



PREPRODUCCIÓN

Antonio González



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

PREPRODUCCIÓN

Unidad de
Aprendizaje

DISEÑO EDITORIAL DIGITAL

Antonio González García

UA DISEÑO EDITORIAL DIGITAL

OBJETIVO

Aplicar los conceptos formales del diseño editorial, en el desarrollo de proyectos editoriales *generados, expuestos y consultados a través de recursos tecnológicos digitales* (FAD, 2015).

Unidad 1. Preproducción

Unidad 2. Producción

Unidad 3. Postproducción



UNIDAD 1: PREPRODUCCIÓN

OBJETIVO

Establecer los conocimientos y parámetros necesarios para el Desarrollo de un Objeto Editorial Digital, mediante el reconocimiento de las áreas y actores que intervienen en el proceso.





UNIDAD 1: PREPRODUCCIÓN

Contenidos

Contenidos:

- 1.1 Actores (¿Quiénes y qué áreas intervienen en el desarrollo de una Publicación Digital?)
 - 1.1.1. Consejo Editorial define el tipo de contenidos Administrativos (Qué hacen)
 - 1.1.2. Producción
- 1.2. El Documento Digital
 - 1.2.1. Documento y publicación digital
 - 1.2.2. Análisis del entorno actual respecto de las publicaciones digitales.
 - 1.2.3. Tipos de documentos digitales (libros, revistas, catálogos), sus usos y su distribución.
 - 1.2.4. Librerías digitales y acceso a documentos y publicaciones digitales.
- 1.3. Proceso multidisciplinario de Planeación (Planeación, gestión y preparación de recursos)
 - 1.3.1. Evaluación de requerimientos del proyecto.
 - 1.3.2. Áreas de interés en el desarrollo y generación de una publicación digital.
 - 1.3.3. Gestión y preparación de recursos: humanos, financieros, técnicos, legales.
- 1.4. Contexto: Planeación de costos / Beneficios esperados y alcances:
 - 1.4.1. Temática de la Publicación.
 - 1.4.2. Tipo de usuario o lector meta.
 - 1.4.3. Plataforma de lectura.
 - 1.4.4. Planeación de costos.
 - 1.4.5. Beneficios esperados.
 - 1.4.6. Alcances.
- 1.5. Vinculación de la Publicación Digital con Comunicación Integral de Mercadotecnia (Planeación de estrategias Publicitarias, Promocionales, etc.)
 - 1.5.1. Estrategias publicitarias y promocionales.
 - 1.5.2. Estrategias Promocionales de Social Media (Marketing)
 - 1.5.3. Comunicación con los usuarios-lectores.
 - 1.5.4. Evaluación de funcionalidad.
- 1.6. Recomendaciones para la vigencia de Publicaciones.
 - 1.6.1. Normas para publicación de revistas digitales, libros y catálogos

GUIÓN EXPLICATIVO

A) La diapositiva 6 corresponde a una breve introducción a las publicaciones digitales, interactuar con los alumnos para tener un panorama general del tema y hacer un diagnóstico de lo que comprenden y saben entorno al tema.

B) De la diapositiva número 7 a la 9 se mencionará a los actores que intervienen en el proceso de una publicación digital, así como el equipo editorial que apoya para la publicación de esta.

C) De la diapositiva 10 a la 26 se revisará el documento digital, cual es el panorama en la actualidad, tipos de documentos y el acceso y distribución de los mismos.

D) De la diapositiva 27 a la 34 se presentan el Proceso Multidisciplinario de Planeación.

Dinámica: Se mostrará la información general del proceso planeación, evaluación de requerimientos y gestión y preparación de recursos necesarios para un proyecto editorial digital.

E) En la diapositiva 35 se revisará el Contexto: Planeación de costos / Beneficios esperados y alcances.

Dinámica: Se revisará un caso de estudio y a partir de este se desarrollará un planteamiento de proyecto editorial digital.

F) De la diapositiva 36 a la 44 se abordará la Vinculación de la Publicación Digital con Comunicación Integral de Mercadotecnia.

G) En la diapositiva 45 se abordará la vigencia de las publicaciones digitales.

Dinámica: Complementar el proyecto de diseño editorial digital a través de una revisión de las normas para publicaciones digitales.

Se recomienda distribuir las diapositivas a lo largo de la Unidad 1 para que los alumnos vayan asimilando los contenidos y se complementen con ejemplos y ejercicios de los temas expuestos en clase para tener una visión amplia de la importancia de la preproducción en el diseño editorial digital.

INTRODUCCIÓN

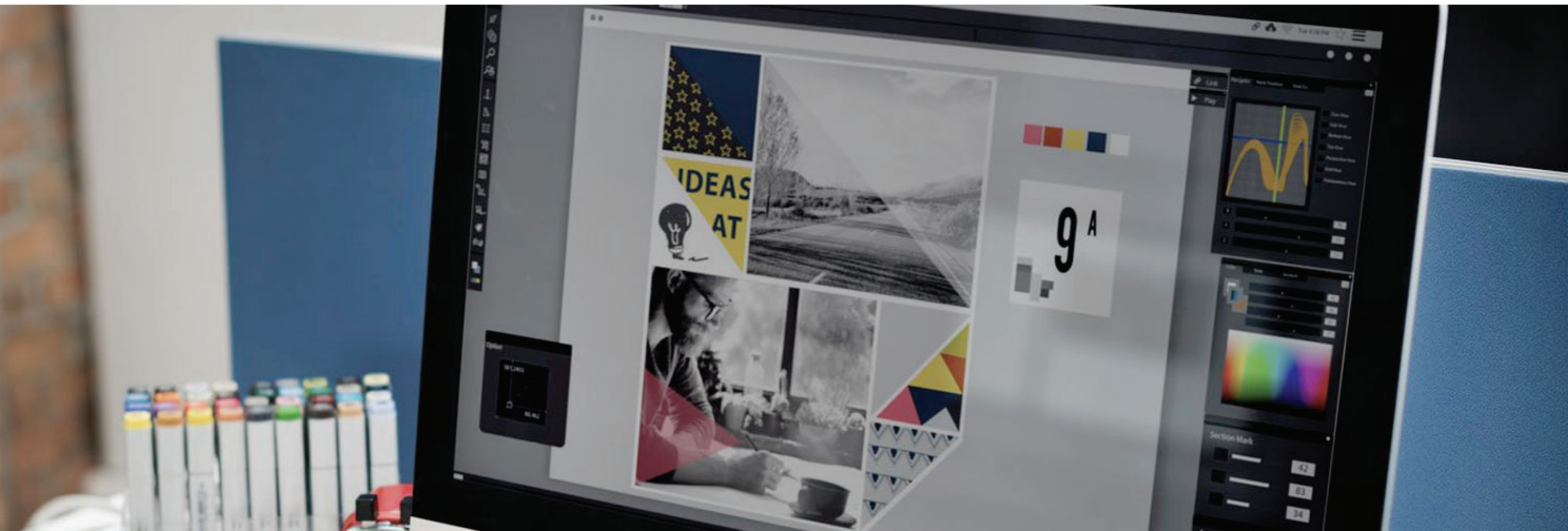
Las publicaciones digitales son en esencia un producto editorial similar al los productos impresos, pero que son visualizados a través de un dispositivo digital; “[...] aquella que se inicia en formato electrónico, es decir, su planteamiento, edición y procesamiento se realizan mediante programas y computadoras” (Travieso, 2003).

Una publicación digital requiere de una estructura coherente y estética que se adapte a los dispositivos de lectura digital, a través de la hipertextualidad donde el orden de lectura es multimodal.



ACTORES

¿Quiénes y qué áreas intervienen en el desarrollo de una **Publicación Digital**?



La publicación editorial requiere de un equipo de trabajo que estará en función del tipo de publicación, del número de personas que integren el equipo editorial y de cómo se organice éste.

Consejo editorial: Determina que tipo de publicación se editará, con que contenidos, que periodicidad, cuales son sus alcances, cómo se comercializará, etc.

Dirección Editorial o Coordinación Editorial: Coordina procesos editoriales. Realizar tareas operativas para planificar, compaginar y controlar todos los procesos y profesionales que intervienen en la **producción digital**.



Área de producción: Produce y da formato al material necesario para el proyecto. Se encarga de la digitalización, corrección, formato y nomenclatura de los archivos. Intervienen varios profesionales: correctores de estilo, especialistas en digitalización, corrector de imágenes, bibliotecólogos, etc.

Área de diseño: Responsable de la maquetación de la publicación de acuerdo con las instrucciones, diseña la interfaz de la publicación y contempla el tipo de interacción que tendrá la publicación, así como la distribución.

Área de programación: Integración y funcionalidad de las diferentes partes de la publicación. Así como la comunicación entre la interfaz y una base de datos a través de formularios, buscadores u otros elementos.



Conocer esta estructura es muy importante ya que de esto dependerá el éxito o fracaso de una publicación.

DOCUMENTO DIGITAL

Es la representación en medio digital de un documento, contenido, textos, imágenes, sonidos, videos.

Un documento digital tiene información codificada en bits y para leer, visualizar o grabar la información se precisa de un dispositivo que transmita o grabe información codificada en bits.



Características del medio	Publicación tradicional	Publicación digital
Temporalidad y velocidad de distribución	El tiempo de imprenta es insalvable. La distribución depende de medios físicos.	Puede publicarse inmediatamente. Puede tocar temas de relevancia instantánea.
Alcance	Hasta donde llegue físicamente.	Hasta donde haya computadoras y conexión.
Costos	La impresión puede ser cara, hay una cierta relación entre los ejemplares y el costo.	No presentan costos de impresión. Existen costos en (servidores, conexión, etc.). Una vez publicadas, no hay diferencias en la cantidad de copias.



Resguardo legal	Claramente reglamentado.	Todavía el status legal está muy poco definido. Existen sistemas en prueba para evitar copia ilegal.
Lenguaje Hipertexto y Comunicación hipermedial	Texto. Imágenes.	Texto. Hipertexto. Imágenes. Sonido. Video.
Percepción actual de la información	Cada publicación tiene su lugar y credibilidad	El valor de cada una no es claro
Generación y edición	Pocas diferencias	Pocas diferencias. Mayores facilidades para la edición
Administración	Difícil por el volumen físico involucrado. Suele ser poco o nada.	Mucho más práctico. Existen herramientas poderosas.
Publicación y distribución	No se requiere más que de la imprenta, pero la distribución está ligada al transporte físico.	No existe la imprenta, pero son necesarios servidores, conexión, apps, etc.
Reutilización	Repetición Molesta o difícil.	Grandes posibilidades de reprocesar la información.

(Travieso, 2003)

ANÁLISIS DEL ENTORNO ACTUAL respecto a las publicaciones digitales

El entorno de las publicaciones digitales se ha vuelto cada día más grande, la distribución masiva a través del uso del internet ha desatado un auge de estas publicaciones de diferentes tipos, contenidos y formatos.

La variedad de dispositivos móviles ha incentivado diversas maneras de diseñar, procesar y distribuir objetos editoriales digitales; y los usuarios han sido parte fundamental de este desarrollo tanto en el consumo como en la interacción con la sociedad.



CONTENIDO INTERACTIVO

“El futuro de las publicaciones digitales lo están marcando los propios usuarios, que buscan contenido que puedan consumir de un modo rápido, ágil y también muy intuitivo. En muchas ocasiones, la publicación digital no da respuesta a estas necesidades de los usuarios, que optan por consumir contenido en redes sociales o webs” (Diez y Kenig, 2014).



DOCUMENTOS DIGITALES

Tipos de documentos editoriales digitales (libros, revistas, catálogos), sus **usos** y su **distribución**.

Así como de los formatos que se utilizan para su publicación (pdf, ebooks, tablets, apps, epub, html, swf), de acuerdo a esto los principales formatos son los siguientes:



ARCHIVOS: PDF

La distribución de archivos pdf puede considerarse el primer acercamiento al libro electrónico. La principal ventaja de estos archivos es que guardan su forma, independientemente del dispositivo tecnológico en el que sea visualizado, y son compatibles con casi todos.

PDF interactivo

Aporta la posibilidad de implementar una cierta interactividad. Podemos añadir botones, links, audio, video, diseñar formularios, etc. Esto lo hace ideal para portafolios interactivos, formularios básicos, papelería corporativa en formato digital, etc.



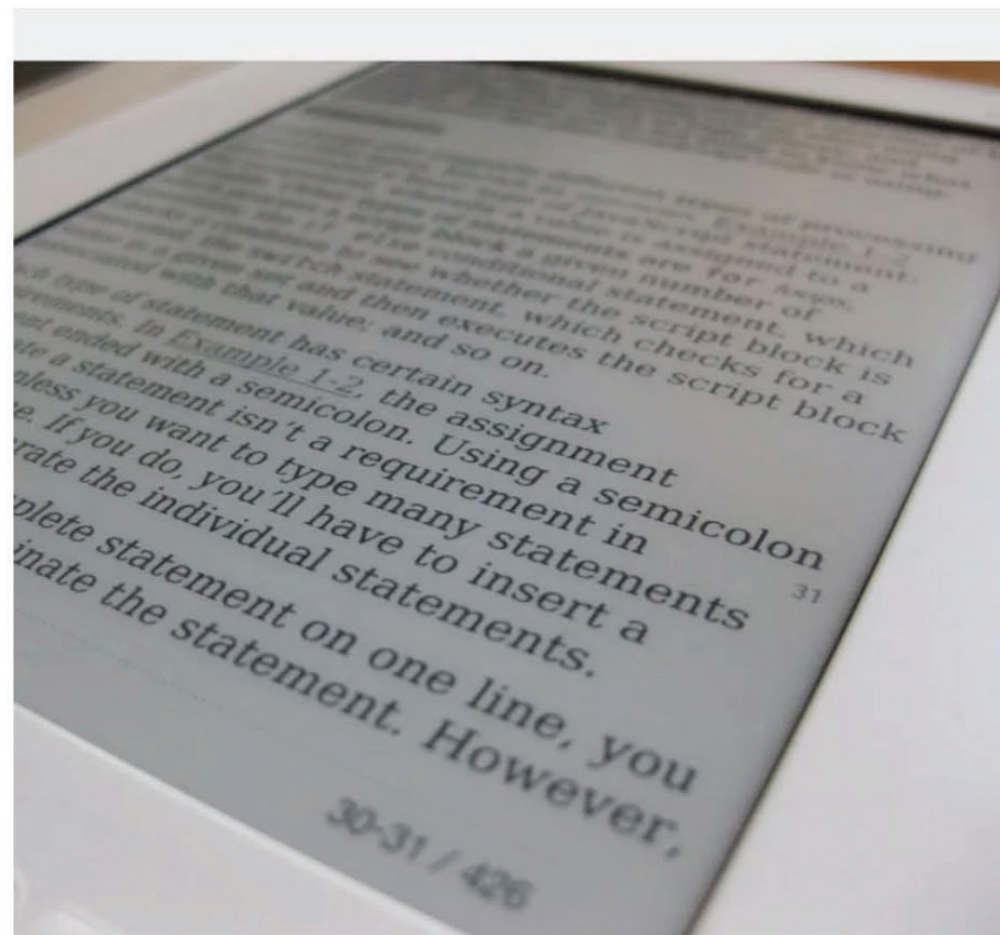
LIBRO ELECTRÓNICO (eBook)

Es un libro de texto corrido (novela, ensayo, etc.) y quizás alguna imagen esporádica, que se lee a través de un eReader. Normalmente se distribuye en formato ePub; Amazon y su Kindle, cuentan con un formato propio (.mobi).



Tinta electrónica.

*Pantallas retro
iluminadas
que no cansan
la vista.*



REVISTAS DIGITALES / e-magazine

Una revista digital es una app que ofrece (o debe ofrecer) una experiencia de usuario más completa y adaptada al dispositivo a través del cual la estemos visualizando.

Nos permite navegar a través de los artículos de forma intuitiva e interactuar con la publicación tal y como lo haríamos con cualquier otra app:

ofrece:

- *Links a webs*
- *Videos*
- *Ventanas emergentes,*
- *Elementos interactivos*



PUB 3.0

En esencia, es una evolución del formato ePub tradicional. Podemos realizar libros con vídeos, sonido, animaciones y, por lo tanto, se revela ideal para libros infantiles, libros para jugar y productos multimedia similares. Podemos disfrutar de este formato en cualquier tablet o eReader .



IBOOKS

Un iBook es un formato muy similar a un ePub 3.0, pero sólo es compatible con dispositivos Apple, y no con otras tablets o smartphones. De hecho, podemos realizar libros con una gran carga interactiva a través del software gratuito iBooks Author, pero sólo podremos distribuirlos a través de la Apple Store.



HTML / SWF



Texto e imágenes basadas en un código que se publica en una web y se puede visualizar en ordenador y tablet.

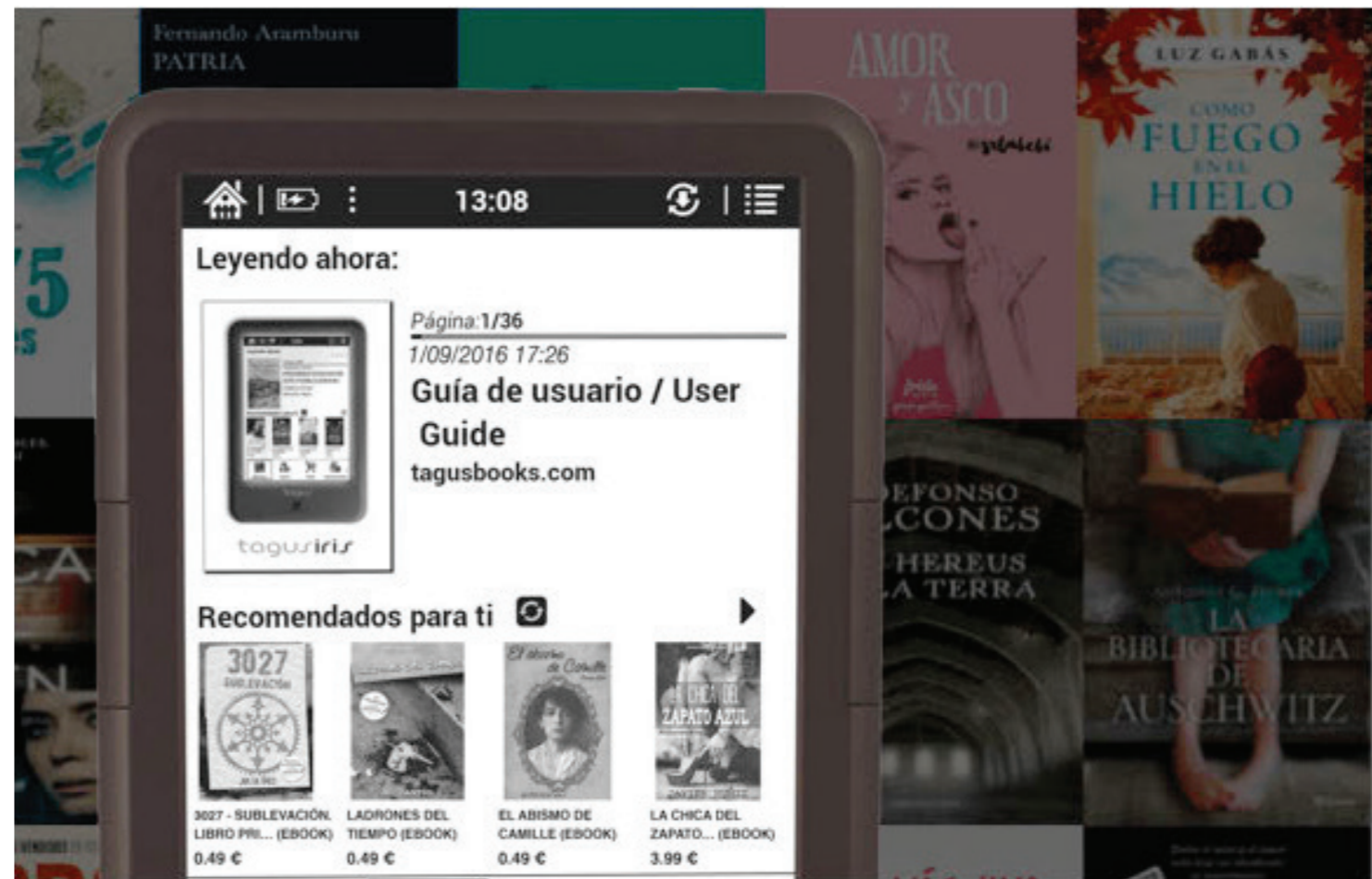


Basados en tecnología Adobe Flash, se puede utilizar como presentaciones interactivas que consisten en gráficos y videos.

DISTRIBUCIÓN

El acceso a la publicación en formato electrónico es prácticamente inmediato y reduce enormemente los costos de distribución (envíos por correo, gestión de devoluciones...)

Existen dispositivos de lectura de documentos digitales de diversos tamaños. Es posible conectar estos dispositivos a un ordenador y copiar los libros a los mismos para poder leerlos posteriormente.



DISTRIBUCIÓN / APPS

Hay una gran variedad de plataformas para la distribución de documentos digitales (APPS); cada una de ellas con características particularidades.



DISTRIBUCIÓN / APPS / CARACTERÍSTICAS

Plataforma de publicación digital

Flipsnack te ofrece una solución completa para la publicación digital en línea. Publica tu PDF y lo convertiremos en una revista digital, la alojaremos y mostraremos en nuestra plataforma pública. Llega hasta un público más grande mediante nuestra plataforma de publicación digital.



PUBLICAR AHORA

Una plataforma para revistas en línea para todas tus publicaciones

Nuestro software de publicación en línea viene equipado con características geniales que encajan a la perfección con todas las necesidades de publicación. Es la forma más sencilla para presentar, promover y publicar revistas, ¡y sólo tarda un par de minutos!



Sube el PDF

La publicación de revista electrónica inicia con una sencilla carga a servidor del PDF



Personalizar

Personaliza la apariencia y el sentimiento, o agrega enlaces o botones



Publica la revista

Postea tu revista en nuestra plataforma de publicación digital



Compartir en línea

Logra aún más vistas al compartirla en las redes sociales y por email

LIBRERÍAS Y ACCESO A DOCUMENTOS

Una biblioteca digital no es una simple colección de documentos digitalizados que se consultan mediante un catálogo en línea; sino que es todo un espacio de investigación capaz de generar conocimiento. A la vez que se enmarca en un proceso de innovación tecnológica que modifica la producción, la organización y la difusión de la información.



librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/?func=find-b-0&local_base...

Más visitados Comenzar a usar Fir... El Sol de Toluca

Universidad Nacional Autónoma de México

eLIBRUNAM - Dirección General de Bibliotecas, UNAM

Nueva búsqueda | Resultados | Historial | Mis registros | Contacto | Salir

Búsquedas

- Básica
- Multicampo
- Avanzada
- Índices alfabéticos
- Autor
- Título
- Tema
- Otros índices

Nueva búsqueda >> Búsqueda básica

en Todos los campos por palabras

Buscar Limpiar

¿Limitar búsqueda?

Idioma Todos Del año [aaaa]: al año [aaaa]:

Sugerencias

La opción "palabras" permite buscar las palabras separadas.

La opción "frase" permite buscar las palabras juntas.

El uso de mayúsculas o minúsculas es indistinto.

El caracter ? sirve para hacer búsquedas mediante porciones de palabras o variantes ortográficas.

Biblioteca electrónica: Sus contenidos se hallan en soporte electrónico, el acceso ocurre mediante medios físicos (CD-ROM), o electrónicos (acceso en línea).

Biblioteca digital: Sus contenidos se ubican en soportes electrónicos y digitales, el acceso se produce en línea mediante redes telemáticas.

Biblioteca virtual: Sus contenidos en soporte electrónico y digital, el acceso en línea se realiza mediante redes telemáticas (como en las bibliotecas digitales).

The image displays three screenshots of digital library websites. The top screenshot is the homepage of **cervantes.es**, the digital library of the Instituto Cervantes. It features a red header with the logo and navigation menu, and a sidebar with categories like Audiolibros and Libros electrónicos. The main content area highlights 'Biblioteca electrónica' with a mouse icon and a description: 'Miles de libros y recursos digitales en español donde y cuando quieras'. Below this are four buttons: Audiolibros, Club virtual de lectura, Libros electrónicos, and Recursos-e.

The middle screenshot is the homepage of **UNESDOC**, the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization's digital library. It has a blue header with the logo and navigation menu. The main content area features a section titled 'Most Viewed This Week' with a row of book covers, including 'LEAVING NO ONE BEHIND' and 'PROFESSORES DO BRASIL'.

The bottom screenshot is the homepage of the **BIBLIOTECA VIRTUAL DE MÉXICO**. It has a white header with the logo and navigation menu. The main content area features a section titled 'Mexico en Libros' with a description: 'Colección de títulos en formato ePub de las obras escritas a lo largo de los siglos en México y sobre México, los libros que, desde las perspectivas de la literatura, la historia, las humanidades y el pensamiento, indagan la identidad, la cultura, los modos de ser, los valores y el acontecer de la sociedad mexicana en distintas épocas.'

PROCESO MULTIDISCIPLINARIO DE PLANEACIÓN

- **PLANEACIÓN**
- **GESTIÓN**
- **PREPARACIÓN DE RECURSOS**

1. Generación y edición

2. Administración

3. Publicación y Distribución

4. Reutilización

PROCESO MULTIDISCIPLINARIO DE PLANEACIÓN

PLANEACIÓN

1. Generación y edición

- Recopilación y comparación de información
- Discusión
- Redacción
- Control de versión
- Edición

GESTIÓN

2. Administración

- Indización
- Archivado



Dónde, cuándo,
quién y cómo.

PROCESO MULTIDISCIPLINARIO DE PLANEACIÓN

PREPARACIÓN DE RECURSOS

3. Publicación y Distribución

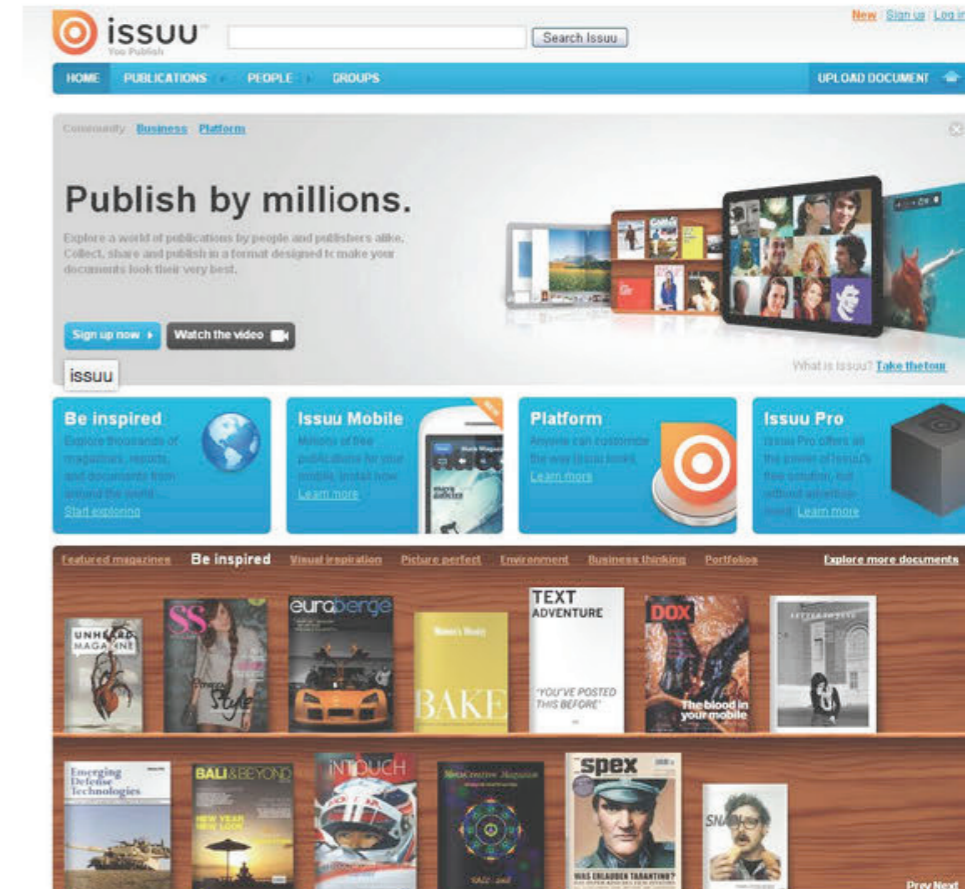
¿Cómo publica (tanto interna como externamente)?

¿Cómo la entrega a sus usuarios?

¿Cómo se les informa de su existencia?.

4. Reutilización

Esta es una de las etapas que experimenta mayores modificaciones en la publicación electrónica.



- **Búsqueda de la información**
- **Reedición (o reprocesado)**
- **Republicación**
en diferentes formas o medios

Un proyecto centrado en los usuarios debe planificar todo lo publicará desde las etapas iniciales, para así ofrecer una experiencia integral a través de los distintos canales.



USABILIDAD

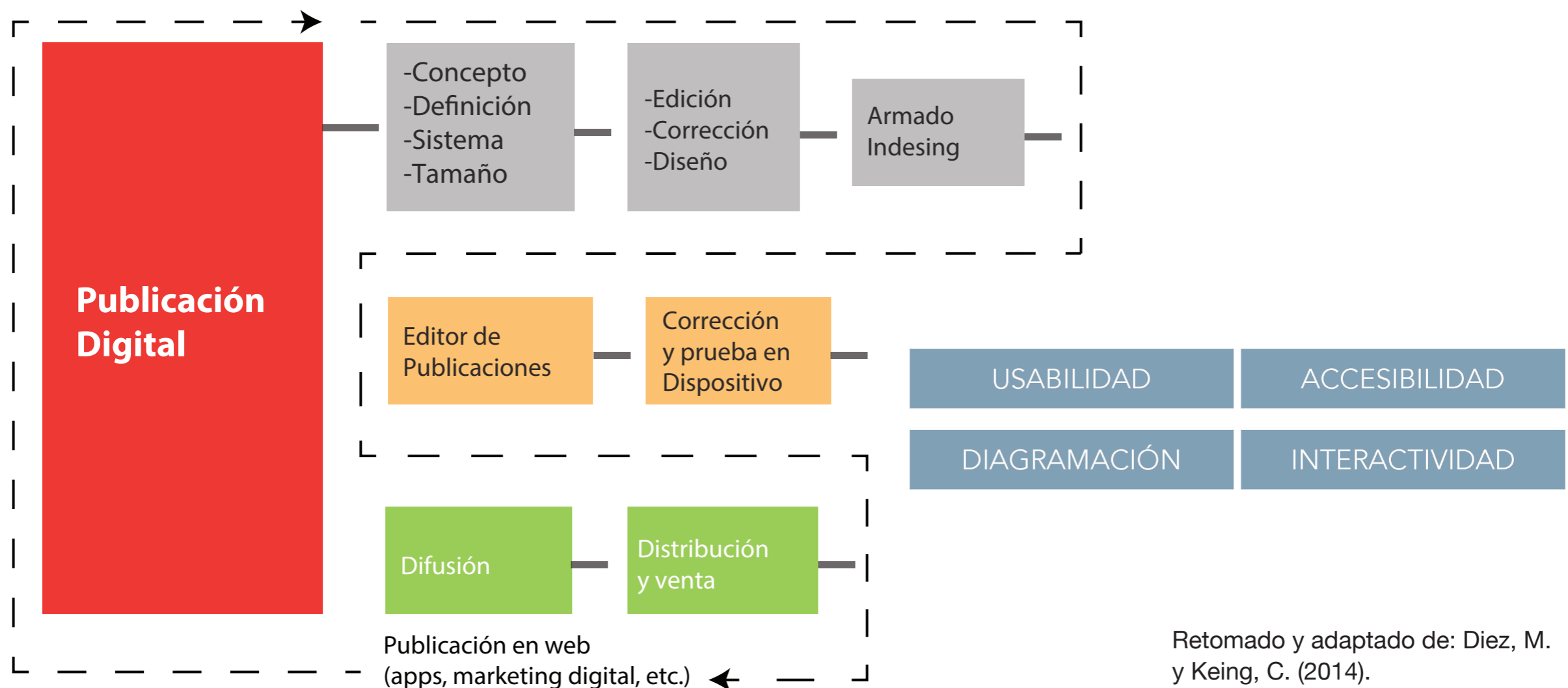
ACCESIBILIDAD

DIAGRAMACIÓN

INTERACTIVIDAD

Un proyecto centrado en los usuarios debe planificar todo lo que publicará desde las etapas iniciales, para así ofrecer una experiencia integral a través de los distintos canales.

ESQUEMA Publicación Editorial Digital



Retomado y adaptado de: Diez, M. y Keing, C. (2014).

GESTIÓN Y PLANEACIÓN

Recursos Humanos

Al momento de realizar un trabajo, hay que contar con los recursos humanos adecuados para asumir todas las responsabilidades del proceso de creación. Se trata de gestionar todos los aspectos de la realización del publicación editorial digital.



RECURSOS TECNOLÓGICOS

Dependiendo del proyecto de trabajo, será imprescindible una serie de recursos tecnológicos: un **ordenador** con una memoria amplia, sus programas y **software** o un **acceso a Internet**. Todos estos recursos son necesarios a la hora de empezar un trabajo de **diseño de imagen y sonido**, de **diseño multimedia** o de **diseño web**.



ACROBAT PRO



PHOTOSHOP



ILLUSTRATOR



INDESIGN



RECURSOS LEGALES

Normas para publicación de publicaciones digitales.

Como toda publicación de calidad se le da un número de identificación para el caso de las publicaciones periódicas en México se registran en INDAUTOR, y se le asigna el número:

ISBN (International Standard Book Number)

ISSN (International Standard Serial Number)

REQUISITOS

- Presentar un contenido editorial (texto redactado),
- Mencionar la responsabilidad editorial, compuesta generalmente por más de una persona (nombre del editor o del productor) y, como mínimo, el país de publicación,
- Tener un título fácilmente identificable y que no cambie con sus futuras actualizaciones,
- Contar con una dirección URL válida,
- Tratar de un tema determinado o dirigirse a un público específico.

<https://www.indautor.gob.mx/issn/index.html>



CONTEXTO:

Planeación de costos / Beneficios esperados y alcances:

Para esta etapa es necesario la realización de un brief para plantear que tipo de publicación es la que se va a realizar, para lo cual es necesario tomar en cuenta los siguientes puntos:

- **Temática de la Publicación.**
- **Tipo de usuario o lector meta.**
- **Plataforma de lectura.**
- **Planeación de costos.**
- **Beneficios esperados.**
- **Alcances.**



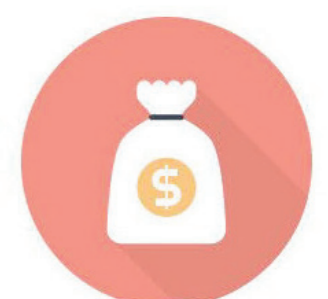
Descripción del proyecto



Objetivos



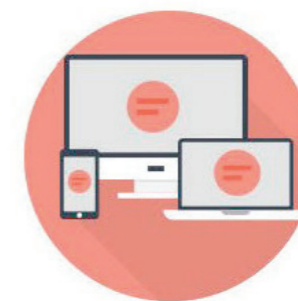
Target



Presupuesto



Mensaje clave



Canales de comunicación



Duración

VINCULACIÓN DE LA PUBLICACIÓN DIGITAL CON COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MERCADOTECNIA

Para el desarrollo de un proyecto editorial digital es muy importante implementar una Comunicación Integral de Mercadotecnia, que visualice una planeación sobre las estrategias publicitarias y de promoción en diferentes canales de la web para aprovechar estos recursos en beneficio del proyecto.

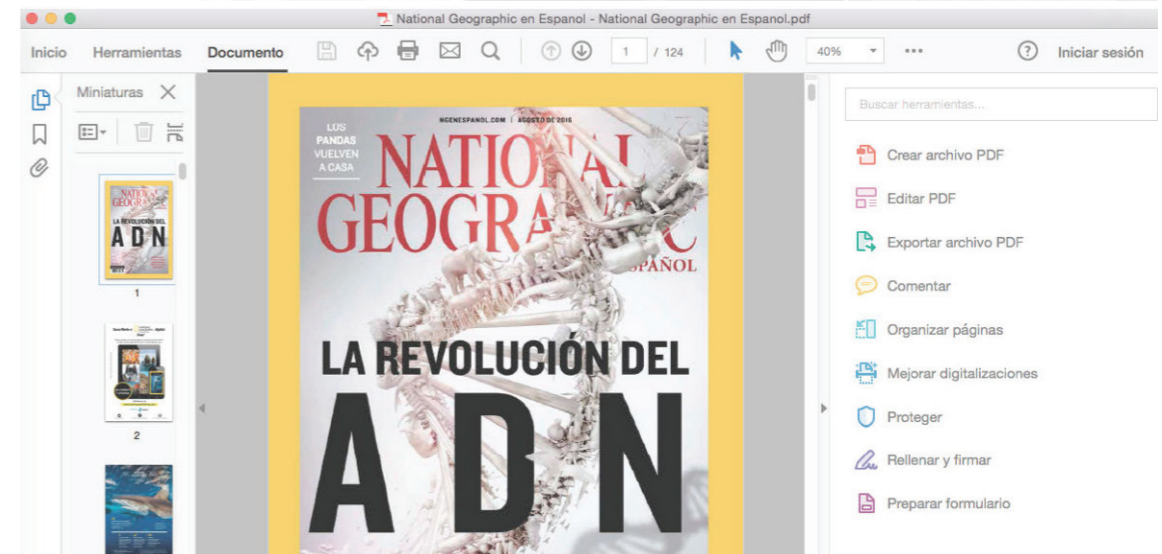
Toma relevancia en este punto **las interfaces donde se distribuirá la publicación digital**, ya que además de resolver el diseño del objeto, sino evaluar las características y posibilidades que nos brinda cada interfaz



a) **El del dispositivo:** monitor, pantalla de una tablet, ereader. Incluye los botones físicos y las funcionalidades que se pueden utilizar con nuestra publicación.



b) **El del programa contenedor:** las publicaciones se abren dentro de un software, con opciones específicas (botón de inicio o los índices automáticos).



c) **El de la Publicación:** En la aplicación; hay que considerar las formas en las que el lector va a pasar de una sección a otra, cómo realizará una búsqueda, como activar o desactivar el sonido .



El marketing digital es el que se da a través del uso de internet y de las tecnologías digitales.

Saber utilizar las plataformas web es sólo uno de los puntos necesarios para ganar en el competitivo mundo del marketing online. En un mercado dinámico, donde el cambio es algo natural, más que conocer las herramientas, lo imprescindible es entender la lógica de los nuevos procesos de interacción.



MEJORA TU ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDOS

- Aumenta el tiempo de visita.
- Fidelización clientes.
- Sensibilización con tu marca.
- Atribución de autoridad.
- Generación de clientes potenciales.
- Aumento de ventas.



Mayor obtención de información. Al conseguir provocar una acción por parte del usuario logramos saber más de él, lo que te llevará a estudiar y conocer mejor tu base de datos.

Consigue una mayor retención del usuario y del mensaje.

ESTRATEGIAS PROMOCIONALES DE SOCIAL MEDIA MARKETING

Las redes sociales forman parte de una estrategia de marketing digital, se deben de tomar en cuenta de manera global, para lo cual se requiere planificar, para definir correctamente los pasos a seguir, evaluar los resultados y optimizar el rendimiento.

Las principales redes sociales son: Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Google+, etc.



EVALUACIÓN DE FUNCIONALIDAD

El diseño en relación con su adaptabilidad

Una diferencia muy notoria en el pasaje de trabajo de impresos a publicaciones digitales se da en relación con el diseño.

Pasar de una página a un tamaño definido, que sabemos exactamente que el lector la verá igual que nosotros, a un contenido que se puede abrir en diferentes dispositivos, orientado de manera vertical o apaisada, con diversas resoluciones, entre otras, puede resultar confuso. (Diez y Keing, 2014).

Diseño por tamaño fijo



Diseño líquido

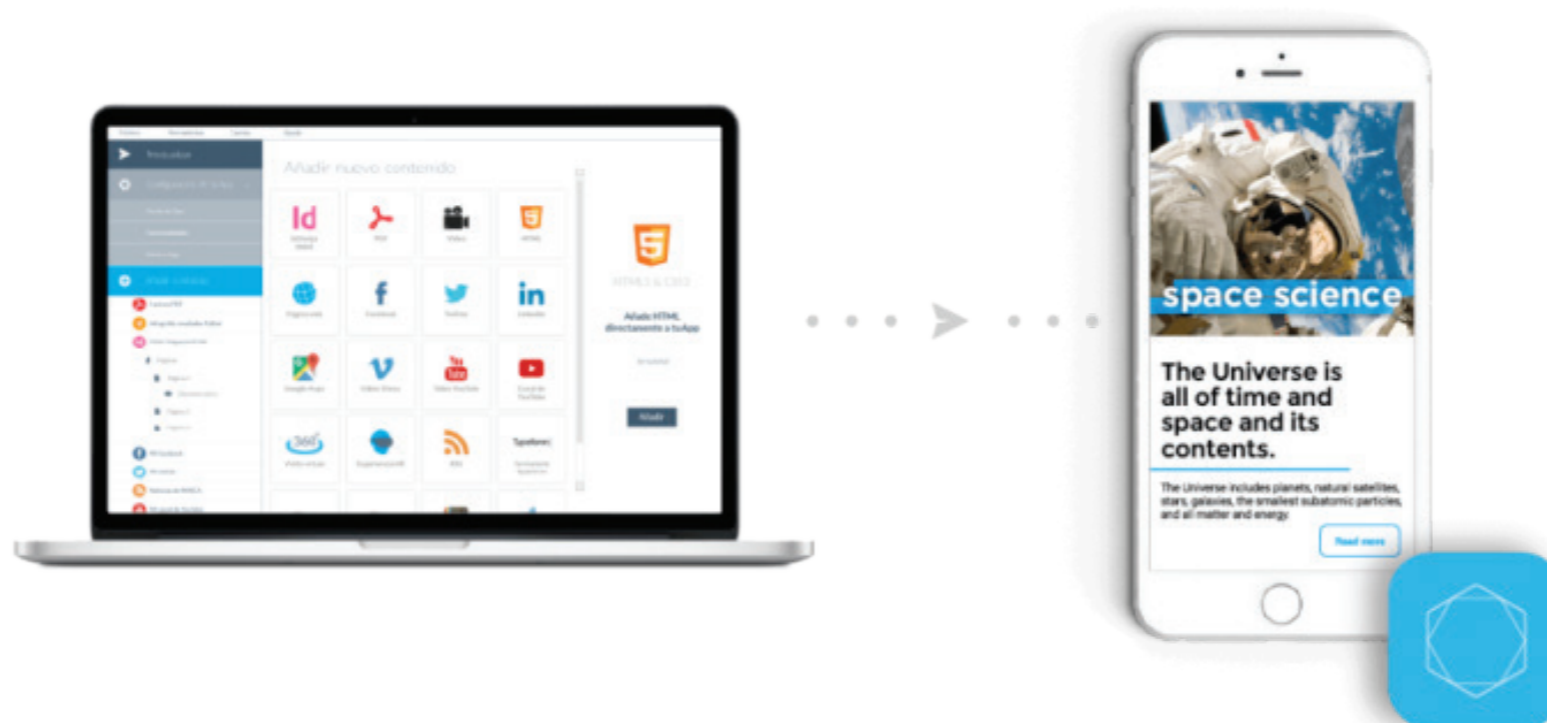


Diseño responsive



EVALUACIÓN DE FUNCIONALIDAD

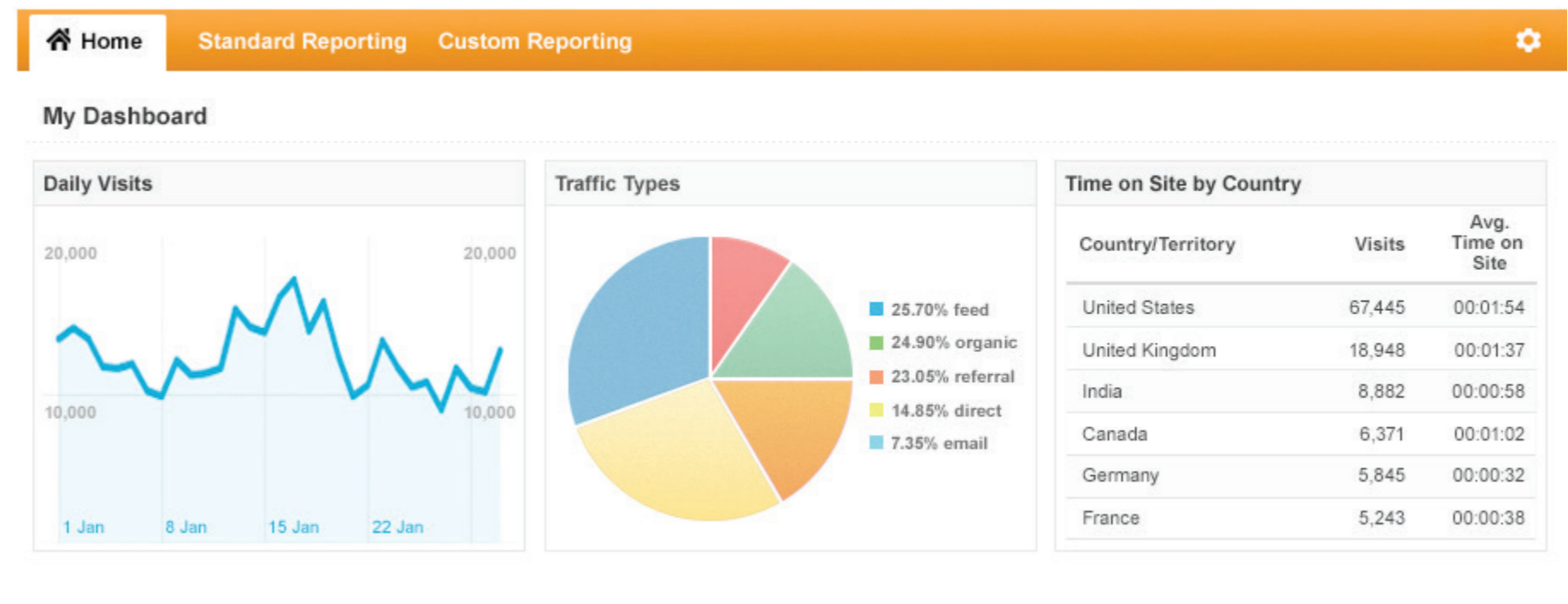
Es importante evaluar la pertinencia de la funcionalidad de los objetos editoriales digitales, para esto además de hacer pruebas previas de como es el comportamiento de la publicación en las plataformas elegidas para su distribución, se deberá de dar un seguimiento en base a los objetivos planteados.



EVALUACIÓN DE FUNCIONALIDAD

Herramientas de métricas web como Google Analytics nos permitirán definir específicamente si nuestras acciones están funcionando y evaluar si alcanzamos los resultados esperados.

Pero si deseamos saber la visibilidad que se tiene en las redes sociales las aplicaciones: Klout o Crowdbooster.



EVALUACIÓN DE FUNCIONALIDAD

Con la evaluación constante nos permitirá optimizar la estrategia y maximizar el impacto en redes sociales.

Hay plataformas que nos brindan un panorama integral del feedback que generan nuestras estrategias de visibilidad y posicionamiento, y a través de las cuales podemos administrar el contacto con los usuarios de todas las redes desde una única interfaz. (Moschini, 2012).



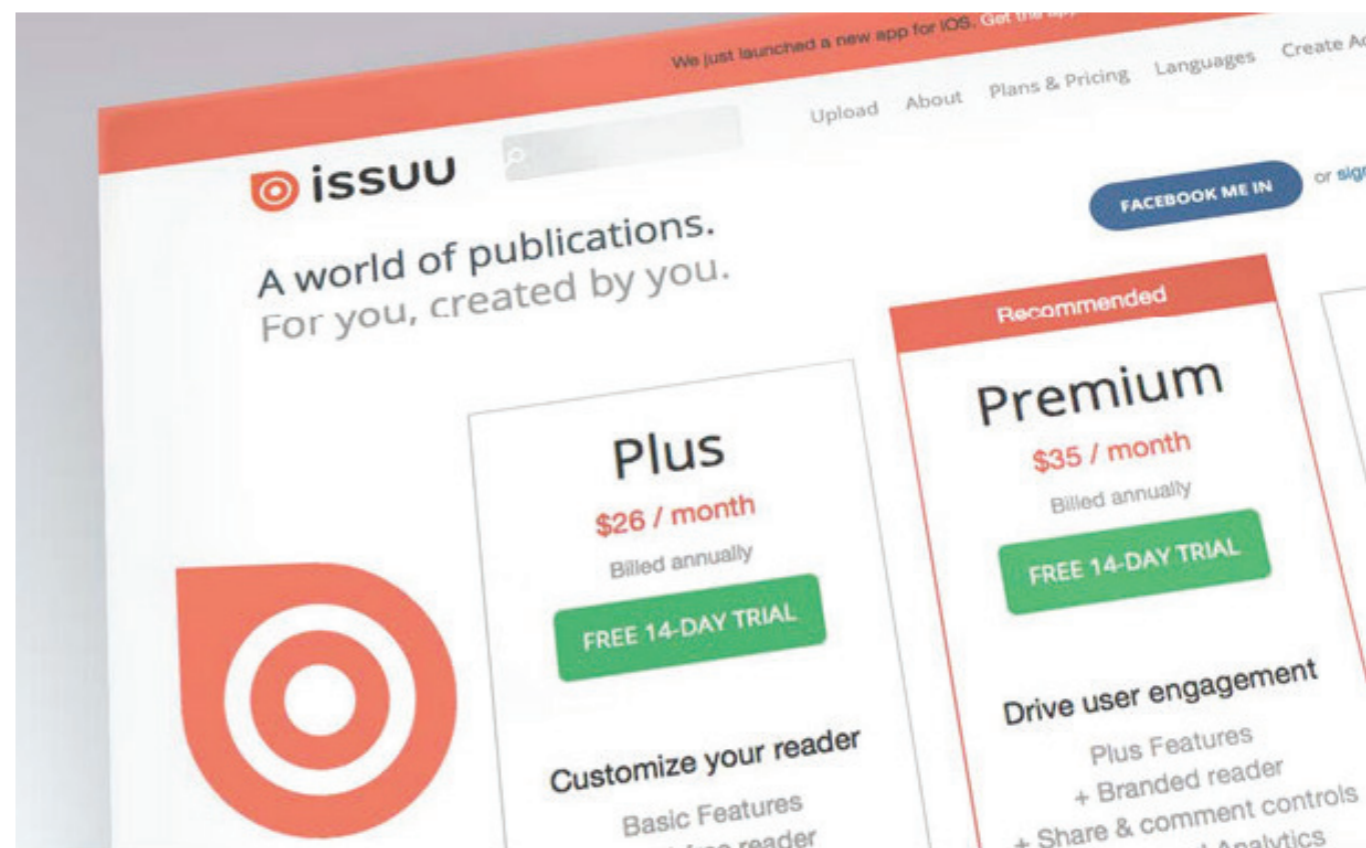
RECOMENDACIONES PARA LA VIGENCIA DE

Como cualquier publicación es necesario definir la frecuencia en que se publicará, para hacer la difusión correspondiente, así como las estrategias a seguir para aumentar la presencia en la red, y no perder la vigencia número a número, esto dependerá de lo planteado desde el inicio del proyecto.

Pago de servicios de plataformas digitales:

La mayoría de las plataformas digitales, tiene un costo por publicar: Mensual o Anual.

Para poder acceder a todas las características interactivas.



CONCLUSIONES

Para cualquier proyecto editorial, hay que tener en cuenta las necesidades y los medios a nuestro alcance: la petición del cliente, el entorno de trabajo o las opciones visuales y tipográficas aplicables.

Hay que determinar un **plan de trabajo, una metodología**, que va a definir las características visuales, y el aspecto editorial de nuestra pieza de diseño gráfico digital.

“El rol de las comunicaciones visuales no termina en su producción y distribución, sino en su efecto sobre la gente. La motivación para su creación y el cumplimiento de su propósito se centra en la intención de transformar una realidad existente en una realidad deseada. Esta realidad no está constituida por formas gráficas, sino por personas”

(Frascara, 2004:19).

FUENTES DE INFORMACIÓN

Básico:

- Caldwell, Cath y Zappaterra Yolanda (2014). Diseño editorial. Periódicos y revistas/ Medios impresos y digitales. Ed. G.G.
- Carroll, Brian (2014). Writing for Digital Media (E-book). Routledge
- Equaras, Mariana (2014). Qué tipografía usar en libros impresos y digitales, Edición Kindle.
- Egan, John (2014). Marketing Communications. SAGE.
- VV.AA. (2011). Acrobat X. Diseño y creatividad. Anaya Multimedia.

Complementario:

- Alanwood, Gavin y Beare Peter (2015). Diseño de experiencias de usuario. Parramón.
- Clark, Josh (2011). Diseño y usabilidad de aplicaciones iphone. Anaya Multimedia.
- Liberos Eduardo (2014). El libro del Marketing Interactivo y la Publicidad Digital. ESIC.
- Liu, Yu Li y Picard, Robert (2014). Policy and Marketing Strategies for Digital Media (e-book). Routledge
- Pascual, María (2013). Diseño Editorial. Periódicos, Revistas Medios Impresos y Digitales. Gustavo Gili.
- Tresserras, Josep (2015). “Diseño e interdisciplinariedad. Una visión”, en Revista On the Waterfront, Núm./ 2, Febrero. En: <http://www.raco.cat/index.php/Waterfront/article/view/288499>
- Wysocki, Anne (2007). Writing New Media: Theory and Applications for Expanding the Teaching of Composition. Utah State, University Press.
- <http://e-learningmarketing.blogspot.mx/2012/07/estrategias-de-la-determinacion-de.html>
- http://www.cim.mx/archivos/NMX-059_Pubimpresas_en_fdigital131002.pdf
- <http://www.adobe.com/la/products/digital-publishing-solution.html>
- http://www.edumac.com.mx/media/curso_crea:libros_y_revistas_digitales.pdf
- <http://aulavirtual.com.mx/Esp-DigitalPublishing.php>
- <http://www.mactrainee.com/cursos-mactrainee/publicaciones-digitales-moviles>
- <http://www.appdesignbook.com>
- Diez, M. y Keing, C. (2014). Publicaciones digitales hacia una edición profesional.pdf. Disponible en <https://www.aacademica.org/jornadasaahd/12.pdf>
- Frascara, Jorge (2004), Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social, Buenos Aires, Ediciones Infinito.
- Moschini, Silviana (2012), Claves del marketing digital. Barcelona, España, La Vanguardia Ediciones.
- Indautor (2019), ISBN /ISSN, Instituto Nacional de Derechos de Autor, México. Disponible en <https://www.indautor.gob.mx/issn/index.html> [Fecha de consulta: 30 de abril de 2019]
- Salva (2016), Publicaciones digitales ¿Que son?, Rayitas azules. <https://www.rayitasazules.com/publicaciones-digitales-que-son/> pdf [Fecha de consulta: 30 de abril de 2019]
- Travieso, Mayelín (2003), Las publicaciones electrónicas: una revolución en el siglo XXI, Cuba, ACIMED. disponible en http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1024-94352003000200001[Fecha de consulta: 30 de abril de 2019]