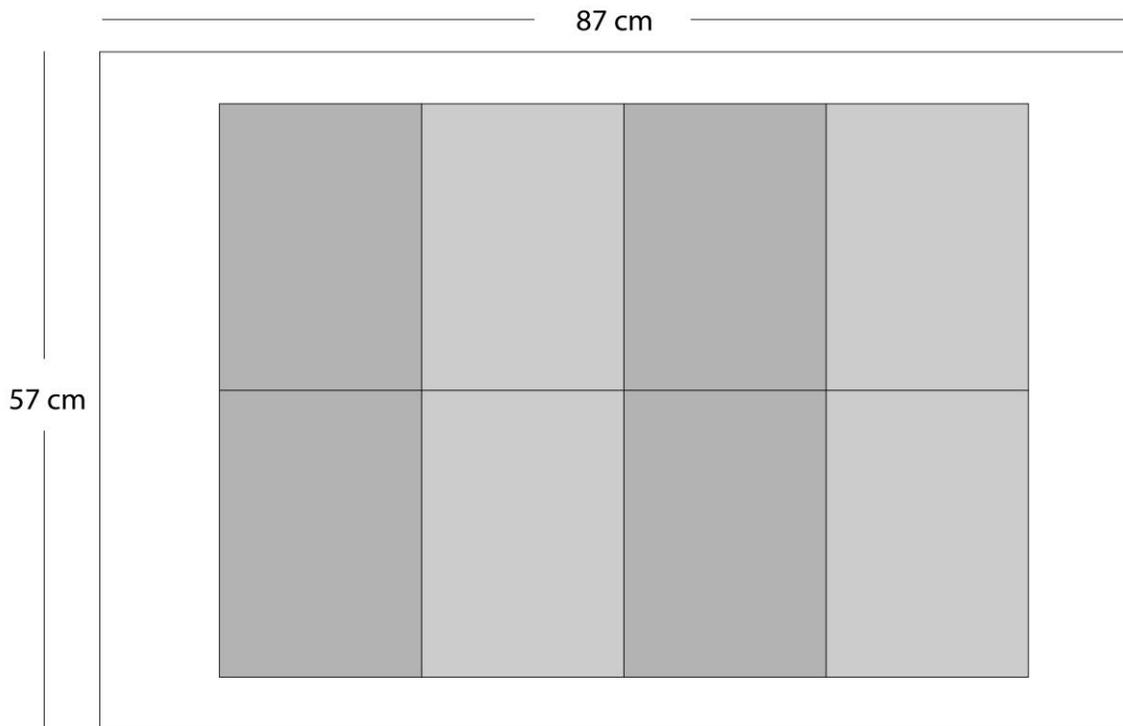
Soporte

El libro es impreso en formato vertical, ideal para público joven, que necesita una publicación portable, liviana y que no ocupe mucho espacio.

Tamaño

Las características de tamaño varían con respecto a la primera edición, que era de 15 x 23 cm. La nueva edición es un poco más grande, pues tiene medidas de 17 x 24 cm. Este formato es uno de los más utilizados por las grandes editoriales. Es ideal para una caja de texto más amplia, que permite reducir el número total de páginas y, por lo tanto, ayuda a la encuadernación, ya que al ser más delgado el libro, con el tipo de encuadernación elegido, se mantiene abierto sin necesidad de sostenerlo. Esta posibilidad permite que el lector deje

el libro en una superficie plana y con ambas manos le sea posible utilizar el dispositivo móvil para visualizar la Realidad Aumentada. Además, esta medida se eligió por ser la más adecuada para reducir el desperdicio de las hojas estándar de papel.



Encuadernación

El tipo de encuadernación que se utilizará es cartoné, mejor conocido como de tapa dura. Se caracteriza por su gran durabilidad y es recomendado para productos editoriales en los que el contenido va a ser manipulado constantemente, ya que al ser cosido y pegado se vuelve muy resistente y evita que las hojas se suelten. Por lo tanto, es ideal para un libro con Realidad Aumentada en donde es necesario abrir el libro de par en par en múltiples ocasiones. Pero además de resistente, este tipo de encuadernación de tapa dura es muy común en las ediciones de lujo, que es como se desea vender este producto editorial.

Papel

Se utilizó papel bond blanco de 90 g. La edición anterior fue en papel de tono ahuesado; sin embargo, para la nueva edición es necesario que los marcadores de Realidad Aumentada tengan mayor contraste con las ilustraciones en blanco y negro que llevará el libro en los interiores. Además, esta edición está dirigida a un público juvenil, así que el uso de papel blanco ayudará a darle un toque de modernidad y frescura, en comparación con la edición anterior. Por otro lado, al elegir un papel de 90 g se obtiene un producto editorial más delgado pero con cuerpo, que con la encuadernación adecuada permite abrir las páginas y que el libro se mantenga abierto sin necesidad de sostenerlo por la mitad. Esto es importante porque permitirá al lector disfrutar de la Realidad Aumentada sin tener que sostener el libro y el dispositivo móvil al mismo tiempo.

Portada y contraportada

La portada y contraportada serán impresas a color en cuatricromía con plastificado mate con barniz UV a registro. Las guardas también serán en cuatricromía.

En la portada se respetó en gran medida el diseño de la primera edición, con el objetivo de apoyarse en el posicionamiento que tiene el libro hasta ahora; sin embargo, se hicieron algunos ajustes de diseño en la nueva edición:

-En la portada se anuncia que esta nueva edición cuenta con Realidad Aumentada, por medio de una “calcomanía” color amarillo que simula estar pegada al libro.

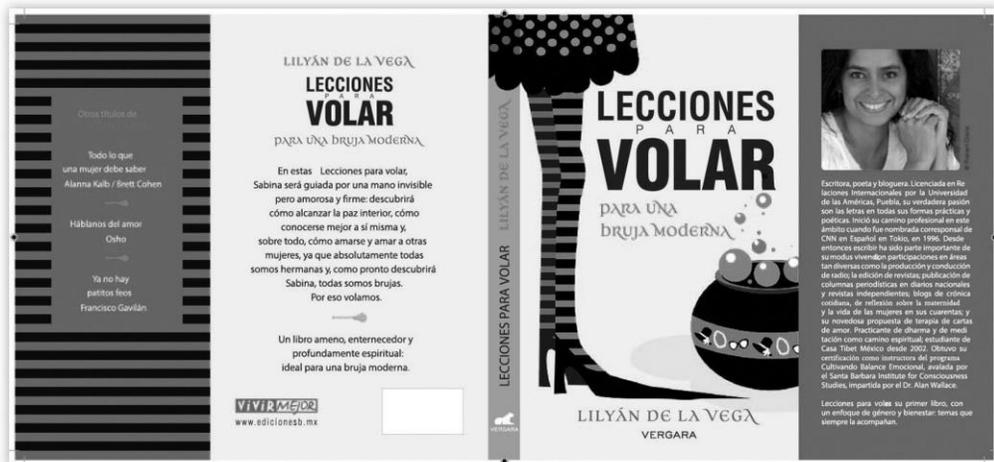
-La ilustración cambió ligeramente; se modificó el elemento del caldero de bruja por el de la escoba (elemento mucho más representativo de la historia y del nombre).

-En la contraportada se incluyó una pequeña semblanza de la autora con una foto más actualizada, junto con las instrucciones sobre cómo descargar la aplicación y cómo utilizarla.

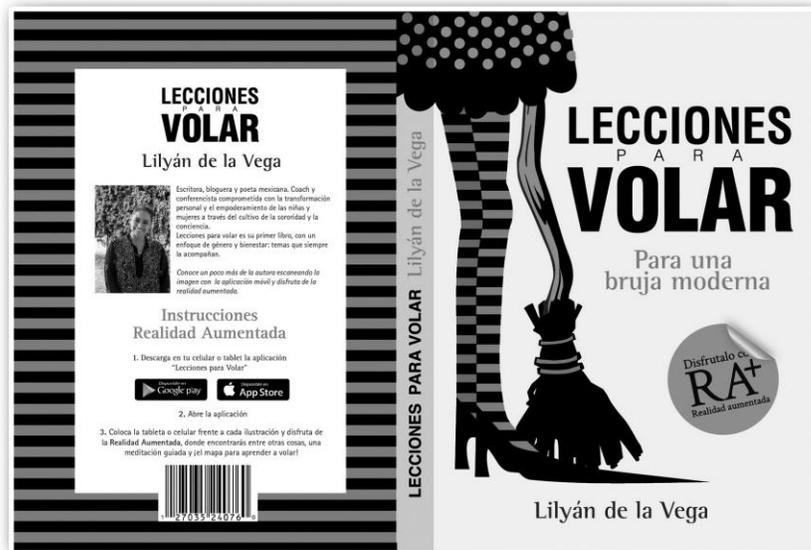
-Debido al tipo de encuadernación, se eliminaron las solapas del libro anterior, pero se usaron guardas. Su diseño corresponde al estilo que se está manejando de franjas horizontales rojas y negras, simulando las medias rayadas de la bruja de la portada.

Cabe mencionar que tanto la portada como la contraportada funcionan como marcadores para activar la Realidad Aumentada.

Primera edición



Segunda edición con RA

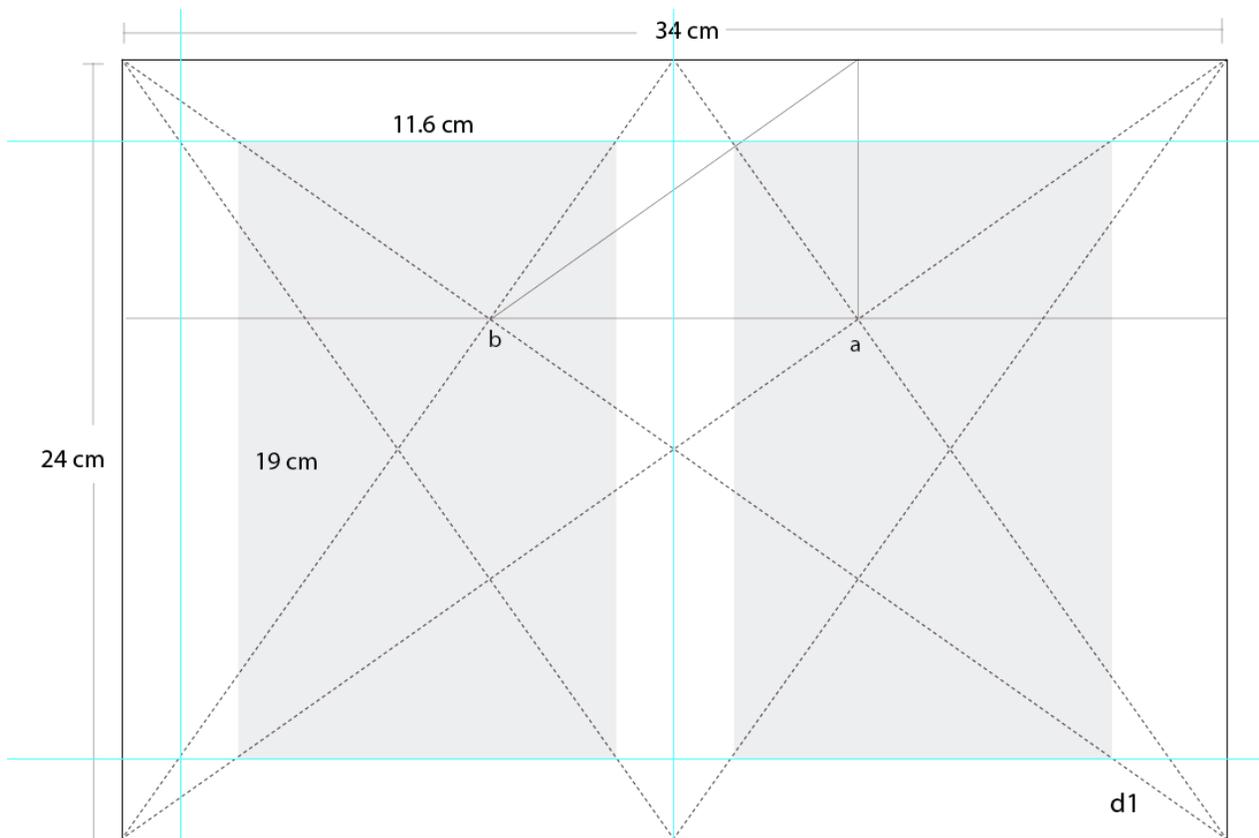


Selección de caja tipográfica y retícula

Todo trabajo de maquetación de un producto editorial debe llevar una guía para conseguir una estructura y tamaños fijos. Para este proyecto se utilizó una retícula compositiva que fue la plantilla base sobre la que se asentaron los elementos gráficos, con la finalidad de conseguir un orden y una estética en la publicación.

La retícula compositiva elegida es vertical con una sola caja de texto que ocupa la mayor parte de la página. Dentro de esta caja de texto, la alineación y las diferentes variables de las dos diferentes familias tipográfica son los que establecen jerarquías entre los elementos que conforman el libro.

La retícula elegida para este producto editorial es la de Van der Graaf. Este método sirve para encontrar “los novenos” de la página de modo gráfico, no aritmético. Para esto se trazan seis diagonales en la doble página. A partir del punto A se levanta una diagonal hasta el borde superior del papel. Desde aquí se traza una recta que encuentre la intersección en la otra página. Donde esta recta cruza a la diagonal D1, queda determinado el vértice superior izquierdo del texto. Este método equivale a dividir alto y ancho de la página en novenos y repartir los márgenes según el canon ternario (un noveno para los menores y dos novenos para los mayores). (Romero 52)



Con base en esta característica, la retícula de *Lecciones para volar* se define según las siguientes medidas:

Margen superior: 2.5 cm / 5p10.87

Margen inferior: 2.5 cm / 5p10.87

Margen interior: 2 cm / 4p8.69

Margen exterior: 3.5 cm / 8p3.21

Caja de texto: 11.6 x 19 cm / 28p1.32 x 44p10.58

El ancho propuesto de la caja tiene una incidencia en el número de paginación. Es decir, entre más grande la caja, mayor cantidad de texto y menor número de páginas. Esto, además de aminorar costos de impresión ayudará en el encuadernado, ya que se busca un producto editorial ligero, que permita manipular el libro con facilidad.

Con respecto a la línea de texto basado en la medida de la caja tipográfica, el interlineado de 14 pts divide la caja de texto en 39 líneas base con 70 caracteres en promedio. De esta forma, todos los elementos del texto quedan enmarcados dentro de la caja de texto. En cuanto al factor de lectura, cuando el lector termina una línea recibe un estímulo; si la línea es muy ancha se vuelve difícil y cansada de leer. Por el contrario, si la línea es muy corta, el lector tiene que mover los ojos en forma continua de un lado al otro provocando de igual forma cansancio, con el ancho de la caja elegida se busca una longitud de línea ideal para el tipo de lector que se desea, que en este caso será de 70 caracteres.

Los márgenes cumplen funciones específicas:

- Regular el peso visual de la mancha tipográfica en la página, al dejar una superficie sin texto para que el lector pueda manipular con comodidad la página (sobre todo en márgenes exteriores).
- Considerar un espacio para que la encuadernación no obstruya la lectura (en márgenes interiores).
- Evitar que partes del texto se pierdan en el corte de pliegos (hay variación de 1 a 3 mm).

El objetivo de usar este diseño es encontrar el equilibrio entre el orden que impone la estructura reticular, y la necesidad de evitar la monotonía e inyectar una cierta dosis de creatividad a la maquetación. Aun así, una retícula siempre impondrá un orden, una uniformidad y coherencia que permita que la lectura se efectúe con mayor rapidez, se visualicen los contenidos a distancias más lejanas y se retenga con más facilidad en nuestra memoria la información que estamos recibiendo.

Folio y cornisas

Como elementos adicionales de diseño, cada página contiene una cornisa (con el nombre de la autora en página non y el título del libro en página par) y el folio o número de página. Éstos se ubican fuera de la caja de texto, de la siguiente manera:

Folio: a 1.5 cm del borde inferior hacia arriba y a 3.5 cm del exterior hacia el centro.

Cornisa: se colocó inmediatamente después del folio a 1.5 cm del borde inferior hacia arriba y a 4 cm del exterior hacia el centro.

<p>—¡No, Sabina! Eso no tiene nada que ver, escuchame —explico Kali, pero Sabina ya se había alejado y entraba a grandes zancadas a la biblioteca.</p> <p>—Hola, Clara —dijo, aminorando el paso, y sin voltearla a ver.</p> <p>—Hola, Sabi. ¿Todo bien?</p> <p>—Sí. No tengo que hacer, vine a ver si tienes algo nuevo para leer.</p> <p>—Sí, tenemos algunas novedades. Pero tú tienes un adeudo con la biblioteca. Aún no me regresas el libro de las brujas. ¿A poco no lo has terminado de leer?</p> <p>—¡Ah!, el de las brujas... no, es que, he estado muy ocupada con mi torneo de tenis, Clara. ¿Puedo renovar el préstamo por unos días más?</p> <p>—Normalmente podrias, pero no cuando el préstamo está vencido.</p> <p>—Entonces, ¿tengo que devolverlo y luego volverlo a sacar?</p> <p>—Pues sí, estrictamente. Pero no el mismo día. Vas a tener que dejármelo y volver por él al día siguiente, por si alguien más lo quiere consultar.</p> <p>—Ok. Lo traigo en mi morral, ahorita te lo traigo. ¡Pero el lunes me lo vuelves a prestar! ¿Eh?</p> <p>Clara la miró alejarse pensativa hacia su salón. Estaba intrigada. ¿Qué estaría buscando Sabina en ese libro? Otro alumno la distrajo de sus pensamientos.</p> <p>A lo lejos, Kali miró a Sabina salir de la biblioteca. Aleanzó a escuchar la conversación que había tenido con Clara, así que se acercó a ver la anotación del corcho. Brujas: manual para aprendices. Su amiga no quitaba el dedo del renglón, ¿pero qué estaría haciendo sin su escuela? ¿Habría notado ya su ausencia? Pensativa, se sentó en la banca junto a la puerta de la biblioteca moviendo la cabeza. "Tengo que ver ese libro. A lo mejor ahí vienen las instrucciones para ver si la escuela de verdad funciona".</p> <p>El resto del día Sabina se sintió inquieta. Su reacción con Kali no la tenía satisfecha. Pero se sentía enojada. Como si ella solo quisiera hablarle cuando la necesitaba. No se iba a dejar. Por otro lado, necesitaba compartir con alguien lo que estaba pasando con Alis y sus lecciones, sus dudas, sus ganas de aprender y la resistencia de su abuela para pasar a lo importante. Y ahora no podía hablar con Kali... Más tarde, sucedió algo que terminó de hacerle nudos el corazón. Escuchó a Laura, una franca enemiga de Kali, acusar a su amiga de haber dejado abierta, esa mañana, la llave del agua en la Jardinera donde habían sembrado leguminosas para la clase de ciencias.</p>	<p>En el pizarrón de comisiones decía que Kali era la encargada de regar la por la mañana y alguien acababa de reportar que la Jardinera estaba inundada y la llave abierta. Todas las plantas se habían echado a perder. Sabina sabía que no había sido Kali porque, al igual que ella, Kali había llegado tarde y habían entrado juntas al salón para no salir sino hasta la hora del recreo, cuando también estuvieron juntas. Pero no dijo nada. Se sentía tan enojada con Kali, que se contuvo de defenderla de una injusticia. Sin embargo, esa decisión no la hizo sentir bien.</p> <p>Por la tarde, después de su clase de tenis regresó a casa caminando porque su mamá había tenido que salir de la ciudad. Le gustaba caminar de regreso, aunque ese día se sentía especialmente cansada e inquieta y ya quería llegar. Se distrajo mirando los árboles llenos de flores y, sin pensarlo, cortó un ramillete de margaritas silvestres que crecían sobre el camellón. Segundos después, recordó que estaba molesta con Alis y tiró el ramillete sobre la banqueta como si pensara que Alis podía verla. Siguió caminando con actitud indiferente pero dos pasos más adelante empezó a voltear hacia todos lados; buscaba a su abuela sentada sobre alguna barda o asomada por alguna ventana vecina, se la imaginaba divertida de verla sin ser vista. Por si las dudas, dio media vuelta y recogió a toda prisa el ramillete del piso. Al llegar a casa sacudió su almorzador, le cambió el agua a las flores y le añadió las margaritas que había cortado en el camino. Tenía una mezcla de sentimientos. Por una parte, quería demostrarle a su abuela su molestia, lo injusto que le parecía que en vez de cumplir su promesa le estuviera dando clases de princesas. Pero por otro lado quería contarle lo que había pasado en la escuela con Kali. Necesitaba un consejo. Le urgía que fueran las siete.</p> <p>Alis: ¡Gran día!, ¿verdad?</p> <p>Sabi: Hola abuela —escribió Sabina alicaída—, más o menos.</p> <p>Alis: Y ahora ¿qué te pasa? Te leo desanimada.</p> <p>Sabi: Es que me siento confundida, abuela. Me urgía hablar contigo. Hoy Kali se disculpó conmigo, y ya habíamos hecho las paces, cuando me di cuenta de que en realidad solo me había buscado por conveniencia —Sabina le explicó a su abuela lo que había sucedido en la escuela y lo mal que se sentía con la decisión final de no intervenir para defender a Kali de una acusación injusta—. Me siento muy enojada con ella, Alis. Pero también me siento muy mal de saber que la están acusando injustamente y quisiera defenderla. Pero no se lo merece.</p> <p>Alis: ¿Cómo que no se lo merece?</p>
--	---

Selección tipográfica

Uno de los desafíos editoriales más importantes de este proyecto es la tipografía. Buena parte de la historia es narrada a partir de la comunicación de los protagonistas, ya sea por correo electrónico o por *chat*, así que es necesario el cambio de tipografía para diferenciar la historia general de las conversaciones que se tienen por medios electrónicos. Para lograr esa diferenciación visual y conceptual de forma armónica, se decidió utilizar una súper familia tipográfica o también llamadas “seriales” (nombre propuesto por Muriel Paris en su *Breve manual de composición tipográfica*, publicado por la autora en París en 1999), que contienen en general, versiones serif y sans serif.

Las serif se utilizaron para el cuerpo del texto, ya que tradicionalmente se consideran aptas para lectura en papel (los remates mejoran el flujo de la lectura). Y las versiones sans serif se emplearon para las conversaciones electrónicas, pues es común encontrarlas en plataformas digitales.

Lo que se busca al utilizar una súper familia es la consistencia visual, con el fin de lograr concordancias en espaciado (interletrado e interlineado), tamaño (evitar correcciones de cuerpo entre una y otra familia para compensar la diferencia de altura de x) y peso. El objetivo es evitar corregir irregularidades ópticas en las palabras y líneas de texto y lograr una composición tipográfica armoniosa.

Las cinco familias tipográficas que se propusieron aparecen en la siguiente tabla:

Propuestas de familias tipográficas

Tipografía	Descripción	Incluye
Thesis Luc(as) de Groot (1996)	Fuente empresarial, humanista y moderna. Ofrece un juego completo de fuentes, pesos y estilos para el diseño gráfico de las marcas y resolver todas las necesidades de comunicación con una sola familia. Thesis es, de entre todas las familias mixtas, multiusos o más conocidas como seriales la que más variedades tipográficas ofrece.	Ofrece tres alternativas: Thesis TheSans, TheSerif y TheMix. Cada uno de estos tres sistemas cuenta con ocho variables de peso, además de números mayúsculos y minúsculos, símbolos matemáticos y misceláneas, lo que suma 144 fuentes en total.
	Costo: € 303.00	Escuela: Holandesa
Scala Martin Majoor (1989)	Fue diseñada en 1989 teniendo en cuenta las restricciones tecnológicas de las impresoras de esa época. Se trata de una tipografía con serifas muy seria, adecuada para un gran número de aplicaciones como identidad corporativa o impresos comerciales.	Incluye Scala Serif (1990), Scala Sans (1993) y Scala Jewels (1996). La Scala Jewels contiene cuatro variables display basadas en las capitales de Scala Bold.
	Costo: \$65 dólares cada variante	Escuela: Holandesa
Rotis Otl Aicher (1989)	Fue diseñada con la intención de que se adaptara a casi cualquier propósito. Rotis Serif es una familia con serifas que comparte el ancho, peso y proporciones con las otras familias, por lo que se pueden combinar entre sí sin ningún problema de incompatibilidad, lo que aporta flexibilidad y funcionalidad.	Las cuatro familias juntan un total de 17 variantes distintas, lo que la hace muy flexible y funcional.
	Costo: Su precio ronda los \$35 dólares por las cuatro familias.	Escuela: Alemana
Fedra Peter Bilak (1970)	El criterio fundamental fue crear una tipografía que funcionara igualmente bien en papel y en la pantalla de la computadora, y que lograra ser coherente en todas las plataformas informáticas. La nueva versión es más versátil, elegante, sencilla e informal. Ofrece una mayor variedad de fuentes y una cantidad de detalles tipográficos especiales.	Incluye tres alternativas: Fedra Sans, Fedra Serif A y Fedra Serif B. Todas las versiones incluyen ligaduras y ornamentos, que son accesibles como ligaduras discrecionales (en OpenType) o glifos individuales.
	Costo: La colección completa está en €450	Escuela: Alemana
Quadraat Fred Smeijers (1992)	El tipo de letra resultante es eficaz, modesto y a la vez muy original. Este tipo de letra eficiente es muy adecuado tanto para configuración de pantalla y textos más largos.	La familia tiene seis pesos, que van desde regular a negrita (incluyendo cursiva). Incluye características tales como ligaduras, versalitas, caracteres alternativos, fracciones y subíndices.
	Costo: La colección completa está en \$59 dólares	Escuela: Holandesa

Selección tipográfica final

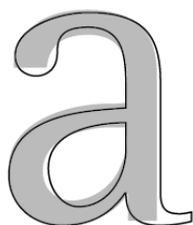
La familia tipográfica serial seleccionada es Rotis. Esta familia tipográfica engloba en sus diseños a más de una familia de tipos; su principal característica es que las partes fundamentales de la anatomía de sus tipos poseen una estructura semejante, lo que nos garantiza una coherencia de composición muy adecuada para este proyecto.

Esta tipografía fue desarrollada por Otl Aicher en 1988, es una de las más utilizadas en el diseño editorial por su variedad y calidad. Es una familia compuesta por cuatro familias que incluyen 17 variantes que es posible combinar sin problemas debido su característica de tipografía serial (mismo ancho, peso y proporciones en cualquier familia), lo que aporta flexibilidad y funcionalidad.

Cce

La tipografía Rotis se identifica claramente gracias a su aspecto condensado acentuado en los caracteres circulares como pueden ser la “C” o la “e”.

También destaca por contener la misma estructura de la anatomía del tipo, como es el ojo medio, línea base, ascendente y descendente. Y lo más importante: comparte el ancho, peso y proporciones de sus distintas familias de tipos.



Rotis Serif y
Rotis San Serif regular



Rotis Serif y
Rotis San Serif Bold



Rotis Serif y
Rotis San Serif Italic

Los dos estilos de tipografía que se utilizaron para el cuerpo de texto son:
Romana (Rotis Serif) y Palo seco grotesca (Rotis Sans Serif).

Rotis Serif	Rotis Sans Serif
ABCDEFGHIJKLMNO PQRSTUVWXYZÀÁÉ ÎÏÏÜabcdefghijklmn opqrstuvwxyzàáéîïø &1234567890(\$£.,!?) <small>48</small>	ABCDEFGHIJKLMNO PQRSTUVWXYZÀÁÉÎ ÏÏÜabcdefghijklmno pqrstuvwxyzàáéîïø& ü1234567890(\$£.,!?) <small>52</small>

El costo de cada tipografía ronda los **35 euros**.

Si consideramos las características del texto, será necesario comprar cinco familias:

- RotisSerifStd (para el texto general)
- RotisSerifStd-Italic
- RotisSansSerifStd (para las conversaciones digitales)
- RotisSansSerifStd-Italic
- RotisSemiSerifStd-Bold (se utilizará para capitulares)

Lo que nos da un total de: 175 euros.

Con el tipo de cambio a la fecha, de \$20.82 pesos, da un total de: **3,643 pesos**.

Se encuentra a la venta en:

Linotype Library: http://www.linotype.com/	Fonts.com: http://www.fonts.com/	Adobe Systems Inc.: http://www.adobe.com/type/
--	---	--

Interlineado

De acuerdo con el criterio tipográfico convencional, corresponde al tamaño del cuerpo de texto un 20% más de interlineado. Así, si el texto es de 11 puntos, el interlineado tendrá que ser de 13.2 puntos. Sin embargo, como la Rotis es una fuente de trazos medios, provoca una mancha tipográfica oscura. Por lo tanto, para asegurar una mejor legibilidad, se optó por un porcentaje de interlineado mayor. Para verificar la optimización de la caja tipográfica se realizaron pruebas impresas con interlineados de 13, 14 y 15 puntos.

Finalmente, se eligió el interlineado de 14 puntos porque resultó ser el que producía la mancha más equilibrada y de mejor contraste.

Rotis Serif 60 cc 11/14

Sabina y su abuela tenían una relación extraordinaria. Desde que comenzó a hablar, Sabina llamaba a Alis por su nombre, jugaba con ella a armar una playa en medio de la sala de su casa, le pintaba la nariz de payaso y juraba que Alis era, sin lugar a dudas, una bruja y ella, su aprendiz.

Lo descubrió muy chiquita, cuando veía la película de Blanca Nieves: la pantalla se oscureció de pronto. No hubo más canciones. Se escuchaba una música que ponía los pelos de punta. La cara de la mujer en la pantalla se fue transformando y, de pronto, se convirtió en una anciana que reía a carcajadas, malévola y burlona. Era la parte más emocionante y terrorífica de la película. Pero en ese momento, mirando la imagen que debía atemorizarla, sintió paz.

Rotis San Serif 60 cc 11/14

Sabina y su abuela tenían una relación extraordinaria. Desde que comenzó a hablar, Sabina llamaba a Alis por su nombre, jugaba con ella a armar una playa en medio de la sala de su casa, le pintaba la nariz de payaso y juraba que Alis era, sin lugar a dudas, una bruja y ella, su aprendiz.

Lo descubrió muy chiquita, cuando veía la película de Blanca Nieves: la pantalla se oscureció de pronto. No hubo más canciones. Se escuchaba una música que ponía los pelos de punta. La cara de la mujer en la pantalla se fue transformando y, de pronto, se convirtió en una anciana que reía a carcajadas, malévola y burlona. Era la parte más emocionante y terrorífica de la película. Pero en ese momento, mirando la imagen que debía atemorizarla, sintió paz.

Títulos y capitulares

Para los títulos en cada inicio de capítulo se ocupó la fuente RotisSemiSerifStd-Bold a 20 puntos. Esta tipografía pertenece a la súper familia Rotis y se caracteriza por ser una versión intermedia entre la Sans y la Serif. La Semi Serif de Rotis está más cerca de la Serif que de la Sans y su característica más notable radica en la ausencia de remates en la parte inferior de la letra, manteniendo únicamente los superiores. Así mismo, por razones de estética, y emulando las novelas literarias antiguas, se decidió el uso de capitulares, que funcionen como un foco visual que proporcione énfasis, variedad y, utilizado adecuadamente, añade una invitación a iniciar la lectura. Para ello se utilizó la misma fuente RotisSemiSerifStd-Bold a 55 puntos, abarcando tres líneas de texto.



Elementos decorativos

Dado que el valor de *Lecciones para volar* radica en la historia más que en la forma, los elementos decorativos que acompañan al texto son escasos y discretos. No obstante, se pretende reforzar la unidad de sentido de la publicación con el uso de algunas formas gráficas, empleando representaciones de elementos recurrentes en la trama, como es el sombrero, para el inicio de cada capítulo.

En la primera edición se utilizó un gráfico de sombrero con un estilo de ilustración tipo “grabado”. Por tal motivo se decidió modernizar y estilizar el diseño, más acorde al estilo de ilustración que se está utilizando ahora, el resultado fue:

Versión anterior	Versión nueva
	

Viñeta decorativa

En el caso de la viñeta, se utilizó una pequeña escoba, que sirve de apoyo para representar un episodio de la historia. Sin embargo, al igual que el elemento decorativo del sombrero, la escoba tenía un estilo que no concordaba con la nueva edición y se decidió rediseñarla:

Versión anterior	Versión nueva
	

Ilustraciones

Es importante mencionar que, cuando uno analiza la interacción entre el texto y la ilustración, muchas veces se propone como una relación entre el texto y la imagen. La autora de *Lecciones para volar* decidió darle más peso a los acontecimientos de la historia, de tal manera que hacer descripciones detalladas de las subhistorias (la de Sherezada, Búfalo Blanco, Aglaonike, y Tara) pausaría el tiempo de la narrativa. Por lo tanto, el objetivo de la ilustración es aportar detalles sobre los elementos que en la narración escrita no se dieron.

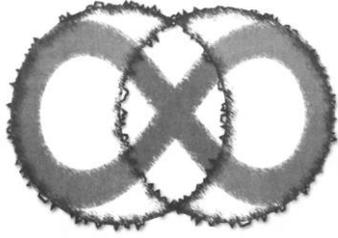
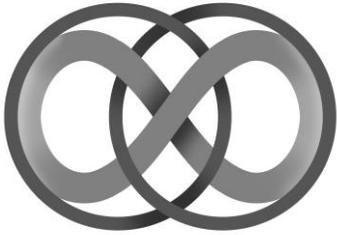
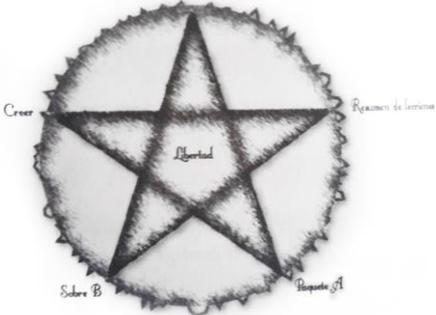
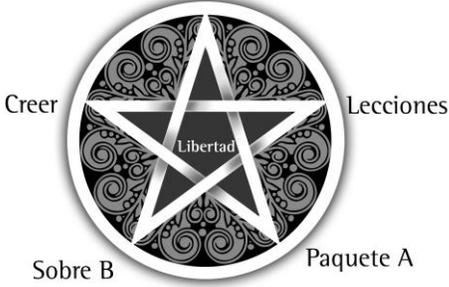
El libro cuenta con ocho ilustraciones en blanco y negro, cuatro de las cuales son de las mujeres que se mencionaron anteriormente. Cada una de ellas sostiene un objeto representativo del personaje, de manera que el material multimedia que se activa con las ilustraciones es en referencia a ese objeto.



Con lo anterior, podemos afirmar que la ilustración no será un “simple elemento decorativo”, sino que tendrá algo que aportar: de acuerdo con Nuúria Obiols, “El ilustrador británico Edward Ardizzone decía que las ilustraciones eran las que elaboraban el texto y que éste no gozaba de espacio suficiente como para sugerir toda la riqueza que contiene”. (Ctd. en Romero Girón, párr. 32). Y aunque la historia fuera totalmente descriptiva, el trabajo de trasladar las palabras en una ilustración ya aporta belleza al libro. Sin embargo, las

ilustraciones en este libro no sólo tienen la función de complementarlo y embellecerlo, sino que también tiene una tarea práctica de ser el marcador o activador de la Realidad Aumentada. El lector abrirá el libro donde se encuentra una de las ilustraciones y con la cámara de su dispositivo móvil (*smartphone, tablet...*) capturará el marcador-ilustración y activará el proceso de Realidad Aumentada en la pantalla del dispositivo. Lo que verá el lector es el objeto representativo de cada una de las “brujas” que se encuentra impreso en el libro (la lámpara de Aladino, la pipa de la paz, un telescopio y una flor de loto), donde se contará con más detalle la subhistoria a la que pertenece el marcador, apoyándose en animación, modelos 3D, música y sonido.

En el caso de las ilustraciones ya existentes en la primera edición, se decidió rediseñarlas para que fueran más acorde con el estilo gráfico que se estaba manejando.

Versión anterior	Versión nueva
	
<p data-bbox="402 1482 545 1503">Sabat de la Encina Sagrada</p> 	<p data-bbox="974 1476 1162 1528">Sabat de la Encina Sagrada</p> 

Al igual que las ilustraciones de las cuatro mujeres, estos diseños serán también marcadores de RA, donde ese explica con música, audio y modelados 3D un poco más sobre estos símbolos.

Diseño multimedia

Debido a las características de este proyecto no sólo se realizó un producto impreso sino que se planeó y diseñó un “subproducto”, que es todo el material multimedia que el lector podrá disfrutar al utilizar la Realidad Aumentada en su celular. El tipo de material que se elaboró incluye modelos 3D, animación, video y música. Esto implicó un reto importante, ya que al incluir múltiples elementos multimedia se debió tener especial cuidado con el peso y calidad de los archivos para que no excedieran el peso máximo para una aplicación móvil, que es de 90 MB. Si se llegara a exceder el peso del archivo, simplemente las tiendas en línea (Google Play y App Store) donde el usuario descargaría la aplicación, no permitirían publicarlo, aunque fuese gratuito. A continuación describiré los aspectos técnicos y el software utilizado para realizar el material multimedia.

Realidad Aumentada

Antecedentes

La Realidad Aumentada (RA) no es estrictamente una tecnología nueva. Se empezó a escuchar de ella, por primera vez, a finales de los años noventa. Pero esta tecnología no se popularizó hasta que, años más tarde, se logró desarrollar dispositivos con la capacidad de cálculo y conectividad necesarios para permitir la aplicación de RA a productos comerciales. El término Realidad Aumentada se inventó a principios de 1990, por el investigador Tom

Caudell, pero el término Realidad Aumentada fue presentado al público hasta 1992. (Webster, párr. 1)

Características

En 1997, Ronald Azuma dio a conocer tres características comunes de la Realidad Aumentada en la actualidad: (Webster, párr. 7)

- Combina elementos reales y virtuales
- Es interactiva en el tiempo real
- Está registrada en 3D

La Realidad Aumentada que utilizamos en este producto editorial está basada en marcadores (símbolos impresos en papel) o imágenes, en los que se superpone algún tipo de información digital (imágenes, modelos 3D, video, entre otros...) cuando son reconocidos por un software específico.

El procedimiento general para disfrutarlo es el siguiente:

- Se localiza el correspondiente marcador / ilustración
- Se abre la aplicación en el celular
- Se sitúa el marcador delante de la cámara.
- El software reconoce el marcador y superpone una imagen 3D, acompañada de audio.

- **Software**

Actualmente existen múltiples softwares para desarrollar la tecnología de Realidad Aumentada, como son:

Metaio: Es la herramienta de RA más utilizada en el desarrollo de aplicaciones móviles



con Realidad Aumentada a nivel mundial. Cuenta con múltiples herramientas para el desarrollo de RA. Está orientada especialmente a cuatro sectores: impresión,

marketing, industria y automoción; sin embargo, la licencia para utilizar el software es muy costosa y la plataforma es poco amigable.

Layar: A pesar de que no es una de las más potentes ni de las que más opciones ofrecen al



desarrollador de aplicaciones, sí es de las más sencillas de utilizar.

Su sencillez y facilidad de uso han logrado convertirla en una de

las herramientas de desarrollo más conocidas. De hecho, con

Layar, la editorial Santillana lanzó sus primeros productos editoriales con Realidad

Aumentada. Una de las desventajas de utilizar este software es que el contenido multimedia

se va descargando conforme lo vas utilizando, es decir siempre debes de estar conectado a la

red para disfrutar la RA. Tampoco permite personalizar el icono ni el nombre de la aplicación.

Vuforia: es un motor de videojuego multiplataforma que cuenta con un sinnúmero de librerías,



Qualcomm
vuforia

entre ellas la de Unity3D, que es la que permite desarrollar de manera sencilla

aplicaciones de Realidad Aumentada para dispositivos móviles con iOS o

Android.

Vuforia es la plataforma con la que se decidió trabajar por múltiples razones:

1. Se considera multiplataforma, es decir, no importa el dispositivo o soporte en el que será ejecutada, permite perfectamente desarrollar aplicaciones para iOS y para Android. Es decir, no es necesario programar las diferentes versiones para cada una de las plataformas.
2. Permite personalizar el icono de la app y el nombre.
3. El software es de uso libre.
4. Utiliza una interfaz visual que facilita el desarrollo de la aplicación junto con el soporte para múltiples lenguajes de programación.

Modelado 3D

El software de modelado y animación 3D que se utilizó en este proyecto fue Autodesk Maya. Este programa posee diversas herramientas para modelado, animación y renderización. Su uso es muy extendido debido a su gran capacidad de personalización y plataforma relativamente sencilla. En cuestión del proyecto, debido a las limitaciones del peso del archivo, se decidió por modelos 3D relativamente sencillos con un número limitado de polígonos. Esto tiene dos beneficios: permite aligerar el peso de la aplicación y el celular donde se ve la Realidad Aumentada requiere de menos procesador gráfico, así que permite ver el modelo con más soltura. El formato de archivo que se requirió exportar en Maya es .OBJ, un formato de datos simple que representa solamente la geometría 3D que incluye la posición de cada vértice, las caras que componen cada polígono y las texturas.

Animación y video

El software que se utilizó para las animaciones fue Adobe Flash, que es un especialista en la creación y manipulación de gráficos vectoriales y animación 2D a base de “fotogramas”. También permite la inclusión de audio e interactividad en sus archivos. La razón por la que se decidió utilizar este programa es por la facilidad con la que se manipula y se animan imágenes vectoriales (justo el tipo de imágenes de la portada del libro), la ligereza de los archivos y las diferentes opciones en las que se puede exportar.

Con respecto al video, se grabó a la autora del libro hablando un poco sobre su relación personal con la historia publicada. Se utilizó una cámara digital con iluminación natural y el audio fue grabado directamente de la cámara. El formato en el que se requería,

tanto la animación como el video para la aplicación de RA, fue .OGV. Un formato de código abierto usado comúnmente para transmitir flujos audiovisuales, que permiten reproducir el archivo tanto en computadores como en otros dispositivos con la suficiente potencia de procesamiento.

Audio

En el caso de los audios, la persona que realizó la voz *en off* de los marcadores fue la misma autora del libro, Lilyán de la Vega, quien redactó y en algunos casos corrigió los guiones. Tuvimos su absoluta aprobación en el contenido final del producto. El programa en el que se editó y exportó los audios fue Adobe Audition, y el formato de archivo que se requirió exportar fue en mp3. Este formato permite guardar audios en pocos megabytes con pérdidas de calidad aceptables.

Música

La música utilizada como fondo para ambientar los audios grabados por la autora se obtuvo de la librería de audios de YouTube. Esta librería tiene una oferta muy bien clasificada y de gran calidad sonora, está conformada por cientos de canciones con licencias *Creative Commons* que pueden ser utilizadas en proyectos multimedia; en algunos casos existen requisitos de atribución, pero ninguno de los audios utilizados en este proyecto lo requería. El formato en que se exportó para la aplicación fue mp3.

Cronograma

Pasos a seguir en la elaboración del proyecto:

Primer semestre

- Realizar una investigación de antecedentes de proyectos editoriales interactivos (revisión bibliográfica), que permita identificar y delimitar el proyecto.
- Determinar el público objetivo al cual estaría dirigida esta edición en particular.
- Análisis del texto *Lecciones para volar* en las condiciones actuales, para determinar los elementos principales del argumento que podrían ser “desencadenadores” de otros mensajes, imágenes, animaciones, etcétera.
- Definición de criterios audiovisuales que tendrá el proyecto y objetivos principales para ser alcanzados en términos de la relación ser humano-objeto.

Segundo semestre

- Digitalización del texto y cotejo con lo publicado anteriormente.
- Vaciado de textos en retícula y rediseño del material editorial que permita ubicar y dar contexto a las ilustraciones que serán los “activadores” de Realidad Aumentada.
- Elaboración de las ilustraciones que servirán de marcadores.
- Uniformar normas y criterios en el texto y hacer las correcciones pertinentes.

Tercer semestre

- Elaboración de material multimedia (animación, audio y video). Permitirá definir los límites físicos y factibilidades productivas, así como procesos y costos.
- Desarrollo de prototipo realizando la programación de la Realidad Aumentada.

- Testeo. Se efectúan las pruebas de funcionamiento y calidad. Se realizan diversas versiones de la aplicación, a fin de ir corrigiendo los errores que se van encontrando.

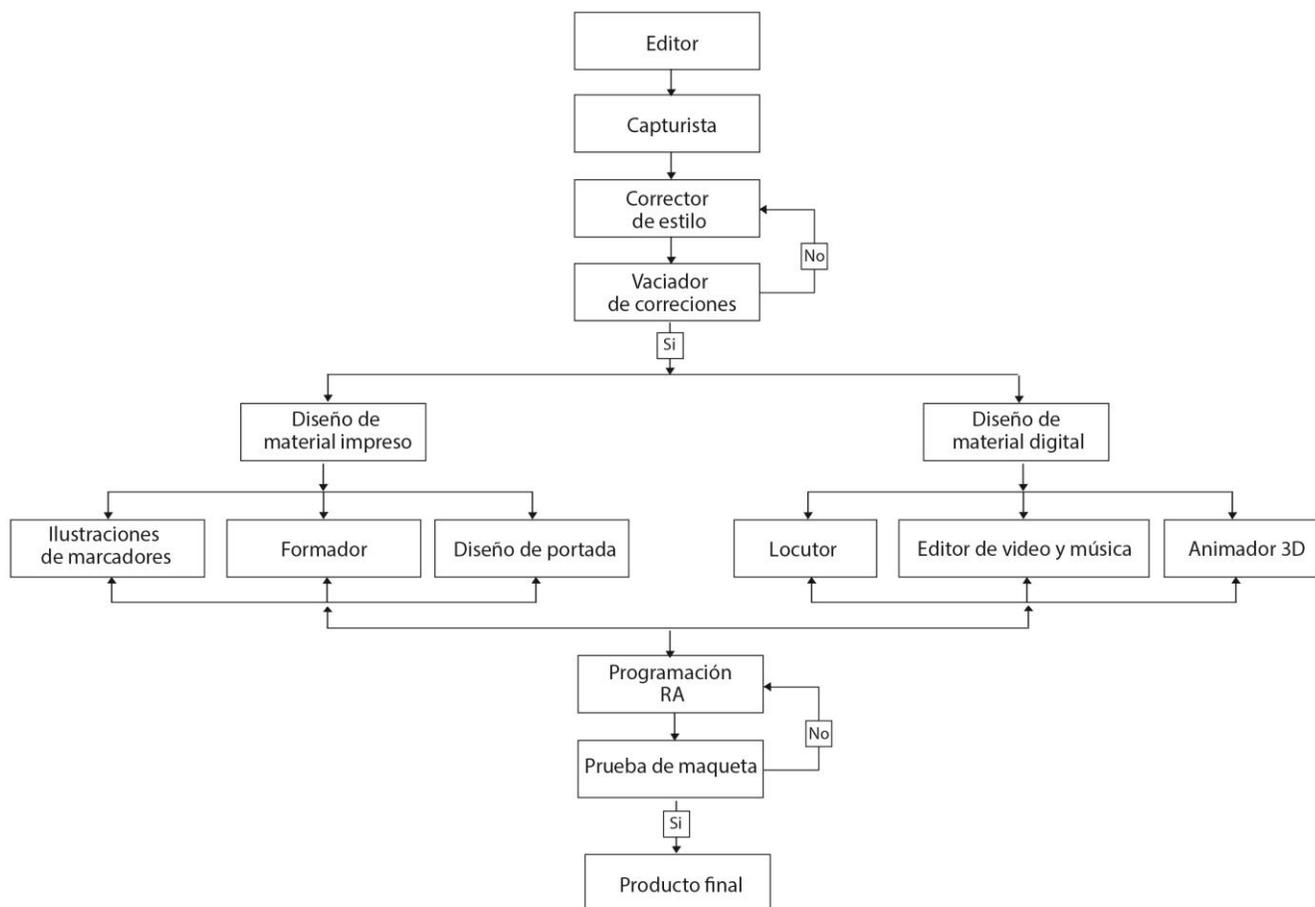
Cuarto Semestre

- Preparar documentos y archivos para la producción.
- Optimización e implementación final.

ACTIVIDAD	1er. SEMESTRE	2do. SEMESTRE	3er. SEMESTRE	4to. SEMESTRE
Investigar antecedentes				
Determinar el público objetivo				
Análisis del texto para localizar activadores				
Propuesta del concepto y criterios visuales				
Texto digitalizado				
Vaciado de retícula y diseño de portada y activadores.				
Elaboración de ilustraciones				
Fase de programación de la RA				
Elaboración de material multimedia				
Elaboración de archivos para la producción				
Medición del impacto de la aplicación final				
Optimización final				

Elaboración de actualizaciones del producto editorial. Una característica que se debe resaltar de la RA es su tecnología flexible y atemporal. La información multimedia que se use se alojará en internet, por lo tanto es posible que con el mismo libro impreso y dispositivo móvil se pueda, con el paso del tiempo, realizar actualizaciones, publicar información diferente o más extensa.

Diagrama de flujo



Costos

Ficha técnica

Medidas: 17 x 24 cm.

Papel: Bond blanco de 90 g

Páginas: 120 cuartillas editoriales / 196 páginas

Portada: Impresión en cuatricromía (4 x 0)

Interiores: Una tinta (1 x 1)

Acabado: Plastificado mate con barniz UV a registro

Encuadernación: Tapa dura

Costos fijos

- Trámite de ISBN ante el INDAUTOR: **\$ 196**
- Escaneo y cotejo del texto: **\$1,400** (\$12 por cuartilla)
- Corrección de estilo y ortotipografía: **\$1,440** (\$12 por cuartilla)
- Rediseño de interiores: **\$3,500**
- Compra de tipografía: **\$3,643**
- Rediseño de portada: **\$1,200**
- 4 ilustraciones complejas: **\$5,600** (\$1,400 por ilustración)
- 2 Ilustraciones sencillas: **\$400** (\$200 cada una)
- Programación de aplicación web para celular con Realidad Aumentada: **\$6,000**
- Material multimedia:
 - 2 videos animados en Flash: **\$2,000**
 - 1 video de la escritora explicando el contenido del libro: **\$1,000**
 - 6 modelos 3D sencillas: **\$4,000**
 - 8 audios que en conjunto duran diez minutos: **\$1,800**
 - Total de material multimedia: \$8,800**

Total de costos fijos: \$ 32,139

Costos variables

Para realizar la cotización se decidió utilizar pliegos de **57 x 87cm**

En cada pliego caben ocho páginas por lado, según se muestra en el acomodo.

16 en total, frente y vuelta.



<u>Papel para forros</u>	<u>Impresión para forros</u>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Couché de 150 g ▪ Costo del pliego: \$6.20 4 forros x pliego ▪ 1,000 ejemplares, merma del 5% ▪ 262 hojas (57 x 87 cm): 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impresión 4 x 0 rebasado ▪ 4 forros x pliego ▪ 4 placas: \$1,680 (\$420 x 4) ▪ 4 entradas (millar): \$2,360 (\$590 x 4)
Total: \$1,627	Total: \$4,040

<u>Papel para interiores</u>	<u>Impresión para interiores</u>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Papel bond eucalipto alta blancura 90 g 57 x 87 cm ▪ 16 paginas x pliego / 188 páginas ▪ 6.3 pliegos x ejemplar más uno (5% de merma) ▪ Costo del millar pliego: \$1,096 ▪ 6,300 pliegos para 1,000 ejemplares (5% de merma) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interiores 1x1 ▪ 6 pliegos por ejemplar ▪ 12 placas: \$4,200 (\$350 placa) ▪ Impresión: \$380 millar x 12: \$4,560
Total: \$ 6,904	Total: \$8,760

<u>Encuadernación:</u>	<u>Acabado:</u>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tapa dura: \$25 por ejemplar 1,050 ejemplares, merma del 5% 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Barniz UV brillante a registro 1,050 ejemplares \$450 x millar. ▪ Plastificado: \$1,500
Total: \$26,250	Total: \$1,950

Resumen

Total costos fijos: \$ **32,139**

Total costos variables: **\$49,531**

Costo total: **\$81,670**

Precio unitario del libro

\$81.67

FACTOR 3	FACTOR 4
PVP: \$245	PVP: \$326.6
40% Descuentos \$98 10% Gastos fijos \$24.5 10% Regalías \$24.5 \$147	40% Descuentos \$130.6 10% Gastos Fijos \$32 10% Regalías \$32 \$186
Ganancia \$98 x libro Total: \$98,000	Ganancia \$194.6 x libro Total:194,600
Punto de equilibrio	
Gasto: \$147,000 / \$245 costo del libro 600 Libros punto de equilibrio	Gasto:\$194,000 / \$310 costo del libro 594 Libros punto de equilibrio

Costos

El costo de los libros de la competencia ronda de \$249 de la editorial Santillana, a \$395 de la editorial Planeta.

El libro de *Lecciones para volar* en su primera edición se vendió en librerías a un costo de \$220 pesos. Para la segunda edición, donde se incluyen ilustraciones y la Realidad Aumentada, el libro con un factor editorial 4 se vendería en \$326. Sin duda tendrá un costo competitivo en relación con la competencia.

Distribución

Los distribuidores son fundamentales para poner los títulos al alcance de los lectores, por eso es importante la correcta elección de los canales de comercialización del libro.

La selección se hizo tomando en cuenta la edad de nuestro público objetivo, y su comportamiento de compra.

Librería Gandhi. Esta cadena de librerías está dirigida al público que busca nuestro producto editorial: mujeres de entre 15 y 50 años, de clase social media y alta, principalmente estudiantes, maestras. Hoy cuentan con más de 40 sucursales en México, en las que se calcula que circulan más de dos millones de personas (*Gandhi*, párr. 1).

A pesar de que nuestro público objetivo es a partir de los 12 años, sabemos que tienen gran influencia en la compra que realizan sus padres, que frecuentan estas librerías.

Descuento: 40 por ciento.

Librerías el Sótano. Abrió sus puertas en 1967. Son librerías de gran prestigio, con la posibilidad de que el cliente tenga contacto directo con los libros expuestos en grandes mesas y exhibidores, ideal para el tipo de producto que se quiere ofrecer. Cuenta con seis

sucursales en la Ciudad de México y su público es de un nivel medio, medio alto, pero aseguran que se adaptan a cualquier tipo de público, “desde el más exigente e intelectual, hasta el más idealista y popular” (*El Sótano*, párr. 1). Descuento: 40 por ciento.

Tiendas departamentales y de autoservicio. Son cadenas con presencia a nivel nacional, con establecimientos que cuentan con espacio para la venta y exhibición de libros y revistas, de los que 48% corresponde a revistas y 52% a libros. Su público es amplio y variado, al que seguramente será de gran atractivo un libro con las características que se ofrecen. Descuento: 45 – 50 por ciento.

Mercadotecnia

Actualmente, es muy difícil que un libro se venda si no viene apoyado por técnicas de *marketing* que combinen medios tradicionales con el uso de las tecnologías de la información y comunicación digital (redes sociales, blogs, *marketing* viral, etcétera.). Es por eso que se decidió trabajar con una mezcla de campaña de *marketing* tradicional junto con una digital.

Estrategia Analógica

Envío de ejemplares de promoción. A críticos y literatos de los medios de comunicación más relevantes, así como instrucciones precisas de cómo descargar y utilizar la aplicación móvil, e incluir una pequeña explicación y justificación del por qué se decidió utilizar la tecnología de Realidad Aumentada en un libro de literatura.

Difusión de información. Envío de portadas, índices, sinopsis... A través de correo electrónico o folleto publicitario a librerías, escuelas, bibliotecas, etcétera. Que aporten la

información necesaria al distribuidor y a la librería, que permitan la correcta distribución del libro.

Ferias nacionales e internacionales: Es un gran escaparate comercial, un medio de presentación privilegiado que ayuda a la venta para un gran número de clientes potenciales. Se recomienda en el stand utilizar monitores y una webcam para mostrar la Realidad Aumentada en tiempo real con los visitantes y en momentos de descanso mostrar los *booktrailer* del catálogo de la editorial.

Impresión de carteles y folletos. Para las librerías y socios comerciales, en el diseño se incluirán las instrucciones de cómo descargar la aplicación de Realidad Aumentada (que no tendrá ningún costo) para que con el mismo cartel pueda disfrutar y conocer esta tecnología, y así, promocionar de forma más atractiva y original el libro.

Estrategia digital

Página web. Incluir el libro en la página web de la editorial como parte del grueso de su catálogo, no sólo de la imagen de la cubierta y de todos los datos descriptivos del mismo, sino también del primer capítulo del libro y comentarios sobre el mismo. Así mismo, incluir una de las ilustraciones del interior del libro para que el usuario pueda imprimirla y probar la Realidad Aumentada. Además, idealmente, el libro deberá disponer de un sitio web exclusivo.

Redes sociales. Facebook y YouTube. Conviene generar espacios para que nuestro público objetivo pueda expresarse, dar su opinión y recomendar. En estas redes se debe de animar a los lectores a que escriban sus experiencias con el libro, e incluso subir fotografías de ellos haciendo uso de la Realidad Aumentada.

Booktubers. Mientras la crítica académica, periodística o especializada en literatura pierde influencia entre las personas que gustan de leer, sobre todo entre los jóvenes lectores, los *booktubers* se han convertido en críticos literarios. Estos jóvenes con sus canales de YouTube cuentan con miles de seguidores que esperan cada semana su próxima reseña y recomendación literaria. Además, cuentan con un alto índice de credibilidad que no se debe ignorar en la estrategia de comercialización de nuestro libro. Es indispensable hacerles llegar una o varias copias del libro y llegar a algún acuerdo para que puedan elaborar su crítica y difundirla en sus canales, ya que gran parte de sus seguidores son nuestros potenciales lectores.

Propiedad intelectual

En nuestro país existen diversas leyes y organismos que protegen el derecho de autor, así como la propiedad industrial. En primera instancia está la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que menciona el derecho de autor dentro de su artículo número 28, dentro del cual indica: “Tampoco constituye monopolios los privilegios que por determinado tiempo se concedan a los autores y artistas para la producción de sus obras y los que para el uso exclusivo de sus inventos se otorgue a los inventores y o perfeccionadores de alguna mejora”.

Dentro del mismo artículo constitucional se hace mención de la Ley Federal de Derecho de Autor, la cual tiene por objeto la protección de los derechos de los autores, de los artistas intérpretes o ejecutantes, así como de los editores y de los productores, en relación con sus obras literarias o artísticas en todas sus manifestaciones, sus interpretaciones o ejecuciones.

Por lo tanto, para salvaguardar la propiedad intelectual de la obra literaria *Lecciones para volar*, objeto de la presente tesis, y restringir el uso que de ella puedan hacer terceros y asegurar la posibilidad de convertirla en objeto de contrato de edición, será necesario registrar la obra ante el Instituto Nacional de Derechos de Autor (INDAUTOR).

Debido a las características del proyecto, al ser una reedición de una obra literaria ya publicada, que tiene algunos cambios de diseño y la adición de material gráfico y multimedia, la obra se registrará como una obra derivada y no primigenia. Según la LFDA en el artículo cuatro menciona “las obras derivadas son aquellas que resulten de la adaptación, traducción u otra transformación de una obra primigenia”.

El producto editorial de *Lecciones para volar* es un libro que consta de seis ilustraciones, texto, y una aplicación móvil que utiliza la tecnología de “Realidad Aumentada”. Por lo tanto, será necesario registrarlo en dos diferentes rubros: como obra literaria derivada (lo que comprende el libro impreso con sus ilustraciones y texto) y como obra tecnológica primigenia (la aplicación web).

En la misma Ley Federal del Derecho de Autor, en el artículo 13 se enlistan las obras de las cuales se reconocen estos derechos. En esta lista, el inciso I corresponde a las obras literarias, y en el inciso XI a las obras de programas de cómputo que especifica en el artículo 101: “Se entiende por programa de computación la expresión original en cualquier forma, lenguaje o código, de un conjunto de instrucciones que, con una secuencia, estructura y organización determinada, tiene como propósito que una computadora o dispositivo realice una tarea o función específica”.

Para realizar el registro el INDAUTOR, tanto de la obra literaria, como del programa de cómputo, es necesario presentarse en sus oficinas con el formato RPDA-01 lleno, dos

copias de la obra, copia de una identificación oficial y recibo de pago por \$196.00 pesos por registro.

Si bien el libro *Lecciones para volar* es una obra derivada, el autor (en este caso, yo) goza plenamente de la totalidad de los derechos, tanto morales como patrimoniales como si se tratara de una obra primigenia. Sin embargo, el derecho de uso y explotación de la obra derivada estará siempre condicionada a la autorización previa del autor o titular de los derechos correspondientes sobre la obra primigenia. (Carrillo)

Así lo menciona el artículo 78 de la LFDA:

Las obras derivadas, tales como arreglos, compendios, ampliaciones, traducciones, adaptaciones, paráfrasis, compilaciones, colecciones y transformaciones de obras literarias o artísticas, serán protegidas en lo que tengan de originales, pero sólo podrán ser explotadas cuando hayan sido autorizadas por el titular del derecho patrimonial sobre la obra primigenia, previo consentimiento del titular del derecho moral, en los casos previstos en la Fracción III del Artículo 21 de la Ley.

Actualmente, los derechos patrimoniales de la obra primigenia los tiene la editorial Ediciones B por dos años más, a partir de la celebración de un contrato con la autora Lilyán de la Vega por cinco años, del 2012 al 2017. Por lo tanto, será necesario elaborar un contrato de cesión de derechos para obtener la titularidad derivada, pues “son titulares derivados aquellas personas naturales o jurídicas que han adquirido por cualquier medio de transmisión legal el ejercicio de los derechos de autor, pero sólo en su faceta patrimonial, es decir, los derechos de uso y explotación de la obra de que se trate” (Caballero 18).

Por otro lado, también será necesario registrar de forma independiente cada una de las ilustraciones como obra pictórica o de dibujo, según la clasificación establecida en el artículo 13 de la LFDA. (Serrano)

En el caso de las ilustraciones, se realizará un contrato por obra determinada con el ilustrador, por la realización de seis ilustraciones (primigenias) que servirán de marcadores para la Realidad Aumentada. En el contrato, el ilustrador cede los derechos de explotación a la editora para la publicación de su trabajo en la obra literaria.

El contrato menciona las partes que lo celebran, detallando el consentimiento del ilustrador —que se hace constar de manera escrita— y el objeto del contrato (las ilustraciones). También se enuncian los elementos que en términos legales le dan validez, como son que ambas partes tienen capacidad legal, que el consentimiento del ilustrador se ha otorgado libremente (sin presión, violencia o engaño) y que existe un motivo para llevar a cabo el contrato (la cesión de derechos de la publicación de las ilustraciones).

Contrato de cesión de derechos de las ilustraciones

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES DE ILUSTRADOR QUE CELEBRAN, POR UNA PARTE **CARLA MELISA PASOS VAZQUEZ**, EN LO SUCESIVO **LA EDITORA**, Y POR LA OTRA PARTE **MARCO ANTONIO MANCILLA MORENO**, EN LO SUCESIVO **EL ILUSTRADOR**, DE ACUERDO CON LAS DECLARACIONES SIGUIENTES:

DECLARACIONES

I. DE LA EDITORA:

1. Que es una persona física que cuenta con Registro Federal de Contribuyentes número CMPV820214G52 ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Y señala como su domicilio para efectos del presente contrato, el ubicado en Privada Lindon B Johnson No. 5-b Col. Chamilpa, Cp. 62210 en Cuernavaca, Morelos.
2. Que es su deseo adquirir los derechos de uso y explotación de LA OBRA (ocho ilustraciones), para incluirla en la publicación titulada *Lecciones para Volar*, en lo sucesivo LA PUBLICACIÓN, para lo cual está de acuerdo en sujetarse a las cláusulas de este contrato.

II. DEL ILUSTRADOR:

1. Que es una persona física con capacidad para contratar, que es el propietario de las ocho ilustraciones de que se habló en la declaración anterior.
2. Que cuenta con Registro Federal de Contribuyentes número MMM8401271M5¹¹ ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Y señala como su domicilio para efectos del presente contrato, el ubicado en Calle Nueva China, Colonia Lomas de Cortes, C.P. 62270, en Cuernavaca, Morelos.
3. Que es titular de los derechos de autor de las ocho ilustraciones antes mencionadas, en lo sucesivo LA OBRA, que es obra original y que goza de todos los derechos morales y patrimoniales inherentes a la misma, y que está de acuerdo en ceder los derechos patrimoniales que conforme a la Ley Federal del Derecho de Autor le corresponden.
4. Que LA OBRA fue realizada por encargo mediante remuneración económica previa a este contrato, y como resultado de una relación laboral con LA EDITORA.

Expuesto lo anterior, las partes celebran el presente contrato al tenor de las siguientes:

CLÁUSULAS

PRIMERA.- EL ILUSTRADOR cede a favor de LA EDITORA los derechos patrimoniales de LA OBRA, la cual formará parte de LA PUBLICACIÓN.

SEGUNDA.- Los derechos patrimoniales cedidos mediante este instrumento a favor de LA EDITORA incluyen los derechos de:

- . a) edición, reproducción, publicación y fijación material de LA OBRA en ejemplares impresos de LA PUBLICACIÓN.
- . b) distribución de LA OBRA a través de la venta de ejemplares de LA PUBLICACIÓN.

TERCERA.- Los derechos otorgados a LA EDITORA a través de este instrumento, se entienden cedidos en términos del artículo 43 de la Ley Federal del Derecho de Autor, en virtud de la naturaleza de la obra.

CUARTA.- El incumplimiento de las obligaciones emanadas de este contrato, por cualquiera de las partes, faculta a la otra parte para demandar la rescisión del mismo sin responsabilidad alguna de su parte.

QUINTA.- El presente contrato se rige por las disposiciones contenidas en la Ley Federal del Derecho de Autor y en el título décimo, capítulo segundo, libro sexto del Código Civil vigente para el Estado de Morelos, por lo que no se adquieren otros derechos distintos a los aquí consignados.

SEXTA.- Cada una de las partes cubrirá los impuestos y/o derechos federales o locales que, conforme a la legislación fiscal vigente, le correspondan.

SÉPTIMA.- Para la interpretación y cumplimiento del presente contrato, las partes se someten expresamente a las leyes, jurisdicción y competencia de los tribunales de la ciudad de Cuernavaca, Morelos, y hacen formal su renuncia a la competencia que por razón de su

domicilio o cualquier otra causa pudiera corresponderles en el presente o en el futuro.

Leído que fue el presente contrato, las partes lo ratifican y firman en la ciudad de Cuernavaca, Morelos a los _____ días del mes de _____ del año _____.

EL ILUSTRADOR _____

LA EDITORA _____

TESTIGO 1 _____

TESTIGO 2 _____

Manual de estilo editorial

Presentación de originales

Características generales

El material original entregado por el autor debe estar capturado en el procesador de textos Word. En la configuración de la página, el texto debe estar justificado y las páginas numeradas. Cada cuartilla tendrá aproximadamente 25 líneas y 60 golpes por línea.

El original debe entregarse en dos presentaciones: en formato impreso y electrónico. El impreso debe presentarse en hojas de papel blanco tamaño carta, impreso en una sola cara a doble espacio. El electrónico en una memoria USB o enviarlo por correo electrónico. También debe incluir el material gráfico (cuadros, gráficas, fotografías, ilustraciones) como parte del texto en la versión impresa y por separado en la versión electrónica.

Material gráfico

Los gráficos, ilustraciones y fotografías deben enviarse siempre a 300ppp de resolución. Modo de color CMYK, a menos que sean fotografías en blanco y negro, en cuyo caso serán a escala de grises.

Formato

Tipografía: Times New Román.

Tamaño: 12 puntos texto.

- 11 puntos citas textuales.

- 10 puntos notas y referencias.

Interlineado: doble.

Folios: inferiores, a la derecha.

Notas de referencia: a pie de página.

Bibliografía: al final del documento.

Criterios editoriales

Signos de puntuación

- Nunca colocaremos una coma entre el sujeto y verbo.
- Evitaremos el uso de abreviaturas y signos (#, \$, =).

Comillas

- Únicamente recurriremos a las comillas en los diálogos cuando deseemos resaltar palabras u oraciones que se estén empleando con un tono específico.

Ejemplo: *Sabina recordó: “Nadie puede aprender a volar sola, necesita de las otras”.*

Coma

Usaremos coma:

- Para enumerar elementos de una serie de tres o más.

Ejemplo: *“Alegría”, “autenticidad”, “entusiasmo”, “gozo”, se podía leer en el aire.*

- En aquellas excepciones en las que se altere el orden sujeto + verbo + complemento y este último (o parte de él) se coloque al principio de la frase para adelantar alguna información.

Ejemplo: *Feliz, Sabina entendió lo que su abuela quería decirle.*

- Después de las expresiones por último, enseguida, sin embargo, finalmente, sin duda, no obstante, en consecuencia, por tanto, etcétera.

Ejemplo: *Y sin embargo, la palabra es poderosa y quienes la dominan lo han logrado.*

Punto y coma

Usaremos punto y coma:

- Para yuxtaponer dos oraciones estructuralmente independientes que guarden una estrecha relación entre sí.

Ejemplo: *Cultiva el don de la generosidad con dos rituales, uno es hacia afuera; el otro hacia adentro.*

- Para distinguir dos o más series de enumeraciones que incluyan elementos separados por comas.

Ejemplo: *Conocerlo a la vista y al tacto, familiarizarte con él, apreciarlo, aceptarlo, disfrutarlo y amarlo; y conocerlo en sus sutilezas para advertir las señales de que está enfermo o en riesgo de perder la salud.*

- En una serie de nombres, cuando cada uno de ellos vaya acompañado de alguna característica o información que lo describa.

Ejemplo: *Lorena y su hija Andrea, sus amigas de toda la vida; Elba, esa amiga de su mamá con la que siempre se divertía;*

Dos puntos

Usaremos dos puntos:

- Antes de una enumeración explicativa.

Ejemplo: *Tenía una leyenda en el marco que decía: Siempre cuentas conmigo.*

- Entre una oración general y otra que la compruebe, la amplifique o resulte de ella.

Ejemplo: *Hacer los preparativos para el último de los Sabbats: el ritual de la Encina Sagrada.*

- Entre una idea y su definición conceptual.
- Cuando lo que siga pueda ser un reflejo de lo anterior.

Ejemplo: *Ella se dejaba guiar por las señales de la vida: alguna razón habría y era seguro que pronto la iban a descubrir.*

Puntos suspensivos

- Los puntos suspensivos constituyen un solo signo ortográfico, formado por tres puntos (...), no más.
- El que una palabra esté precedida de puntos suspensivos no implica que haya de llevar mayúscula inicial. La llevará o no según corresponda a las normas generales sobre el uso de mayúsculas.

Ejemplo: *Lo iban a disfrutar tanto.... Además, ¿qué importaba estar en un lugar o en otro?*

- Evitaremos el uso de puntos suspensivos en las descripciones.
- Únicamente recurriremos a los puntos suspensivos en los diálogos, para indicar que el personaje habrá de hacer una pausa con valor dramático (miedo, duda, suspenso).

Ejemplo: *Quiero aprender a volar... ¿Dónde estás?*

Signos de interrogación y exclamación

Se tomará en cuenta:

- La apertura de un signo de interrogación o exclamación no implica que la palabra que le sigue haya de llevar mayúscula inicial. La llevará o no según corresponda a las normas generales sobre el uso de mayúsculas.

Ejemplo: —*Ay, mamá... ¿ni uno?*

- Después de cerrar una frase interrogativa o exclamativa no colocaremos punto. Sí, en cambio, podremos colocar una coma o punto y coma.

Ejemplo: *¿Por qué no viniste a la escuela? Te perdiste del mejor partido de fútbol.*

- En caso de que una frase sea exclamativa e interrogativa a la vez, usaremos ambos signos al principio y al final.

Ejemplo: *¡¿Te lo robaste?!*

Acentuación

- Respetaremos las normas de acentuación prosódica y ortográfica establecidas por la Real Academia.
- No se acentuará el adverbio “solo”.
- No se acentuará la palabra “video”

Ejemplo: *Fue solo un sueño.*

- *Él, mí y tú* llevarán tilde cuando funcionen como pronombres personales; *mi y tu* no llevarán tilde cuando funcionen como pronombres posesivos.

Mayúsculas

Usaremos mayúsculas:

- Llevará acento gráfico todas las mayúsculas que lo requieran, de acuerdo con las reglas de acentuación.
- En los títulos y encabezados.
- En el caso de instituciones o nombres propios que no sean de personas, solo irán en mayúsculas cuando se escriban completos.

Ejemplo: *Se trataba de la Estación Espacial Internacional de la NASA.*

- En la letra que se coloque después de puntos suspensivos, cuando estos hayan finalizado un enunciado.

Ejemplo: —¿No? *Qué raro... A ver, vamos* —dijo condescendiente.

No usaremos mayúsculas:

- En las iniciales de los nombres de los días de la semana, meses y estaciones del año.

Ejemplo: ¿2 de febrero? *Su abuela estaba perdida, si ya estaban en marzo.*

Cursivas

- En los extranjerismos que no han sido incorporados al idioma.

Ejemplo: *Treat or trick! Treat or trick!*

- En los sustantivos que, de acuerdo con ciertos regionalismos, estén funcionando como adjetivos o como locuciones adverbiales.

Ejemplo: Terminó la tarea al *aventón*.

- Para indicar alguna pronunciación incorrecta que, de acuerdo con el perfil del personaje, deba respetarse.
- En las onomatopeyas.

Números

- Del 0 al 9 se usará letra y del 10 en adelante se usarán números
- Las fechas se escriben con número.

Ejemplo: *Hoy no es 2 de febrero, sino 22 de marzo.*

- Las horas se escriben con número.

Término wifi

- Wifi será la forma correcta de escribirlo.
- No se escribirá en cursiva.
- El término wifi se empleará tanto en masculino como en femenino, en función del sustantivo al que haga referencia.

Ejemplo: *la (zona) wifi* o *el (sistema) wifi*.

Término redes sociales (Facebook, Twitter)

- La inicial se escribirá en mayúscula
- No se escribirá en cursiva.

Debido al público objetivo es necesario que estos términos parezcan “naturales” en la lectura, por eso se decidió no distinguirlos del resto del texto.

Frases y léxico

- Suprimir gerundios de posterioridad.
- Evitar las cacofonías.
- Reducir incisos.
- Construir periodos breves, de tres, cuatro o hasta cinco líneas máximo, e iniciar uno nuevo.

Referentes

- Hacer explícitos los referentes y no extraviarlos en el desarrollo del texto, para evitar expresiones ambiguas y de sentido vago.

Epígrafes

- En cursivas, a la derecha.

Obras citadas

Aguilar Sosa, Yanet. “eBook en México: Las razones del rechazo”. *El Universal*. 5 de noviembre de 2012. Cultura. Web.

Azuma, Ronald T. *A Survey of Augmented Reality*. California: Hughes Research Laboratories, 1997. Web.

Brown, Millward. *Segundo estudio de usos y hábitos de dispositivos móviles en nuestro país*. México: IAB, 2012. Web.

Caballero Leal, José Luis. *Derecho de autor para autores*. México: México: FCE, CERLALC, 2004. Impreso

Carrillo Toral, Pedro. *El derecho intelectual en México*. México: Plaza y Valdés Editores, 2002. Impreso.

Cosgaya, Pablo y Marcela Romero. “Clasificación, elección y combinación de familias” *Open Educational Resources for Typography*. 23 de enero de 2013. Web. Consultado el 30 de noviembre de 2016. <<http://www.oert.org/clasificacion-eleccion-y-combinacion-de-familias/>>.

Cox, Erin L. “Designing books for tomorrow’s readers: how Millennials consume content”. *Publishing Perspectives and Publishing Technology*. Abril de 2015. Web. Consultado el 30 de noviembre de 2016. <<http://publishingperspectives.com/wp-content/uploads/2015/04/White-Paper-How-Millennials-Consume-Content.pdf>>.

De La Vega, Lilyán. *Lecciones para volar para una bruja moderna*. México: Ediciones B, 2013. Impreso.

“Encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales”. *Cultura*. Secretaría de cultura. 30 de octubre de 2014. Web. Consultado el 30 de noviembre de 2016. <http://www.cultura.gob.mx/encuesta_nacional/#.V8zt5fnhDIU>.

“Historia”. *Gandhi*. S/F: Web. Consultado el 30 de noviembre de 2016. <<https://www.gandhi.com.mx/acercade/historia>>.

Ley Federal del Derecho de Autor. México: Sista, 2006. Impreso.

Middendorp, Jan. “The Thesis Project”. *Lucas Fonts*. 2008. Web. Consultado el 30 de noviembre de 2016. <<http://www.lucasfonts.com/home/>>.

Obiols, Nuúria. *Mirando Cuentos. Lo visible e invisible en las ilustraciones de la literatura infantil*. Barcelona: Laertes, 2004. Impreso.

“Ogg”. *Wikipedia*. 27 de agosto de 2015. Web. Consultado el 30 de noviembre de 2016. <<https://es.wikipedia.org/wiki/Ogg>>.

Rangel Medina, David. *Derecho Intelectual*. México: UNAM, 1998. Impreso.

Romero Girón, Mónica. “De la literatura a la ilustración. De la ilustración a la literatura”. *Reflexiones marginales*. S/F. Web. Consultado el 30 de noviembre de 2016. <<http://reflexionesmarginales.com/3.0/22-de-la-literatura-a-la-ilustracion-de-la-ilustracion-a-la-literatura/>>.

Romero, Marcela. “Tipografía y proporciones”. *Open Educational Resources for Typography*. 10 de enero de 2012. Web. Consultado el 30 de noviembre de 2016. <<http://www.oert.org/tipografia-y-proporciones/>>.

Sáinz Peña, Rosa María (coord.). *Realidad aumentada: una nueva lente para ver el mundo*. Madrid: Planeta / Fundación telefónica / Ariel, 2011. Web.

Serrano Magallón, Fernando. *Nueva Ley Federal del Derecho de Autor*. México: Porrúa, 1998. Impreso.

“Tiendas”. *El Sótano*. S/F. Web. Consultado el 30 de noviembre de 2016. <<https://www.elsotano.com/tiendas.php>>.

Webster, Anthony et al. “Augmented Reality in Architectural Construction, Inspection, and Renovation”. *Columbia University*. S/F. Web. Consultado el 30 de noviembre de 2016. <<http://www.columbia.edu/cu/gsap/BT/RESEARCH/PAPERS/ar-asce.html>>.

Cuernavaca, Morelos, a 26 de enero de 2018.

Psic. Akaschenka Parada Morán

Secretaria Ejecutiva

Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales

Universidad Autónoma del Estado de Morelos

P R E S E N T E

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis "**Realidad Aumentada como potencializador de nuevos productos editoriales**" que presenta la alumna:

Carla Melisa Pasos Vázquez

Para obtener el grado de Maestra en Producción Editorial. Considero que dicha tesis está terminada, por lo que doy mi **voto aprobatorio** para que se proceda a la defensa de la misma.

Baso mi decisión en lo siguiente:

La estudiante hizo un trabajo de realidad aumentada original y de calidad. El proyecto está bien estructurado y justificado, cumpliendo así con los requisitos del posgrado.

Sin más por el momento, quedo de usted

A t e n t a m e n t e



Mtra. Zazilha Lotz Cruz García

Cuernavaca, Morelos, a 15 de marzo de 2018

Mtra. Zazilha Lotz Cruz García
Coordinadora de Posgrado en Producción Editorial
Facultad de Humanidades
Universidad Autónoma del Estado de Morelos
PRESENTE

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis "**Realidad Aumentada como potencializador de nuevos productos editoriales**", que presenta:

Carla Melisa Pasos Vázquez

para obtener el grado de Maestro/a en Producción Editorial. Considero que dicha tesis está terminada por lo que doy mi **voto aprobatorio** para que se proceda a la defensa de la misma.

Bajo mi decisión en lo siguiente:

La tesis cumple los lineamientos del trabajo de titulación y se explican adecuadamente los procesos por los que pasó el producto desde la etapa de su planeación. El producto es pertinente y tiene un lector definido, lo cual impacta en que sea coherente y tenga unidad de sentido. La realización del producto es adecuada.

Sin más por el momento, quedo de usted

Atentamente



Dra. Irene Fenoglio Limón
PITC
CIIHu

21 de abril de 2016

Mtra. Zalzilha Lotz Cruz García
Coordinadora de Posgrado en Producción Editorial
Facultad de Humanidades
Universidad Autónoma del Estado de Morelos
PRESENTE

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis "**Realidad aumentada como potencializador de nuevos productos editoriales**", que presenta:

Carla Melisa Pasos Vázquez

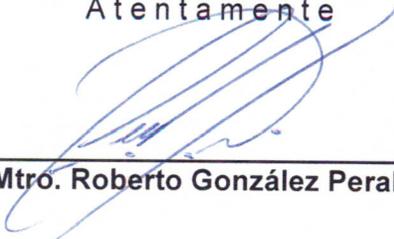
Para obtener el grado de Maestra en Producción Editorial. Considero que dicha tesis está terminada por lo que doy mi **voto aprobatorio** para que se proceda a la defensa de la misma.

Bajo mi decisión en lo siguiente:

Después de la lectura de dicha tesis, concluyo que el trabajo cumple con los lineamientos establecidos para fundamentar y justificar el producto editorial y que éste se apega a las normas y criterios editoriales que la alumna elaboró durante el programa.

Sin más por el momento, quedo de usted.

Atentamente



Mtro. Roberto González Peralta

Cuernavaca, Morelos a 25 de abril del 2016

Mtra. Zazilha Lotz Cruz García
Coordinadora de Posgrado en producción Editorial
Facultad de Humanidades
Universidad Autónoma del Estado de Morelos
PRESENTE

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis "**Realidad aumentada como potencializador de nuevos productos editoriales**" que presenta la alumna:

Carla Melisa Pasos Vázquez

Para obtener el grado de Maestra en Producción Editorial. Considero que dicha tesis está terminada por lo que doy mi **voto aprobatorio** para que se proceda a la defensa de la misma.

Baso mi decisión en lo siguiente:

El trabajo cumple de manera satisfactoria con los lineamientos estipulados para una tesis de maestría. El manejo del tema es apropiado, el proyecto da cuenta de todos los elementos considerados en el producto.

Sin más por el momento, quedo de usted

Atentamente


Dra. Lucille Herrasti y Cordero

Cuernavaca, Morelos a 11 de mayo de 2016.

Mtra. Zazilha Lotz Cruz García
Coordinadora de Posgrado en Producción Editorial
Facultad de Humanidades
Universidad Autónoma del Estado de Morelos
PRESENTE

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis **Realidad Aumentada como potencializador de nuevos productos editoriales.**, que presenta la alumna:

Carla Melisa Pasos Vázquez

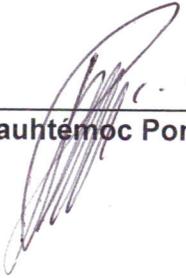
Para obtener el grado de Maestra en Producción Editorial. Considero que dicha tesis está terminada por lo que doy mi **voto aprobatorio** para que se proceda a la defensa de la misma.

Bajo mi decisión en lo siguiente:

Considero que el producto editorial ha sido planeado y realizado con un alto criterio en diseño, estructura e investigación, obteniendo como resultado un producto editorial que cumple con todas las expectativas editoriales necesarias.

Sin más por el momento, quedo de usted

Atentamente



Mtro. Héctor Cuauhtémoc Ponce de León Méndez