

Tesis para optar por el Título de Licenciado en Diseño Gráfico Publicitario
Mención en Imagen Corporativo



“El diseño de un app para promover la lectura de cómics peruanos resaltando su valor cultural en lectores jóvenes que frecuentan el C.C Arenales en el año 2019”

AUTOR

Bill Angel Agreda Delgado

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Diseño de aplicaciones móviles

ASESOR

Carlo Rodríguez Viñas



DEDICATORIA

A mi padre y madre, por su paciencia, comprensión y apoyo en todos estos años de estudio.

A mis profesores y amigos que me acompañaron desde el inicio de esta aventura universitaria.

Bill

AGRADECIMIENTO

A Carlo Rodríguez Viñas, Docente de UCAL y mi asesor de tesis por el constante apoyo e interés para ayudarme a que el proyecto de Tesis culmine de la mejor manera.

A los diversos profesores y profesionales que apoyaron con sus comentarios para mejorar cada parte del proyecto y a UCAL por darme la oportunidad de estudiar mi carrera en un entorno donde me sentí cómodo.

RESUMEN

El objetivo de este trabajo de investigación es determinar de qué manera una aplicación puede impulsar la lectura de cómics peruanos, resaltando su valor cultural en jóvenes limeños que asisten al C.C Arenales.

Las técnicas utilizadas por su naturaleza cualitativas fueron las entrevistas en profundidad donde se pretende abordar el estado en donde se mueve el cómic peruano en la actualidad teniendo en cuenta el punto de vista tanto del lector como usuario como de expertos del cómic ya sean autores o distribuidores, donde se obtuvieron *insights* importantes para el proyecto de investigación, además se realizó una entrevista a un experto en experiencia de usuario para conocer el cómo esto afecta al producto que uno desea distribuir.

También se utilizaron encuestas debido a su naturaleza cuantitativa, esto mediante un cuestionario, compuesto por preguntas cerradas con diversas opciones separadas con letras, dicho cuestionario se aplicó al público lector para conocer sus hábitos y por qué deciden si comprar o no, y leer en físico o en digital.

Finalmente, se pudo evidenciar gracias al análisis de los resultados de las encuestas, apoyadas en los *insights* obtenidos en las entrevistas, que los lectores se dividen en dos grupos.

El primero grupo con edades entre 15 a 17 años que son los que no compran, pero leen en línea.

El segundo grupo que son los que tienen edades entre 18 a 25 años que compran cómics físicos que son un 48% del total de encuestados y dentro de este porcentaje son un 30% los que compran cómics físicos y además leen de manera en línea, mientras que sólo el 18% de los que tienen entre 18 a 25 años no leen en línea lo cual es un porcentaje mínimo del total.

Si sumamos el 30% de los de 18 a 25 años más el 52% de los que tienen entre 15 a 17 da un total de 82% del total de encuestados que si utilizan medios digitales para leer cómics, como último detalle, ese 18% que solo compra regularmente, en la última pregunta de la encuesta no descarto utilizar una aplicación que tenga cómics

peruanos por razones personales pero de todas maneras pueden formar parte de los usuarios que tendría la aplicación.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

1. Planteamiento del problema	8
1.1 Descripción de la situación problemática	9
1.2 Formulación del problema	13
1.3 Objetivos	13
1.4 Justificación	14
1.5 Viabilidad	14
2. Marco teórico	16
2.2.1 Antecedentes	17
2.2.2 Bases teóricas	21
2.2.3 Experiencia de usuario	25
2.2.4 Cómic	27
2.2.5 Editorial	28
2.2.6 E-cómic	30
2.2.7 Difusión	31
2.2.8 Valor cultural	31
2.2.9 Tradiciones	32
2.2.10 Identidad	33
2.3 Definición de términos básicos	35
3. Marco metodológico	36
3.1 Diseño de Investigación	37
3.2 Supuestos	37
3.3 Categorización	37

3.3.1	Categoría	37
3.3.2	Definición conceptual	38
3.3.3	Indicadores	38
3.4	Población, muestreo y muestra	39
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
3.5.1	Descripción de instrumentos	41
3.5.2	Validación de instrumentos por expertos	46
3.6	Técnicas para el procesamiento y análisis de datos cualitativos	54
3.6.1	Guías de entrevistas	56
3.6.2	Encuestas	58
3.7	Aspectos éticos	71
4.	Resultados	72
5.	Discusión, conclusiones y recomendaciones	75
5.1	Discusión	76
5.2	Conclusiones	81
5.3	Recomendaciones	83
6.	Fuentes de información	89

Anexos

- Anexo 1: Entrevista a Oscar Barriga
- Anexo 2: Entrevista a Guido Cuadros
- Anexo 3: Entrevista a Miguel Ordoñez
- Anexo 4: Entrevista a Renzo Morales
- Anexo 5: Entrevista a Diego Sotelo
- Anexo 6: Sense Intent formato mapa, oferta y cultura
- Anexo 7: Mapa de empatía lectores de cómics
- Anexo 8: Formato POEMS
- Anexo 9: Registro fotográfico
- Anexo 10: Matriz de consistencia
- Anexo 11: Matriz del instrumento lectores.

- Anexo 12: Matriz de expertos en cómics
- Anexo 13: Matriz de consistencia Experto en UX/UI

Capítulo I
Planteamiento del problema

1.1 Descripción de la situación problemática.

El cómic ha jugado un rol importante en el mundo a lo largo de muchos años, esto debido a que junto con la historia, el cómic va mutando de acuerdo a la época, muchas veces fungiendo como mero entretenimiento, como una salida para los problemas sociales que aquejan a un lugar en específico, como una herramienta social para graficar lo que sucede en el mundo o también como una forma de culturizar a las personas sobre algo en particular, el cómic ha ganado un valor más allá de lo que aún hoy en día muchas personas creen.

El poder de influencia que tienen los cómics no es algo que se debe de ignorar, basta con ver la gran cantidad de producciones para televisión y cine que están basadas en Cómics, sean fieles al material de origen o no, el cómic o solo ha influenciado al cine, sino también a la literatura misma teniendo claro.

De esta manera el Cómic y la literatura teniendo similitudes y diferencias a pesar de sus respectivos formatos, ambos generan un valor y tienen una especie de retroalimentación ya que en ciertos casos la literatura influencia al comic o viceversa, tomando esto como punto partida, podemos decir que el cómic puede tener esta retroalimentación con muchas cosas más, entre ellas, la cultura, pero, ¿Cómo es que el Cómic puede influenciar a la cultura?, para responder esa pregunta basta que se tome de ejemplo a un país que ya acogió al cómic como parte de su cultura, el país del sol naciente, Japón.

Desde hace décadas el cómic forma parte de la cultura de Japón e incluso genera no solo ganancias al país sino también trabajo, lo han tomado como identidad y gracias a esto, la cultura japonesa ha logrado trasladarse al mundo del cómic, no solo para contar sus costumbres, su estilo de vida y sueños más profundos, sino también, para contar y enseñar su cultura al mundo y no solo nos podemos referir a su cultura moderna, sino a todo el bagaje de historias y mitología que tienen que claro, forma parte de su cultura e identidad.

Como podemos ver, el cómic no solo funciona como entretenimiento, sino que también puede usarse para enseñar sobre la cultura de todo un país, de una manera claro, entretenida.

Al igual que en Japón, en Estados Unidos el cómic es todo un aporte cultural, desde hace muchos años, por tomar un ejemplo, con los clásicos superhéroes que van

cambiando dependiendo de cómo se encuentra la sociedad y que en base a la necesidad de comunicar algo, nacen nuevas historias, nuevos personajes y nuevas formas de contar una historia real en papel.

Los mismos Cómics de grandes empresas como DC o Marvel usan la cultura de otros países para contar sus historias, pero claro, utilizan las más conocidas.

Hay cómics que hablan sobre mitología griega, egipcia, nórdica o que en base a cualquiera de las mencionadas, crean su propia mitología inspirada en alguna ya existente, para esto, todos sabemos la riqueza que tiene la cultura de cada país y el mercado del cómic estadounidense, japonés e incluso el europeo han sabido aprovechar todo este abanico de historias y leyendas que hay alrededor del mundo.

Un punto importante a tener en cuenta son los formatos en los que actualmente se presentan los cómics. Si bien es sabido que los Cómics impresos vienen en una variedad de formatos ya sean en pasta blanda, tapa dura, grapas entre otras, para esta investigación se planea tomar en cuenta el aspecto digital en el que el mundo del cómic se ha integrado de una manera satisfactoria para la comodidad de muchos usuarios.

En la actualidad existen los denominados E-books que son una forma más económica de leer libros o cómics de una manera legal y que además hace que en caso de no ser un coleccionista, ahorres espacio en tu hogar. En adición a esto, las mismas editoriales se han visto en la necesidad de trasladar sus cómics a un formato web para que sean leídos en computadora ya que el número de personas que utilizan dispositivos electrónicos que toman los E-books como primera opción ha aumentado, de esta manera la industria del Cómic se ha tenido que adaptar a este nuevo público además de que es un formato que ha servido para que muchos artistas nuevos tengan una oportunidad de mostrar su trabajo sin la necesidad de tener que pasar por el proceso editorial que contiene una inversión que muchas veces, artistas jóvenes no pueden costear.

Las mismas librerías han optado por un formato de venta ingenioso, que trata de colocar en sus respectivas páginas webs, los primeros capítulos de los Cómics que venden, de esta manera, un lector puede leer estos primeros capítulos para que sepa con que se encontrará más adelante y de esta manera tomar la decisión final de si comprar o no el libro, en algunas webs incluso, no solo te brindan gratis los primeros

capítulos del Cómic independientemente de cuantos números sean, sino que por cada tomo o por cada publicación, te dejan leer cierto porcentaje para que capten tu interés.

Muchos se podrían preguntar si hay un enfrentamiento eterno entre las personas que prefieren tener cómics en formato físico y los que prefieren los E-books como forma de lectura principal, sin embargo se ha demostrado que estas dos caras de la moneda no están enfrentadas entre sí, sino que se complementan, esto debido a que existen consumidores que prefieren conocer bien el producto que van a consumir y el hecho de leer algo de forma virtual no les arruina la experiencia de luego leerlo en un formato físico, tal y como ha comprado el mercado japonés, en su lucha contra la piratería utilizan el método que aplican las librerías acá en occidente de entregar cierta cantidad de capítulos gratis para que el lector toma su decisión final. En el caso de Japón, en lo que sus cómics respecta, los lectores pueden leer por internet los diversos cómics de forma gratuita pero en páginas oficiales de cada editorial, de esta manera al igual que en occidente, los lectores toman su decisión final de compra de una manera totalmente segura ya que saben al 100% que si quieren adquirir lo que ya consideran un buen comic.

Sin embargo y a pesar de la gran popularidad y aceptación que está teniendo el cómic en los últimos años, ¿por qué no se toma más en cuenta la cultura de un país como el Perú, para crear algo grande?

Esto se debe a varios factores, entre ellos, a que, si bien el Perú en la actualidad ya es conocido mundialmente, en líneas generales nos conoces por cosas muy específicas como, por ejemplo, porque tenemos a Machu Picchu, es algo como decir que el mundo conoce el todo pero no las partes que lo conforman, en este caso detrás de Machu Picchu se encuentra toda una historia mitológica muy rica, tanto como la griega o la nórdica,

Incluso sin ir al lado de la ficción, la propia historia del Perú, también tiene muchas cosas interesantes que contar, hay una gran variedad de historias que se pueden crear usándola de manera literal o como inspiración para crear algo más, pero aquí entra un problema el cual es que muchas veces artistas peruanos con grandes ideas no se atreven a dar ese primer paso por miedo al fracaso, por falta de recursos o por falta de conocimientos de como poder vender su producto.

El cómic peruano ha tomado forma en los últimos años y si bien se ha visto que el apoyo al mismo ha crecido, sigue siendo algo que sigue sin lograr un avance considerable ya que muchas veces no todos reciben apoyo o no encuentran la oportunidad, no encuentran el cómo pueden empezar para lograr ser conocidos, para lograr que sus cómics sean leídos ya que durante muchos años, los mismos artistas han tenido que labrar su arduo camino para lograr que sus cómics sean vistos por el público que a pesar de sus esfuerzos muchas veces no logra el alcance que en base a la cantidad de público que existe, deberían llegar.

El crear un puente para que estos artistas tengan un apoyo en el cual no tengan que invertir una cantidad que si hablamos en términos editoriales, es el objetivo de esta investigación, utilizando una forma moderna y aceptada por ambos lados del público, la cual no solo debe servir como un simple lector de comics nacionales sino como un gran libro informativo para saber qué usó el artista como inspiración para su obra y que el lector entienda el trasfondo que sirvió como pauta para el cómic que acaba de leer así generando esa retroalimentación de la cultura al cómic y del cómic a la cultura en lo que se está basando.

De esta manera, el objeto de esta investigación es evaluar el impacto que tiene el desarrollo de una aplicación para promover la lectura del cómic peruano resaltando su valor cultural en jóvenes de Lima que frecuenten el C.C Arenales en el distrito de Lince.

1.2 Formulación del problema

El diseño de una app para promover la lectura de cómics peruanos resaltando su valor cultural en lectores jóvenes que frecuentan el C.C Arenales en el año 2019.

Pregunta general

¿Cómo una app puede impulsar la lectura del cómic peruano en jóvenes limeños que frecuenten el CC Arenales en Lince resaltando el valor cultural que poseen?

Preguntas específicas

PE 1: ¿Cómo una APP Promueve la lectura del cómic peruano en el CC Arenales?

PE 2: ¿De qué manera una app puede resaltar el valor cultural que tiene un comic?

PE 3: ¿Como una app puede ayudar a artistas nuevos a darse a conocer.

PE 4: ¿De qué manera una app influye en la difusión de comics peruanos?

1.3 Objetivos

Objetivo General

Evaluar el impacto que tiene el desarrollo de una aplicación para impulsar la lectura del cómic peruano en jóvenes limeños que frecuenten el C.C Arenales en Lince.

Objetivos específicos

OE 1: Identificar de qué manera una APP promueve la lectura del cómic peruano en el C.C Arenales

OE 2: Identificar el cómo una app puede ayudar a resaltar el valor cultural que tiene un cómic peruano

OE 3: Identificar el cómo una app puede ayudar a artistas nuevos a tener más visibilidad

OE 4: Demostrar el cómo una app influye en la difusión de un cómic

1.4 Justificación

Ballester (2017) en su tesis “El Cómic y su valor como arte” afirma lo siguiente: “Se resuelve que la aceptación del cómic en el mundo artístico se ha llevado a cabo con éxito dentro del ámbito: laboral, institucional, mercantil, académico y sociocultural. (p. 246). En ese sentido, el comic ya lleva varios años tomando un lugar más allá del

rubro del entretenimiento, esto debido a que con el pasar del tiempo diversos autores y expertos han valorado todo el potencial que tiene el comic ya que es tan versátil que puede ser usado en cualquier área para lograr un objetivo en específico.

La investigación brindará información pertinente de cómo una app ayuda a la interacción de los lectores de comics con el trabajo de los artistas peruanos.

Esta investigación aportará un primer paso al poco apoyo que tienen los artistas de comics emergentes para dar a conocer sus obras de una forma que no requiera de un extenso capital o una gran logística para poder llevarse a cabo.

Esta investigación contribuirá con resaltar el “Valor cultural” que poseen varios cómics del medio local denotando que estos trascienden más allá de ser un mero entretenimiento y que fomentan el conocimiento de los lectores de comics jóvenes.

El proyecto pretende ser un punto de partida otorgando información relevante de la cual se pueda realizar un *feedback* positivo para futuros emprendimientos relacionados al rubro del comic peruano y cómo fomentar su lectura.

1.5 Viabilidad

Para la correcta realización de esta investigación se ha tomado en cuenta lo siguiente:
Acceso al lugar (tiendas especializadas): El acceso al C.C Arenales es libre y ya se ha coordinado con tiendas especializadas para realizar entrevistas y encuestas a los trabajadores así también como al público.

Expertos: Se tiene acceso a entrevistas y reuniones con expertos en el rubro. tanto como distribuidores, tiendas especializadas y autores de cómics peruanos.

Teóricos y bibliográficos: Se tiene acceso a las fuentes de información tales como libros, tesis, entrevistas, artículos, publicaciones, etc.

Metodológico: Las entrevistas dentro del C.C Arenales ya sea a lectores (Publico Objetivo como a tiendas son totalmente viables.

Capitulo II

Marco Teórico

2.1 Antecedentes

La búsqueda de reportes de investigación para el presente estudio ha dado con la siguiente data:

Etcheverry (2015, p.50). en su tesis doctoral llamada “e-books: escenario actual y tendencias” realizada en la Universidad San Andrés, Buenos Aires, establece que la aparición de múltiples dispositivos para la lectura de e-books (Novelas, comics, etc.) crea un énfasis importante en el ecosistema digital, la cual es una nueva forma de lectura en nuestros tiempos.

La investigación se basa en determinar y analizar el escenario actual de los libros, tomando como punto de partida el formato físico de los libros y el formato digital(e-book), el autor no coloca a un formato por encima del otro sino que en base al análisis creado de su investigación denota el hecho de que tanto el formato físico como el digital son importantes, ya que ambos tienen ventajas y desventajas individuales, sin embargo, van a un público distinto, que muchas veces puede ser parecido pero no es el mismo, de esta manera no solo en su investigación valora el clásico formato físico para coleccionistas sino que resalta las bondades que los libros digitales(e-books) trajeron consigo.

Se concluye que ante un escenario de libros físicos ya establecidos en el mercado y con un público definido, son las nuevas tecnologías las cuales mediante diversos aplicativos (Tablet, celulares, computadoras) generarán no solo una ola de nuevas perspectivas de venta y compra sino también influenciará en el factor de compra en un sector que antes no había incursionado en el mundo de la lectura pero que con los E-books y las nuevas tecnologías, ahora se dispondrán a indagar en este mundo.

Landeros (2014, p.7). en su tesis titulada “Cómo se hace un e-book. Mitos y verdades sobre la formación tipográfica de los libros electrónicos” realizada en la Universidad Autónoma de México, señala que el fenómeno social de digitalización de libros ha tenido un impacto muy fuerte en la sociedad, pues les permite a las personas leer los ejemplares que deseen desde la comodidad de su hogar, a precios más económicos, y adquirirlos desde cualquier parte del mundo.

El autor señala que los e-books son una manera no solo más cómoda para algunos de leer y coleccionar(digitalmente) sino que también fomenta la lectura ya se de novelas, cómics, libros, en un sector que antes no estaba tan interesado por el hecho

de tener que realizar cierta cantidad de pasos previos a la lectura, la digitalización de los libros ha facilitado este hecho generando una nueva ola de lectores. A sí mismo, en la misma tesis nos indica que El libro electrónico le permite al autor tener una distribución mayor a nivel mundial, ya que, gracias al comercio en internet y al intercambio de información que se da en la red, se puede facilitar el proceso.

Podemos concluir que tal y como dice el autor, los e-books no solo han facilitado el proceso de disfrutar de un libro para el consumidor, sino que los autores también se ven beneficiados ya que a ellos también les facilita el trámite de tener que publicar alguna de sus obras debido al muchas veces engorroso proceso de publicación de algo, cosa que es aún más difíciles para autores poco conocidos, de esta manera, la digitalización del mundo impreso logra que cualquier autor sin necesidad de ser apoyado por alguna editorial, pueda distribuir su libro por internet, venderlo y que sea descargado y leído por un número infinito de consumidores.

Camargo (2008, p.109). en su tesis “El libro electrónico, la industria editorial en la era de la revolución digital” realizada en Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, indica que los diversos beneficios que otorgan los e-books por sobre los libros impresos no quieren decir que sean mejores, sino que hay que tener en claro que cada medio va a ser el mejor para cierta clase de productos.

Se concluye que, si bien ambos formatos van a públicos distintos bajo un mismo objetivo, también es cierto que actualmente es importante aprovechar el nicho que supone los lectores latentes que están empezando a utilizar este nuevo formato llamado e-book y que es una variable importante para generar más lectores en todas las categorías de libros existentes.

Sánchez (2016, p. 9). en su tesis “La lectura digital y el libro electrónico como herramientas de apoyo en la formación de nuevas competencias lectoras en estudiantes de tercero y quinto de primaria del colegio internacional de educación integral(CIEDI)” realizada en la Universidad de la Salle, Bogotá, señala que en síntesis se define al libro electrónico (e-book) llamándolo programa diseñado teniendo como base el libro impreso, donde se unen diversas tecnologías facilitando la búsqueda y a su vez generan una manera atractiva de uso de la información, creando de esta manera, todo un abanico inmenso de posibilidades en más de un formato.

Se concluye que los e-books otorgan una nueva manera de interactuar con lo que uno lee, ya que dependiendo de la plataforma (Pdf, Kindle, app móviles o web) se pueden generar diversas interacciones libro-lector donde las herramientas de cada plataforma son un factor que suma a la decisión final del consumidor si optar por un libro impreso o un e-book, de tal manera que no solo se genera captar al público que ya opta por el formato impreso sino en base a estas nuevas interacciones llamar a un nuevo público el cual está en búsqueda de algo diferente.

Pinheiro (2018, p. 4). en su tesis "Lectura en el mundo digital: Reflexiones sobre el libro electrónico" realizada en la Universidad de Coímbra, constata que los cambios en las prácticas del proceso de lectura van más allá de los aspectos físicos y cubre toda la cadena del libro, del autor al lector, esto hace que el lector contemporáneo pueda participar de manera más activa y dinámica utilizando las diversas herramientas y recursos digitales.

Se determina que los cambios en los procesos de lectura no se basan solo en el aspecto físico de los libros, sino que los e-books generan toda una nueva cadena en todo el proceso autor-lector, de esta manera se genera una nueva expectativa que difiere del modelo tradicional de lectura, que, si bien sigue siendo utilizado por un gran sector de la población, las nuevas tecnologías abren la puerta a una nueva oleada de lectores digitales.

Onieva (2015), en la revista Huarte de San Juan, Filología y Didáctica de la lengua Filología eta Hizkuntzaren Didaktika en el tópico llamado "El cómic online como recurso didáctico en el aula Webs y aplicaciones para móviles" publicada en la Universidad de Málaga, señala que el Cómic como medio precursor de la multimedia tiene la capacidad por sí solo de adaptarse y evolucionar continuamente a las nuevas tecnologías para que así, se resalte todo el potencial que el Cómic tiene.

Podemos concluir que el autor afirma que el cómic es un medio relevante independientemente de la época debido a su factor evolutivo, no se queda estancado en el tiempo, sino que se adecua al hoy para poder ser un medio relevante al momento de contar una historia no solo a las personas adultas sino también a los más jóvenes con su adaptación a las nuevas tecnologías, donde desde el celular, un niño o adolescente ya es capaz de interactuar con un cómic.

Griño (2015), en su tesis *“Fomentar el hábito lector a través del cómic”* realizada en la Universidad Internacional de la Rioja, indica que el comic al ser un medio creativo, entretenido y divertido funge como una buena herramienta para enseñar cosas de una manera didáctica y atractiva.

Podemos inferir que el cómic es capaz de enseñar cosas que a veces pueden llegar a ser complicadas, aburridas o difíciles de entender, de una manera más llevadera, por lo mismo de su formato, se logra llegar a un público objetivo al cual de buenas a primeras un tema pudo no haberle parecido interesante, pero que, utilizando al cómic como medio para comunicar algo, es posible generar una mejor recepción por parte del usuario para que así pueda aprender cosas de las que no habría podido entender muy fácilmente antes.

Muñoz (2016), en la revista *CuCo, cuadernos de cómic* publicada en la Universidad de Caldas, indica que el cómic a través de los años no solo ha evolucionado gradualmente para pasar por diversos medios, sino que también *“ha evolucionado en su estructura simbólica”* y de esa manera ha colaborado en movimientos emancipadores, siendo un formato que ayuda a tomar conciencia y de esa manera demostrar que también es un arte maduro, que sí puede ser considerado para generar críticas y reflexiones sociales serias.

Podemos concluir que el cómic a través de los años ha evolucionado como un medio no solo de entretenimiento sino como una manera de hacer críticas sociales de una manera única, ya que el cómic dentro de su formato tiene una variedad de elementos los cuales sirven para enriquecer lo que se está contando, los comics en la actualidad sirven para muchas cosas, pueden ayudar a que la gente tome conciencia sobre un tema en específico o puede hacer que se recuerde algo importante a los que no muchos le pueden tomar importancia, por ejemplo, el calentamiento global, otros casos donde por medio del cómic se pretende enseñar sobre la cultura de un lugar en específico apelando a mitos y leyendas en un formato más juvenil para captar la atención de los usuarios más jóvenes, son caminos que el cómic puede usar para ser un gran abanico de posibilidades al momento de querer informar al público sobre algo en específico.

Baudet (2001), en su tesis *“La historieta como medio para la enseñanza”* realizada en la Universidad Católica Andrés Bello, indica que el cómic tiene la capacidad de motivar

e incitar el interés hacia una materia, esto debido a sus características y las ventajas que posee.

Podemos inferir que el cómic puede atraer a las personas a interesarse por temas en los que antes tal vez no estaban tan interesados ya que es un formato didáctico y entretenido mediante el cual se pueden enseñar diversas cosas ya que en muchos casos el problema del poco interés de las personas en algo no es la información sino el cómo la transmites y el cómic es capaz de interesar a todos sobre diversos tópicos.

Rodríguez (2015), en su tesis “Educación y valores interculturales a través del cómic: El lenguaje gráfico visual como estrategia de aprendizaje en el Proyecto Europeo Valori Comuni” realizada en la Universidad de Huelva, indica que los comics tienen un gran abanico de posibilidades pedagógicas ya que de una manera iconográfica puede representar la historia de una manera didáctica.

Podemos concluir que el autor afirma que el cómic tiene otras utilidades además de servir como mero entretenimiento, si no, que es capaz de enseñar de una manera didáctica debido a sus características de poder contar una infinidad de historias y hacerlas digeribles para cualquier tipo de público ya que todo depende de a quién va dirigido y el enfoque que se quiere tener.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1. Plataforma

Podemos dividir las apps en dos plataformas bien marcadas cada una con sus ventajas específicas.

La primera de ellas siendo los móviles (Aplicaciones para teléfonos celulares), según la Mobile Marketing Association (2015) una app móvil tiene diferentes objetivos los cuales dependen del tipo de negocio o lo que se quiera conseguir, sin embargo, hay objetivos a los que toda aplicación móvil debe apuntar, los cuales son:

- La app como generador de notoriedad e imagen de marca
- Como fidelización de usuarios/clientes
- La app como herramienta de Gestión

- La app como herramienta y canal de venta (Comercio en Línea)
- Generadora de ingresos

Además, la misma Mobile Marketing Association distingue las ventajas de una app móvil.

- Es un programa que se descarga para poder acceder desde un teléfono o algún otro aparato móvil.
- Permite conocer mejor a tu usuario
- Es una gran ventana para la visibilidad
- Fideliza a los clientes.
- Adaptación al cambio
- Usabilidad ya que está basada en lo que quiere y necesita el usuario
- Disponibilidad offline
- Fortalece una marca o idea/concepto

Garita. (2013) Considera a las aplicaciones móviles como herramientas que, desde su concepción, funcionan como algo propio de lo que define como “Bibliotecológico”, en el sentido de que son una manera de divulgar de forma novedosa la información que una biblioteca posee. Afirmando que la creación de una app debe ser algo que es necesario para todo el sistema organizacional de una biblioteca y añade que estas aplicaciones no deben ser una copia literal de una web, sino que debe tener ciertas variaciones aprovechando toda la funcionalidad que una aplicación móvil puede ofrecer.

Garrido. (2013) Define el denominado “Contexto de uso” como la manera en que el usuario interactúa con la app, a su vez nos da unos ejemplos donde se denota el hecho de que la app satisface necesidades que el usuario no puede cubrir por diversos factores, esto debido a que los usuarios tienen siempre un dispositivo móvil a la mano.

Del otro lado, tenemos las apps para web, Lujan (2002) nos indica que se suelen dividir en tres niveles, los cuales son el nivel superior donde interactúa con el usuario, el nivel inferior donde se proporcionan los datos y el nivel intermedio donde se procesan los datos, nos recalca que es importante

conocer estos tres niveles para saber y direccionar bien la aplicación que se pretende crear.

Además, nos da algunas ventajas de las aplicaciones web

- Se puede acceder por medio de cualquier navegador ya que en mayor medida se ingresará utilizando internet y en menor medida se usará una red local.
- Es multiplataforma y multidispositivo, esto quiere decir que se puede ingresar desde varios dispositivos ya sea un *smartphone*, Tablet o computadora.
- Es indiferente a la capacidad del dispositivo, esto debido a que una aplicación móvil consume recursos directos del dispositivo, pero una aplicación web depende de su servicio de alojamiento (esto varía dependiendo de la velocidad de internet que se use)
- Se puede adaptar y visualmente es muy intuitiva además de tener una manera fácil de actualizar cada vez que se requiera.

-

2.2.2. Diseño

Gasca et al. (2013) Definen el diseño de una app como una fase donde se debe plasmar la solución que se tiene planteada utilizando esquemas teniendo en cuenta los aspectos técnicos, económicos y funcionales, en caso de que al momento del testeo no se logren los objetivos planteados es necesario regresar a este punto (Diseño) para reformular el cómo se diagramó mediante los esquemas planteados y analizar qué salió mal para cambiarlo y mejorarlo.

Thuer. (2000) Define 6 puntos importantes a tomar en cuenta al momento de diseñar una app, estos son:

- a) Definición y planificación del sitio, en este apartado se determinan las características generales de la app, cuáles son sus objetivos y el público objetivo.
- b) Arquitectura de la información, aquí se plantea la organización estructural de la app, se indican qué tipo de información tendrá cada página y se determinan las secciones además de su contenido.

- c) Diseño del sitio, se define la línea gráfica determinando las características esenciales del diseño y toda la gama de elementos gráficos que se usarán, además de proponer la construcción de una interfaz acorde a los objetivos planteados.
- d) Construcción, en base a los puntos anteriores se presenta la construcción del sitio.
- e) Marketing, en este punto se resalta la importancia de plantear algunas estrategias generales para la difusión de la app, ya sea on-line como off-line
- f) Evaluación y mantenimiento, finalmente al concluirse el desarrollo es importante definir el cómo será administrado, básicamente se determina la gestión que tendrá para que siempre esté actualizada en base a la necesidad del usuario.

Cuello & Vittone. (2013) menciona la importancia de utilizar la *“Arquitectura de información”*, ya que es útil para ver qué tan complicada es una app, además de poder interpretar y analizar la variedad de niveles que posee, esto debido a que es importante ver cómo interactúan entre ellos, entender la relación entre contenidos y así corregir lo que fuese necesario.

La forma en que Cuello & Vittone (2000) explican la Arquitectura de información, es utilizando Wireframes, ya que estos son el plano arquitectónico de una app, en primera instancia esta de forma general la arquitectura de información, donde se detallarán los diferentes niveles para luego de una forma más específica, integrar los botones e interacciones que tendrá la app.

A sus propias palabras, (*“si bien no es algo obligatorio, es recomendable ya que el no hacerlo conlleva a una mala práctica que puede traer consecuencias”*)

Otro punto importante de toda app es el cómo se navegará dentro de ella, para esto Serna (2016) define los tipos más comunes de navegación, los cuales utilizan menús para que el usuario interactúe con la app e interactúe con la misma, están divididas en cuatro:

- a) Navegación lineal
- b) Navegación centralizada
- c) Navegación interconectada

d) Navegación plana

Independientemente de cuál se escoja, Serna (2016) indica que en el caso de aplicaciones móviles se suele usar una arquitectura de información de pocos niveles y una navegación centralizada, esto sólo por norma general, cada quien es libre de crear su app con la profundidad que desee pero al hacer esto a veces ya es necesario agregar cosas que pueden saturar la navegación del usuario con muchos elementos, sin embargo todo esto es relativo ya que depende de muchos factores, entre ellos el público y el cómo funcionaría el prototipo de la app en ellos.

2.2.3. Experiencia de Usuario

Hassan (2015, p. 9) divide la experiencia de usuario en dos dimensiones, la denominada objetiva o inherente y la subjetiva o aparente.

La objetiva hace referencia a 3 puntos esenciales, primero la facilidad con la que el usuario interactúa por primera vez con la app, en algo que define como “el usuario enfrentándose al diseño”, el segundo punto de la dimensión objetiva es llamada “Eficiencia”, siendo la continuación de la facilidad de la primera interacción, en este punto se aborda el que tan difícil fue para el usuario realizar todas las tareas que el diseño le ha propuesto, el tercer punto es asociado a la recordación que el usuario obtiene luego de usar la app, si se deja de usar por un periodo de tiempo prolongado, ¿el usuario será capaz de recordar todos los caminos necesarios para realizar las tareas que la app propone?, finalmente, el último punto de la dimensión objetiva es la eficacia, esta se basa en analizar cuántos errores el usuario comete al momento de usar la app y cuanto demora en subsanar esos errores, esto va asociado al fácil uso de la aplicación, siendo que toda app debe ser diseñada con un nivel mínimo de entendimiento para los usuarios.

En contraste con la dimensión objetiva, la denominada dimensión subjetiva se basa enteramente en la satisfacción del usuario, aludiendo a la facilidad que tuvo el usuario para interactuar con la app, pero ¿Porque Hassan divide a la experiencia de usuario en estas dos dimensiones?, la razón principal es que en muchos casos, una app puede dejar al usuario satisfecho debido a una buena interacción con la misma pero no necesariamente está bien hecha

objetivamente hablando, es una dualidad que el mismo autor denomina como interesante.

Aguado y Estrada (2017) Define la “Responsabilidad del desarrollador” como la manera en que se desarrolle una app con una “capa de accesibilidad” donde todos puedan acceder a toda la funcionalidad que ofrece una app, esto debido a que toda aplicación independientemente de su complejidad debe tener un mínimo nivel de accesibilidad para con los usuarios, ya sea a nivel de software o diseño.

Nielsen (2000) Comenta un punto importante llamado “Usabilidad”, la define como “una característica que mide que tan intuitivamente y fácil de usar es un diseño para el usuario común”, de esta manera podemos determinar que es de suma importancia saber el cómo el usuario interactúa con el diseño no solo con el que se propone sino como interactúa con las nuevas tendencias en diseño de aplicaciones ya que de esa manera se podrá manejar su experiencia y así afianzar su fidelidad.

Cuello (2013) indica que a pesar de existir varios sistemas operativos cada uno con sus propias particularidades, estos tienen algo en común y es que comparten conceptos que son fundamentales y de los que es necesario tener conocimiento al momento que trabajamos con experiencia de usuario, estos son simplicidad, consistencia y navegación intuitiva.

Según Norman (1988) un diseñador no debe basar la experiencia de usuario solo en la división de conceptos opuestos tales como el “error” y el “Comportamiento correcto”, ya que, debemos considerar la interacción entre usuario y dispositivo como una actividad donde ambas partes cooperan y pueden existir malentendidos de cualquiera.

A pesar del año donde esto fue dicho, no deja de ser una perspectiva interesante ya que para lo que un usuario puede ser un error, para otro puede pasar totalmente desapercibido, normalmente cuando se testea un prototipo, se da por sentado que los “errores” son aquellos en los que la mayoría

concuenda pero en la visión de Norman (1988) preocuparse por los detalles de toda la interacción y no solo de los “errores” es algo indispensable ya que esta es la base de un diseño interactivo con lo que un simple cambio en el color de la pantalla, fondo o de algún botón, el usuario sentirá que ha realizado una acción que le puede generar cierto grado de satisfacción, con cosas pequeñas como esas se puede mejorar la experiencia del usuario de una manera interactiva inclusive no es necesario que ciertos “errores” sean totalmente modificados ya que un simple cambio de color o forma, la perspectiva puede ser diferente.

Garret (2011) antepone una verdad sobre la experiencia del usuario de la cual se pueden sacar varias conclusiones definiéndolo como “una relación de doble filo”, esto debido a que si bien las nuevas tecnologías y en este caso específico, las apps nos facilitan la vida de muchas maneras, en varias ocasiones son la razón de la molestia de muchas personas ya que la experiencia de cada usuario varía dependiendo de varios factores, por ende, te simplifica muchas cosas pero a la vez te puede llegar a complicar en caso éste tenga “fallas” o detalles con los que simplemente, no congenies.

2.2.4. Comic

Sealtiel (2007) define al cómic como *"una narración en viñetas, la ilustración de un script o argumento en secuencias que describen la acción de los personajes y la expresión facial desde diversos puntos de vista"*.

Esta definición logra distinguir al cómic de otros formatos en papel ya que es una historia narrada con una estructura definida en la cual se usa una gran gama de elementos (Planos, formas, ángulos, textos) para mostrar dicha historia desde un inicio hasta su respectivo final.

Con respecto al desarrollo de un cómic, según Maza (2013) es necesario que el autor en cuestión tenga conocimientos sobre dibujo aunque en muchos casos un nivel de dibujo bajo puede ser cubierto con un buen guion y narrativa, es aquí donde el autor insiste en que ambos aspectos van de la mano, ninguno es indiferente al otro y que si se quiere tener un trabajo de calidad es necesario

tener conocimientos en ambos campos de tal manera que el cómic será una unidad bien hecha tanto en aspecto técnico como literario.

Según Rodríguez (1988) una de las características del cómic es que es predominantemente distractora, sin embargo, conforme han pasado los años, el cómic ha venido tomando un nivel más allá de servir de mero entretenimiento, Mccloud (2005) menciona que el cómic es algo mucho más grande ya que posee infinitas posibilidades independientemente del contexto donde se desarrolle, esto hace que el cómic tenga muchas más características e incluso posea un valor mucho más importante.

2.2.5. Editorial

Eguaras (2014) define “editorial” como algo que va más allá que los libros, la autora afirma que las revistas, periódicos, piezas gráficas haciendo referencia a papelería comercial, textos digitales además que la palabra en sí se puede dividir en otros aspectos llevados ya no solo al mundo físico sino digital, particularmente específica que se trata más de definirse a la editorial como la creación de contenidos en general.

García (2004) indica que no existe una definición literal para lo que engloba la palabra editorial, es así, que lo define como un grupo de empresas que ofrecen un servicio de distribución de toda creación intelectual, asimismo resalta que no se trata de libros impresos o digitales sino del contenido que se pretende comercializar ya que todos forman parte de alguna cultura o vienen de alguna rama intelectual específica tomando en cuenta la perspectiva económica y humana.

Gavilán (2009) indica uno de los puntos más importantes en el rubro editorial, haciendo referencia a las licencias para poder distribuir los libros en lugares determinados, asimismo, nos define una serie de puntos importantes antes de firmar una licencia, el primero llamado “Usuarios autorizados” hace referencia a qué personas estarán autorizadas a adquirir dicho libro una vez sea licenciado, por ejemplo, si estará disponible para el público en general o en el caso de ser un libro exclusivo para alumnos de alguna casa de estudios, ¿El

libro en cuestión, podría ser utilizado por alguien ajeno a dicha casa de estudios?, este punto también se puede definir como la accesibilidad a dicho libro licenciado, ¿Es exclusivo de alguna biblioteca?, en este ejemplo, sería necesario de un carnet de biblioteca para poder acceder a dicho libro, en este apartado se tienen que tomar en cuenta todas las restricciones que dicha licencia traerá junto al libro.

El segundo es denominado como “Usos permitidos”, en este caso se planea abordar el hecho de que el libro en cuestión, ¿puede ser reproducido parcialmente o totalmente para ser agregado a alguna otra publicación de índole académica o no está permitido?, este punto planea abordar el hecho de que es necesario al momento de adquirir una licencia, ser conscientes de todos los usos reconocidos por la ley.

El tercer punto llamado “Duración y extinción de contrato” pretende dejar en claro la estipulación de la fecha de adquisición de la licencia, así como la fecha de finalización de la misma, tomando en cuenta si es una licencia renovable o no, así como verificar los procedimientos establecidos en caso se planea tener una licencia por un largo periodo de tiempo o uno corto.

El cuarto punto es la responsabilidad que tiene la biblioteca ante la licencia adquirida, en este punto el autor aborda la importancia de definir todas las responsabilidades ante un mal uso por parte de los usuarios

En el quinto punto aborda la indemnización hacia el o los autores en caso se vean perjudicados por un mal uso de la licencia adquirida por la biblioteca.

El sexto apunta a definir todo lo que una licencia abarca, ya que en algunos casos una licencia puede traer consigo uno o más libros hablando por ejemplo de “Sagas”.

El séptimo pretende definir el modelo que se usará para la salida del precio final, teniendo en cuenta a todos los actores involucrados.

El octavo punto aborda la cláusula de confidencialidad que vendrían a ser restricciones que la biblioteca tendrá mientras haga uso de la licencia.

El noveno y último punto denominado “Derecho aplicable” hace referencia al cómo ambas partes se someterán al sistema jurídico en caso se incumpla algo en el contrato de adquisición de la licencia.

2.2.6. E-Comic

Vilches (2014) Menciona una diferencia que como punto de partida es necesaria aclarar, en este caso, la diferencia entre E-Comic (Comic Digital) y un Web Comic, en el caso del primero se trata de un comic hecho(ilustrado y pintado) con dispositivos digitales o análogos(en este caso se hace referencia a los cómics físicos que luego son escaneados para ser llevados a formato digital) y estos se pueden distribuir en formatos digitales como *Portable Document File Comic Book Resources* que a su vez puede ser visualizados y descargados desde una web o una app, mientras que en el caso de un Web Cómico tal y como su nombre lo indica, es un cómic digital alojado en una web que es leído mediante el uso de navegadores de internet, ambos términos son indiferentes a estilos y géneros.

Mccloud(2001) expresa que en la actualidad tenemos un entorno digital que favorece al comic en todo aspecto, ya que gracias a las nuevas tecnologías los cómics pueden adoptar cualquier forma y tamaño a medida que avancen los años, es decir que se adapta a las nuevas tendencias donde el cómic sigue teniendo las mismas características pero se puede interactuar de una manera distinta.

Yendo por el camino del usuario, Gutiérrez (2009) menciona que esta nueva era digital trae consigo los denominados “Nuevos lectores”, una nueva ola de usuarios que antes no leían en mayor o menor medida debido a las dificultades que puede generar la lectura por medio del formato físico, ya sea costos, espacio(por el tema de librerías) o simplemente que alguien que sea de leer poco simplemente no le llama la atención comprar algo que solo usara una vez, bajo esta perspectiva, la era digital capta a este público cautivo que ahora gracias a estas nuevas tecnologías accederá a un mundo al cual no ingresaron mediante la forma tradicional, también explica que esto no quiere decir que el “Bloque de papel” ósea el libro como tal, no desaparecerá pero que el concepto se transformara dando pie a este nuevo abanico de plataformas e interacciones donde no solo se atrae a un nuevo público, sino que también, puede ser utilizado por los usuarios que prefieran el formato físico como una alternativa mas no como un reemplazo.

2.2.7. Difusión

En la actualidad, la manera en que el público en general mira a los cómics es diferente a como era 20 años atrás, ahora es más valorado como arte y en ocasiones es utilizado como método de enseñanza, sin embargo aún hay mucho trabajo por hacer al respecto, esto debido a que si bien la difusión de los cómics ha ido aumentando, aún se tienen muchos prejuicios al respecto, tal y como dice Gómez (2009), las bibliotecas podrían ser un factor más determinante a la hora de educar sobre la cultura del cómic, ayudando al público en general a comprenderlo de una manera más adecuada a su verdadera naturaleza y logrando que los prejuicios se vayan disipando.

En diversas ocasiones denominamos comics al dibujo distribuido en viñetas independientemente si está impreso, alojado en alguna web o app o si es distribuido o no, según Gübern (1986) los cómics, no pueden ser llamados como tales mientras no hayan pasado por el proceso de impresión, afirmación que cumple con los estándares actuales de lo que consideramos cómic, aunque gracias a las nuevas tecnologías actualmente no es necesario imprimir un cómic para que sea distribuido, valiéndonos del cómic desde su concepción, fue hecho para llegar al mayor público posible mediante el método de impresión.

2.2.8. Valor Cultural

Para tener un mejor entendimiento de lo que es el valor cultural hay que denotar ciertos aspectos importantes a tomar en cuenta dentro del concepto de cultura. González (1996) define la cultura como un conjunto de expresiones que engloban el común denominador de un grupo de personas, sin embargo Grimson (2001) menciona que para hablar del concepto de cultura es necesario que exista un contexto para poder definirlo de mejor manera, ya que para entender la cultura de una sociedad importante conocer su historia y ubicarnos en una línea de tiempo.

Linton (1992) afirma que parte de la cultura es la conducta de una sociedad, esto porque se entiende que es un conjunto de leyes no escritas donde un grupo de personas lograran vivir en convivencia teniendo la misma cultura. Sin embargo, en la diversidad está la clave ya que según Kuper (2001) al momento

que una cultura es subyugada o desaparece, es algo que ya no tiene marcha atrás, ya que, si todos tuviéramos la misma cultura, los mismos valores, el mismo comportamiento, no podríamos llamarnos humanidad ya que la diversidad en las diferentes culturas alrededor del mundo, nos hace humanos.

En base a diversos autores, definir cultura puede ser algo ambiguo, sin embargo, podemos tener un mejor entendimiento de esto ya que según la *UNESCO en la Declaración Universal de la sobre la Diversidad Cultural, publicada en el año 2001 se define como cultura (“al conjunto de los rasgos, distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias.”)*

De esta manera podemos ver ciertos parámetros que coinciden entre las diversas opiniones, ya que todos entienden por cultura al aspecto comunitario, que define nuestro comportamiento en base a patrones que diferencian nuestra conducta y forma de ver al mundo.

2.2.9. Tradiciones

Madrazo (2005) define tradición como algo que trasciende el tiempo para representar lo que fue una sociedad en el pasado, por lo tanto las tradiciones guardan no solo el recuerdo de lo que fue una comunidad sino que también al paso del tiempo se convierte en patrimonio de la humanidad en base a su importancia para el progreso de una comunidad, en adición a esto, complementando el concepto de tradición Boyer (1990) dice que las tradiciones son ese conjunto de acciones y prácticas que van pasando de generación en generación y forman parte de toda una cultura específica, podemos ver que se entiende como tradición a ese comportamiento único de cada cultura.

Ante la posible duda de ¿Cuánto tiempo es necesario que pase para que el actuar de una comunidad sea considerada tradición?, Shils (1981) explica que para ser considerado tradición, no hay que pensar en años como tal sino en generaciones y esto varía de comunidad en comunidad, por ende, para tener un método de cuantificación en común, menciona que es necesario que el

conjunto de acciones y prácticas se transmitan por lo menos durante 3 generaciones, esto a pesar de no ser el método más preciso para medir el tiempo.

2.2.10. Identidad

Larraín (2003) indica que la identidad no es algo con lo que nacemos y se queda estático toda nuestra vida, sino que es algo que se va construyendo conforme vamos creciendo, la interacción con otros es clave y es el cómo asimilamos nuestras experiencias que vamos forjando una identidad, si bien el contexto influye no es algo determinante y es por eso que recalca esto último diciendo “Independientemente del contexto”, asimismo Larraín define 3 elementos que son los que ayudan a forjar la identidad.

- a) El primero hace referencia a la categorización, esto quiere decir que siempre cuando alguien se identifique con algo, necesariamente mencionara cosas de interés común con otras personas, las categorías son varias, religión, clase social, género, nacionalidad, etc., por ende, toda identidad hace referencia a grupos de personas más grandes que comparten características contigo.
- b) El segundo tiene que ver con el acceso que uno tenga a ciertas cosas de un nivel socioeconómico determinado, esto debido a que uno puede sentir pertenencia a un grupo específico teniendo en cuenta las cosas materiales que posee.
- c) El tercero y último abarca el tema de la aceptación de “Otro” aparte de uno mismo, esto quiere decir que en base a la reacción y el cómo otras personas tomen nuestras acciones, nuestra identidad o percepción de cómo son las cosas pueden variar, ya que, dependiendo de esas reacciones, la identidad que uno está construyendo puede variar de una u otra manera ya sea positiva o negativamente.

Páramo (2008) concuerda con Larraín ya que define a la identidad como un conjunto de características que cada uno de nosotros tiene y que vamos formando en base a las interacciones que tenemos con la gente desde que somos niños hasta que somos adultos y que es en base a estas experiencias

que tendremos una actitud la cual nació a partir de esas interacciones que hemos tenido, por lo tanto, ambos autores concuerdan en que la identidad no es algo con lo que nacemos, ni están definida por nuestra naturaleza, sino que todo es un gran “depende” en cómo se desarrollen las cosas a nuestro alrededor para nosotros ir forjando nuestra identidad.

Erikson (1994) resalta un punto clave en la generación de la identidad de cada persona haciendo énfasis en su juventud ya que él define esta etapa como un momento clave, es así que divide en 5 etapas por donde nuestra identidad evoluciona durante nuestros años de juventud, la primera etapa la cual llama “Dimensión comunitaria”, hace referencia a sus decisiones con respecto a trabajo, amistades, la carrera que esté estudiando, pareja, son factores que serán determinantes ya que escogerá una “dimensión comunitaria” en base a su día a día y el contexto sobre el cual tiene todas estas vivencias, la segunda etapa “Dinámica del conflicto” tiene que ver con el dilema adolescente, donde en ocasiones uno está bien con un ánimo sin igual pero otras veces uno se encuentra con sentimientos totalmente opuestos, este cambio de emociones también influyen en la formación de nuestra identidad, el siguiente es el periodo evolutivo personal, en esta etapa luego de cada conflicto, uno tiene una resolución final, dicha resolución sirve para ir evolucionando en base a las experiencias vividas y aprendiendo de ellas, la cuarta llamada “Modelos Recibidos” hace referencia al modelo a seguir que tengamos, Padres, Tutores, hermanos, etc., esto debido a que la creación de nuestra identidad influirá mucho de las personas que nos rodean, el quinto punto llamado “aspectos psico históricos tiene relación con el contexto donde uno vive ya que no es lo mismo vivir en una época de guerra que en una época de paz, finalmente la última etapa de la creación de la identidad de cada uno en su adolescencia se llama “Historia personal” esto debido a que cada persona tendrá experiencias personales que lo influyen de una u otra manera, esto puede llevar a influir de manera negativa o positiva

2.3 Definición de términos básicos

- *Aplicación (App): “Es un programa informático creado para llevar a cabo o facilitar una tarea en un dispositivo informático, solo se le denomina App a aquellas que fueron creadas con un fin determinado, para realizar tareas concretas”. (Mobile Marketing Association, 2011).*
- *WireFrame: “Un wireframe —cuadro de alambre, según su traducción— es una representación muy simplificada de una pantalla individual, que permite tener una idea inicial de la organización de los elementos que contendrá, identificando y separando aquellos informativos de los interactivos”. (Cuello & Vittone, 2013).*
- *E-Cómic: Es una historieta que primero fue hecha en papel y distribuida de forma tradicional para luego ser trasladado a formato digital para su lectura en internet*
- *Web Comic: “Es una historieta creada específicamente para su lectura en internet”. (Vílches, 2014).*
- *Testeo: Término utilizado para “Poner a prueba algo” comúnmente usada al momento que un producto se prueba previo a su lanzamiento para verificar que todo esté en orden.*
- *Editorial: Término usado para denominar a las empresas encargadas de editar libros y varios otros tipos de publicaciones haciendo uso de la imprenta.*
- *Licencia: Se entiende por licencia en el rubro editorial a los derechos que posee un libro que una editorial desea obtener para poder tener exclusividad sobre los derechos de distribución.*

Capítulo III

Marco Metodológico

3.1 Diseño de la Investigación

La metodología usada en esta investigación es cualitativa ya que es necesario comprender las experiencias y diferentes puntos de vista de los lectores de comics jóvenes que frecuentan el C.C. Arenales.

La investigación tendrá un alcance descriptivo - Correlacional ya que se pretende conocer las características, necesidades y perfil del usuario para determinar por qué el diseño de una app puede promover la lectura de cómics peruanos resaltando su valor cultural en ellos

3.2 Supuesto:

Supuesto General

Los lectores de comics que acuden al C.C. Arenales no leen comics peruanos debido a que no están enterados de los mismos debido a la poca difusión de los mismos

Supuestos específicos

1. El diseño de una app es necesario para promover la lectura del cómic peruano en el C.C. Arenales
2. El diseño de una app ayudará a resaltar el valor cultural que tienen los comics peruanos de una manera interactiva.
3. El diseño de una app puede ayudar a artistas nuevos a tener más visibilidad
4. El diseño de una app influirá en la difusión de comics peruanos.

3.3 Operacionalización de variables / Categorización:

3.3.1 Variable / Categoría

Las categorías a investigar son las siguientes:

- Diseño de app
- Cómic
- Valor cultural

3.3.2 Definición operacional / conceptual

Las subcategorías a investigar son las siguientes:

- Diseño de app
 - Plataforma
 - Diseño
- User Experience(UX) / User Interface (UI)
 - Comic
 - Editorial
 - E-Comic
 - Difusión
- Valor Cultural
 - Tradiciones
 - Identidad

3.3.3 Indicadores

- Reconoce el uso de una o más plataformas
- Identifica la importancia de su uso
- Reconoce el diseño de una app como algo de suma importancia
- Conoce qué es adaptable
- Explora necesidades dentro de apps de uso cotidiano
- Identifica la experiencia como un factor determinante para el uso
- Reconoce el valor del cómic impreso
- Conoce el concepto de coleccionismo
- Lo considera una forma eficiente de distribución
- Reconoce el impacto del E-Cómic en el mercado
- Conoce los canales de venta
- Argumenta sobre la red de distribución
- La influencia de las tradiciones
- El impacto de las costumbres en la sociedad
- Explora el sentimiento de pertenencia
- Define la diferenciación con otras culturas

3.4 Población, muestreo y muestra

La muestra en total para las encuestas fue de 100 lectores que asisten al C.C Arenales de los cuales se tomó en cuenta como unidad de análisis a usuarios que asistieron exclusivamente a comprar a tiendas de cómics que se eligieron de manera aleatoria.

Así mismo, se tomó en cuenta las opiniones de autores de cómics que funcionan como expertos en todo el tema del comic y como se encuentra a nivel contextual del Perú y expertos en UX/UI para entender mejor el tema de cómo el diseño y las nuevas tendencias influyen en la experiencia del usuario, así como el punto de vista de lectores que acuden regularmente a comprar cómics al C.C Arenales.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos para esta investigación fueron trabajadas en base a la guía del libro “101 Design Methods” (101 Métodos de Diseño) de Vijay Kumar además de instrumentos realizados por el investigador los cuales fueron revisados por expertos en la materia para su uso efectivo

3.5.1 Descripción de instrumentos

A) Para entender mejor la situación contextual y las necesidades que tienen los autores de cómics se realizó entrevistas a Oscar Barriga autor del conocido cómic “Ayar la leyenda de los incas” y fundador de Tawa Producciones y a Guido Cuadros, dueño de la tienda en línea “Cómic Apocalipsis” y editor del cómic peruano “El Convoy” de Eduardo Romero.

1- Guía de entrevista no estructurada a autores de cómics

Objetivo: Adquirir información del estado actual del cómic peruano, su distribución y el cómo esto afecta a los autores.

Preguntas:

- 1- ¿Qué canales de venta de cómics conoce?
- 2- ¿Considera eficiente la red de distribución actual de los cómics? ¿Por qué?
- 3- ¿Conoce el concepto de coleccionismo?
- 4- Según su experiencia, ¿Considera que el concepto de coleccionismo se está perdiendo con los años? ¿Por qué?
- 5- ¿Qué opina con respecto al apoyo de las editoriales que aún creen en el cómic impreso?

- 6- ¿Considera que las tradiciones de diversas culturas, influyen en cuán popular se vuelve un cómic? ¿Por qué?
- 7- Según su experiencia, ¿Considera que el contexto cultural local o mundial, influye en qué tipo de cómics se leen?, ¿Por qué?
- 8- ¿Considera que el sentido de pertenencia de una persona a un lugar ya sea su país, pueblo o lugar donde radica, influye al momento que crea su cómic? ¿Por qué?
- 9- Según su experiencia, ¿El cómic tiene el valor diferencial de que puede ser usado no solo como entretenimiento sino también para enseñar? ¿Por qué?
- 10- ¿Reconoce el término E-cómic?
- 11- Según su experiencia, ¿Lo considera una forma viable de distribuir cómics?
- 12- Según su experiencia ¿Considera que el E-Cómic ha resultado a favor o en contra del cómic impreso?
- 13- Según su experiencia, ¿Qué puede motivar a un lector a optar por leer un cómic en digital o físico?
- 14- ¿Qué apps utiliza en su día a día?
- 15- ¿De las apps que utiliza en su día a día, ¿reconoce algo que tengan en común?
- 16- ¿Conoce de la existencia de plataformas digitales para leer cómics? ¿Cuáles?
- 17- ¿Considera importante el diseño de una app para leer cómics como algo fundamental para su uso?
- 18- ¿Alguna vez considero la idea de utilizar alguna para sus propias obras?
- 19- ¿Usted considera que una app debe adaptarse a los cómics para ser leídos de forma digital o viceversa?
- 20- ¿Usted ha querido tener más presencia digital pero no ha tenido las herramientas para lograrlo?

B) Si bien el conocer el contexto del estado del comic a nivel local entrevistando a expertos en el tema y a sus usuarios le brinda al proyecto información importante, también era necesario conocer el cómo la experiencia de usuario a través de las nuevas tecnologías afecta al entorno en el que se desenvuelve el tema de estudio, debido a esto, se realizó una entrevista al docente Diego Sotelo quien ha trabajado por muchos años en UX/UI.

3 - Guía de entrevista no estructurada a experto en UX/UI

Objetivo: Adquirir información de cómo funciona la experiencia de usuario al momento de usar una app

Preguntas:

- 1- ¿Cuántos años de experiencia tiene trabajando en UX/UI?
- 2- Según su experiencia, ¿lo considera algo de vital importancia en el mundo digital de hoy en día?
- 3- ¿En cuáles industrias se suele utilizar el UX/UI?
- 4- Según su experiencia, ¿Considera recomendable que se usen plataformas digitales para la lectura?
- 5- ¿Conoce la existencia de plataformas digitales para leer cómics? ¿Cuáles?
- 6- ¿Cuáles serían las ventajas y desventajas de utilizar alguna plataforma digital para leer cómics?
- 7- ¿Considera importante la masificación de los cómics utilizando medios digitales? ¿Por qué?
- 8- ¿Considera que el cómic impreso puede estar perdiendo valor por la era digital? ¿Por qué?
- 9- ¿Conoce el término E-Cómic?
(En caso de no conocerlo, leer la definición al final) *
- 10- Qué opina con respecto a todo el tema del E-Cómic
- 11- Según su experiencia, ¿Qué ventajas tiene la distribución por plataformas digitales a comparación de la distribución por medios más tradicionales?
(librerías, tiendas)
- 12- ¿Considera que la distribución digital y la tradicional se ayudan mutuamente?
- 13- ¿Qué apps utiliza en su día a día y por qué?
- 14- De las apps que utiliza en su día a día, ¿reconoce algo que tengan en común?
- 15- ¿Cuántos pasos recomendados debe tener una app para que el usuario no lo sienta tedioso?
- 16- ¿Una app se puede adaptar indefinidamente a lo que el usuario necesite?
¿Por qué?
- 17- ¿Es importante que una app para celular tenga una versión web? ¿Por qué?
- 18- Según su experiencia, ¿La distribución mediante plataformas en línea, es algo favorable? ¿Por qué?
- 19- Dependiendo del lugar de donde provenga el lector, ¿su experiencia con una app puede verse influenciada por eso?

20- ¿El factor cultura puede ser utilizado para que la app tenga un estilo visual único? ¿O no sería recomendable centrarse en algo tan específico?

21- Una app independientemente del público al que vaya, ¿debería tener un diseño e interfaz con la cual, cualquiera pueda sentirse cómodo?

*E-Comic: Historietas en formato digital, para ser visualizado en los PC o cualquier dispositivo que posea una pantalla y memoria, como una videoconsola o un teléfono móvil, adecuado para este propósito, como los iphone, ipod, incluso videoconsolas portátiles como PSP (PlayStation Portable) o Nintendo DS.

C) De igual manera se realizaron entrevistas a lectores de comics que frecuentan el C.C Arenales para comprar a las tiendas especializadas que se encuentran en el local para conocer más a fondo al usuario

1- Guía de entrevista no estructurada a lectores de comics

Objetivo: Adquirir información de los lectores de comics que acuden al C.C Arenales.

Preguntas:

- 1- ¿Qué tipos de cómics lee?
- 2- ¿Qué tan seguido lee dichos cómics?
- 3- En su día a día, ¿lee más cómics utilizando medios digitales o físicos?
- 4- ¿Qué canales de venta de cómics conoce?
- 5- ¿Usted colecciona cómics?
- 6- ¿Considera que el concepto de coleccionismo se está perdiendo con los años?
- 7- Considera que al coleccionismo como un factor importante para que el cómic impreso aun este vigente ¿Por qué?
- 8- ¿Considera que el cómic impreso está perdiendo valor por la era digital? ¿Por qué?
- 9- ¿Usted leería cómics con influencia en leyendas o tradiciones peruanas?

- 10- ¿Considera que el contexto cultural local o mundial, influye en qué tipo de cómics se leen?, ¿Por qué?
- 11- ¿Considera que el sentido de pertenencia de una persona a un lugar ya sea su país, pueblo o lugar donde radica, influye en sus gustos con respecto a qué cómic leer?
- 12- ¿Alguna vez le interesó algún cómic peruano o extranjero debido a su trasfondo cultural?
- 13- ¿Considera que el cómic puede ser usado para resaltar el valor cultural de un lugar? ¿Por qué?
- 14- ¿Reconoce el término E-comic?
- 15- ¿Qué plataformas para leer e- cómics conoce?
- 16- ¿Cuenta con las herramientas para poder utilizar los medios digitales para leer cómics?
- 17- ¿Usted considera que es importante que un cómic tenga cierto nivel de presencia digital? ¿Por qué?
- 18- ¿Qué apps utiliza en su día a día?
- 19- ¿De las apps que utiliza en su día a día, ¿reconoce algo que tengan en común?
- 20- ¿El diseño de una app influiría en si usted prefiere una app a otra?
- 21- ¿Usted considera que una app debe adaptarse a los cómics para ser leídos de forma digital o viceversa?

D) Para reforzar el tema de las necesidades del usuario y el cómo la idea de una aplicación puede ser viable se realizó una encuesta a los lectores de cómics que frecuentan el C.C Arenales para obtener data más puntual, esta data también fue obtenida gracias a la ayuda de Carlos, dueño de la tienda de cómics llamada Eevazu Store, quien muy amablemente y luego de explicarle de qué trata el proyecto, accedió a recibir copias de las encuestas para que los lectores que lleguen a comprar puedan llenarla.

4 - Encuesta - Cuestionario

Dirigido a lectores de entre 15 a 25 años que frecuentan el C.C. Arenales

Preguntas:

- 1- ¿Edad?
 - a) 15 a 17
 - b) 18 a 20
 - c) 20 a 25
- 2- ¿Lees comics peruanos?
 - a) Si
 - b) No
- 3- Si tu respuesta fue si, ir a la pregunta 5*
- 4- Si tu respuesta fue no, indicar él porque
 - a) Los considero aburridos o no tienen temas que llamen la atención
 - b) Los considero inferiores a cómics extranjeros
 - c) No me entero de donde leerlos o adquirirlos
 - d) No me interesa nada nacional
- 5- Indica él porque
 - a) Considero importante apoyar el talento local
 - b) Hay historias muy bien escritas
 - c) Las historias con trasfondo nacional me llaman la atención
 - d) Suelen tener precios asequibles
- 6- ¿Compras comics regularmente o prefieres leerlos en línea?
 - a) Compro Regularmente
 - b) Prefiero leer en línea.
- 7- Si marcaste “Compro regularmente” sigue con la pregunta 9
- 8- Si marcaste “Prefiero leer en línea” indica él porque
 - a) En internet es gratis
 - b) No hay límite en la cantidad que puedo leer
 - c) No me gusta leer en físico
 - d) No tengo la posibilidad económica de comprar comics regularmente
- 9- ¿Estas enterado de donde comprar cómics peruanos?
 - a) Si
 - b) No
- 10- Si tu respuesta fue sí, indicar cual medio te enteras de las novedades sobre que nuevos títulos o donde se pueden adquirir cómics peruanos

- a) Facebook
- b) Twitter
- c) Instagram
- d) Televisión
- e) Radio
- f) Periódico
- g) Amigos o conocidos
- h) Lo escuchas de los que compran o de tiendas en el C.C Arenales

11- Si tu respuesta fue no, indicar el medio que más utilizas para recibir novedades de cualquier cosa

- a) Facebook
- b) Twitter
- c) Instagram
- d) Televisión
- e) Radio
- f) Periódico
- g) Amigos o conocidos
- h) Publicidad en el C.C Arenales u otro lugar de encuentro

12- ¿Utilizas apps para leer comics?

- a) Si
- b) No

13- Si tu respuesta fue si, ir a la pregunta 15

14- Si tu respuesta fue no, indicar porque

- a) Me incomoda leer en celular
- b) Prefiero leer en físico ya que así apoyo al autor original
- c) No utilizo mucho el celular
- d) Soy coleccionista

15- ¿Utilizas alguna de estas apps para leer comics?

- a) ComicRack
- b) MangaPlus
- c) Astonishing Comic Reader
- d) Webtoon
- e) Mangafreak

- f) Tapas
- g) ComiXology

16- Si una app gratis te informa que pagando un monto puedes obtener más beneficios, ¿aceptarías pagar una cantidad por mínima que sea?

- a) Si
- b) No

17- Si tu respuesta fue si ir a la pregunta 19*

18- Si tu respuesta fue no indicar él porque

- a) Con la app base me basta
- b) Compró cómics, pero a veces leo línea así que no tengo la necesidad de obtener beneficios
- c) No tengo posibilidad económica para invertir mensualmente en un monto mínimo
- d) Leo en línea precisamente para no gastar una cantidad alta comprando cómics

19- Indica él porque

- a) Me está dando beneficios adicionales
- b) Mientras el precio vaya acorde a lo que ofrece
- c) Mientras la cantidad de títulos que tenga lo justifique
- d) Siento que es una forma de apoyar no solo al autor sino a la app misma
- e) Todas las anteriores

20- De existir una app la cual tenga cómics peruanos ¿la usarías?

- a) Si
- b) No

3.5.2 Validación de instrumentos por expertos

Los instrumentos de recolección de datos tales como las entrevistas a expertos sobre el cómic peruano (autores, distribuidores), la entrevista al experto en UX/UI, la entrevista a lectores de comics que frecuentan el C.C Arenales y la encuesta fueron validadas por:

a) Andrea Lazarte Aguirre

Docente investigadora de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL)

b) Jacqueline Rivas Ramírez

Docente investigadora de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL)

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

- I. **DATOS GENERALES**
 I.1. Apellidos y Nombres: Rivas Ramírez Jacqueline
 I.2. Cargo e institución donde labora: UCAL
 I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Entrevista Expertos en cómic
 I.4. Autor(a) de instrumento: Bill Angel Agreda Delgado
 II. **ASPECTOS DE VALIDACIÓN** (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2
		Por mejorar	Aceptable
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		2
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		2
3. ACTUALIDAD	Es un tema de interés y adecuado a las necesidades reales de la investigación.		2
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems.	1	
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales		2
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis (cuantitativo). O es adecuado a los objetivos de investigación (cualitativo)		2
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos relacionados con el tema de investigación y/o líneas de investigación de UCAL.		2
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores. Estos últimos aplicables a la investigación cuantitativa.		2
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis o un diseño apropiado al objetivo de una investigación cualitativa.		2
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico y permitirá recoger los datos suficientes para concluir la investigación.		2

- III. **OPINIÓN DE APLICABILIDAD**
 - El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
 - El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

X

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

19

Observaciones y sugerencias de modificación:

Sugiero que la pregunta 6 y 7 se pueden fusionar.....
 7-Según su experiencia, ¿Considera que el contexto cultural local o mundial, influye en qué tipo de cómics se leen y la popularidad de éste?, ¿Por qué?

La Molina, 05 de marzo de 2020

Rivas Ramírez Jacqueline



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- I.1. Apellidos y Nombres: Rivas Ramírez Jacqueline
 I.2. Cargo e institución donde labora: UCAL
 I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Entrevista lectores
 I.4. Autor(a) de instrumento: Bill Ángel Agreda Delgado
 II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2
		Por mejorar	Aceptable
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		2
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		2
3. ACTUALIDAD	Es un tema de interés y adecuado a las necesidades reales de la investigación.		2
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems.	1	
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales		2
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis (cuantitativo). O es adecuado a los objetivos de investigación (cualitativo)		2
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos relacionados con el tema de investigación y/o líneas de investigación de UCAL		2
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores. Estos últimos aplicables a la investigación cuantitativa.		2
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis o un diseño apropiado al objetivo de una investigación cualitativa.		2
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico y permitirá recoger los datos suficientes para concluir la investigación.		2

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

X
19

Observaciones y sugerencias de modificación:

Sugiero que la pregunta 10 y 11 se pueden fusionar.....

1- ¿Considera que el contexto cultural local o mundial y el sentido de pertenencia de una persona hacia su país o pueblo influye en sus gustos con respecto a que cómic leer?

La Molina, 05 de marzo de 2020

Rivas Ramírez Jacqueline



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- I.1. Apellidos y Nombres: Rivas Ramírez Jacqueline
- I.2. Cargo e institución donde labora: UCAL
- ▲ I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Entrevista experto UX UI
- I.4. Autor(a) de instrumento: Bill Ángel Agreda Delgado

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2
		Por mejorar	Aceptable
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		2
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		2
3. ACTUALIDAD	Es un tema de interés y adecuado a las necesidades reales de la investigación.		2
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems.	1	
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales		2
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis (cuantitativo). O es adecuado a los objetivos de investigación (cualitativo)		2
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos relacionados con el tema de investigación y/o líneas de investigación de UCAL		2
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores. Estos últimos aplicables a la investigación cuantitativa.		2
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis o un diseño apropiado al objetivo de una investigación cualitativa.		2
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico y permitirá recoger los datos suficientes para concluir la investigación.		2

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Observaciones y sugerencias de modificación:

Sugiero que el orden de las preguntas cambie; de la pregunta 12 a la 12 pasarlas a continuación de la pregunta 21.

X
19

La Molina, 05 de marzo de 2020

Rivas Ramírez Jacqueline



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

- I. **DATOS GENERALES**
- I.1. Apellidos y Nombres: LAZARTE AGUIRRE, ANDREA
- I.2. Cargo e institución donde labora: UCAL
- I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: GUIA DE ENTREVISTA
- I.4. Autor(a) de instrumento: BILL AGREDA
- II. **ASPECTOS DE VALIDACIÓN** (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)
- I.4. Autor(a) de instrumento: Bill Angel Agreda Delgado
- II. **ASPECTOS DE VALIDACIÓN** (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2
		Por mejorar	Aceptable
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		2
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		2
3. ACTUALIDAD	Es un tema de interés y adecuado a las necesidades reales de la investigación.		2
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems.		2
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales		2
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis (cuantitativo). O es adecuado a los objetivos de investigación (cualitativo)		2
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos relacionados con el tema de investigación y/o líneas de investigación de UCAL		2
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores. Estos últimos aplicables a la investigación cuantitativa.		2
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis o un diseño apropiado al objetivo de una investigación cualitativa.		2
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico y permitirá recoger los datos suficientes para concluir la investigación.		2

III. **OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Observaciones y sugerencias de modificación:

X
20

La Molina, 05 de marzo de 2020
Rivas Ramírez Jacqueline



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- I.1. Apellidos y Nombres: LAZARTE AGUIRRE, ANDREA
 I.2. Cargo e institución donde labora: UCAL
 I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: GUIA DE ENTREVISTA
 I.4. Autor(a) de instrumento: BILL AGREDA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2
		Por mejorar	Aceptable
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		X
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		X
3. ACTUALIDAD	Es un tema de interés y adecuado a las necesidades reales de la investigación.		X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems.		X
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales		X
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis (cuantitativo). O es adecuado a los objetivos de investigación (cualitativo)		X
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos relacionados con el tema de investigación y/o líneas de investigación de UCAL		X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores. Estos últimos aplicables a la investigación cuantitativa.		X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis o un diseño apropiado al objetivo de una investigación cualitativa.		X
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico y permitirá recoger los datos suficientes para concluir la investigación.		X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

X

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

--

Observaciones y sugerencias de modificación:

La Molina, 18 de febrero de 2020



Andrea Lazarte Aguirre Docente investigador
--

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- I.1. Apellidos y Nombres: LAZARTE AGUIRRE, ANDREA
 I.2. Cargo e institución donde labora: UCAL
 I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: ENCUESTA (CUESTIONARIO)
 I.4. Autor(a) de instrumento: BILL AGREDA
 II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2
		Por mejorar	Aceptable
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		X
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		X
3. ACTUALIDAD	Es un tema de interés y adecuado a las necesidades reales de la investigación.		X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems.		X
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales		X
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis (cuantitativo). O es adecuado a los objetivos de investigación (cualitativo)	X	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos relacionados con el tema de investigación y/o líneas de investigación de UCAL.		X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores. Estos últimos aplicables a la investigación cuantitativa.	X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis o un diseño apropiado al objetivo de una investigación cualitativa.		X
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico y permitirá recoger los datos suficientes para concluir la investigación.	X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

X

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

--

Observaciones y sugerencias de modificación:

No se abordan las categorías de valor cultural y diseño de app, las preguntas del cuestionario se enfocan en la compra y lectura de comics.
 Si la intención de la encuesta es complementar la información de las entrevistas, debe estar claro, pues si no la data recolectada redundaría con la entrevista a lectores/usuarios.

La Molina, 18 de febrero de 2020



Andrea Lazarte Aguirre Docente investigador
--

3.6 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos cualitativos

3.6.1. Guías de entrevistas.

. Guía de entrevista no estructurada a Oscar Barriga autor de “Ayar la leyenda de los Incas” y fundador de Tawa Producciones. (Anexo 1)

Insights Obtenidos de la entrevista a Oscar Barriga autor de “Ayar la leyenda de los Incas” y fundador de Tawa Producciones

- “Un autor nuevo tendrá muy pocas posibilidades de lograr vender y distribuir su cómic”
- “El desconocimiento del público deriva en la masificación de ejemplares piratas”
- “En un futuro próximo los cómics digitales obtendrán aún más importancia”
- “El cómic sirve para introducir cultura en los lectores de una manera didáctica y entretenida”
- “El contexto local ayuda a la viralización de un cómic”
- “Un buen uso del cómic como material didáctico, puede ayudar a crear lectores de libros convencionales”
- “Un buen Marketing para cómics en línea es vital”
- “El cómic digital afectará al cómic impreso negativamente”
- “Las aplicaciones más importantes son las que derivan de una necesidad básica”
- “La experiencia de usuario en una aplicación para que sea intuitiva es lo más importante”
- “Las aplicaciones deben adaptarse a los cómics”

2- Guía de entrevista no estructurada a Guido Cuadros dueño de la tienda en línea. “Cómic Apocalipsis” y editor del cómic peruano “El Convoy” de Eduardo Romero. (Anexo 2)

Insights Obtenidos de la entrevista a Guido Cuadros dueño de la tienda en línea. “Cómic Apocalipsis” y editor del cómic peruano “El Convoy” de Eduardo Romero.

- “Hay talento, falta apoyo”.
- “No hay apoyo para artistas nuevos y cada uno tiene que arreglárselas solo”.
- “Hay algunas iniciativas, pero no terminan de funcionar”
- “El autor debe enfocarse solo a su arte”.
- “El coleccionismo es algo personal que te acompaña toda la vida”.

- “El valor del libro impreso sigue estando vigente en la actualidad”
- “Los cómics digitales y físicos son para públicos diferentes, pero pueden converger”.
- “Nuestra cultura e historia ya llama la atención”
- “El cómic puede enseñar sobre cualquier cosa, de una manera didáctica y entretenida”.
- “Actualmente los autores hacen iniciativas propias, pero de manera arcaica, nada organizado”.

3- Guía de entrevista no estructurada a Miguel Ordoñez, lector de Cómics que frecuenta el C.C Arenales para comprar. (Anexo 3)

- “Leer cómics en línea te da más opciones”
- “Leer en línea se ha convertido en una necesidad”
- “Con las nuevas tecnologías, más gente se interesa por el cómic”
- “En ciertos casos, cómics alojados en una plataforma digital sirve como publicidad para los cómics impresos”
- “A veces la temática histórica o de alguna leyenda en particular hace que un cómic llame más la atención”
- “Las aplicaciones actualmente sirven para hacer seguimiento de tus cosas favoritas”

4- Guía de entrevista no estructurada a Renzo Morales, Lector de Cómics que frecuenta el C.C Arenales para comprar. (Anexo 4)

Insights Obtenidos de la entrevista a Renzo Morales, Lector de Cómics que frecuenta el C.C Arenales para comprar.

- “Leo cómics en mis tiempos muertos”
- “No colecciono por un tema económico pero leo bastante en línea”
- “La era digital a hecho el proceso de leer un cómic algo mucho más - accesible”
- “Aún no explotamos el potencial en el bagaje de historias y leyendas que tenemos”
- “La interacción entre usuarios dentro de una app es algo que es importante”

5- Guía de entrevista no estructurada a Diego Sotelo, experto en UX/UI (Anexo 5)

Insights Obtenidos de la entrevista a Diego Sotelo, experto en UX/UI

- “La experiencia de usuario se ha convertido en algo necesario”.
- “Las plataformas digitales no deben ser usadas para reemplazar al libro físico sino deben servir como un apoyo o convivir junto al mismo”.

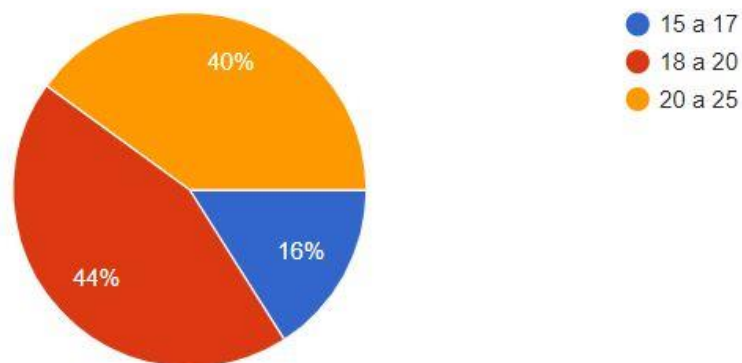
- “Leer un cómic de manera digital podría ser algo más rápido que leer uno de manera convencional”.
- “Lo digital está abarcando cada vez más el mercado”.
- “La distribución por medios digitales masifica la venta”.
- “Las apps de uso cotidiano suelen ser simples, intuitivas y permiten una comunicación instantánea”.
- “Es recomendable que una app tenga una versión web”.
- “Leer en digital tiene sus limitaciones, tiempo de la batería o cansancio en la vista”.

3.6.2. Encuestas.

- Encuesta a lectores de cómics que frecuentan el C.C Arenales

La información recopilada en las encuestas fue tabulada para poder interpretar los datos y así llegar a conclusiones y rescatar *insights* que sean de utilidad para el proyecto.

a) Pregunta 1: ¿Edad?



Del total de encuestados el 40% oscilan entre las edades de 20 a 25 años, una cantidad muy cercana a los que tienen de 18 a 20 que son el 44% pero que son dos cantidades que están alejadas del último porcentaje que son los jóvenes de 15 a 17 años con un 16%,

Pregunta 2: ¿Lees comics peruanos?

Pregunta 3: ¿Por qué?



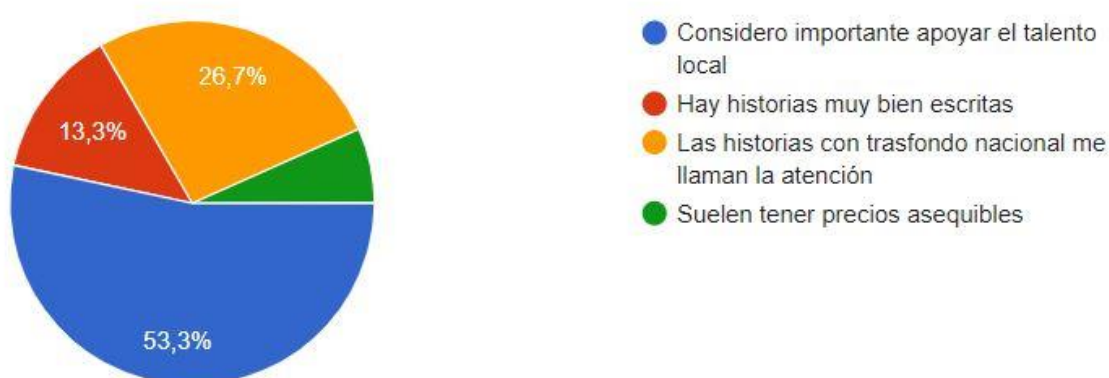
Las preguntas 2 y 3 son claves para los intereses del proyecto, el 70% respondió con un no a la pregunta 2, siendo estos en su mayoría lectores de 15 a 17 años, ambos grupos dominan este porcentaje, mientras que el 30% que respondieron afirmativamente, son en su mayoría, lectores con edades entre 18 a 25 años.

Conocer el interés y las razones puntuales de porque se hace o no algo es de suma importancia para que cualquier proyecto pueda avanzar, en nuestro caso en particular en la pregunta dos se obtuvo una respuesta más que contundente a la pregunta clave de ¿Lees cómics peruanos?, pero más importante que la respuesta en sí, era saber la razón del porqué, de ahí deriva la siguiente de donde se obtuvo una clara respuesta, si bien se obtuvieron respuestas mixtas con respecto a las opciones de “Los considero aburridos” “No tienen temas que me llamen la atención”, “No me interesa nada nacional” o “Los considero inferiores

a cómics extranjeros” la realidad es que la no lectura de cómics peruanos se debe a la desinformación que tienen los lectores.

Finalmente, las edades también es un factor a tomar en cuenta para los que respondieron afirmativamente a la pregunta dos y para eso necesitamos ver el siguiente gráfico de la pregunta 4.

Pregunta 4: Si tu respuesta fue sí, indicar el porque

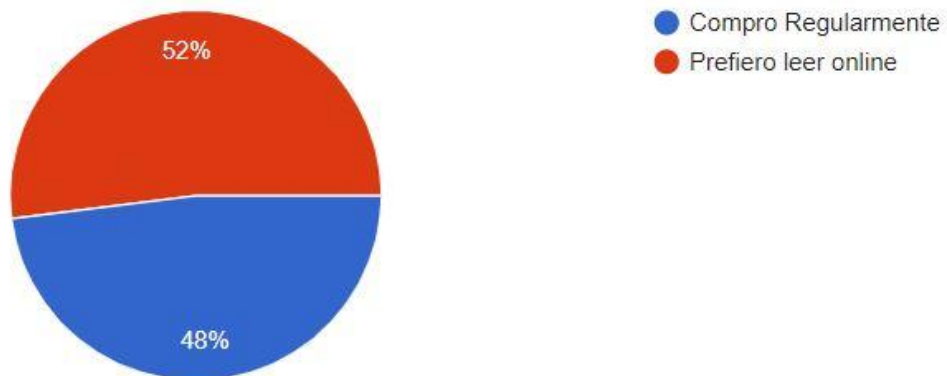


La pregunta 4 al igual que la 3 está también asociada a la pregunta 2 en este caso, podemos observar que el 30% respondió afirmativamente a la pregunta 2, de esta manera también podemos sacar data de este grupo de lectores, donde como dato interesante podemos ver que los lectores de 20 a 25 años, en su mayoría fueron los que respondieron afirmativamente a la pregunta 2, por lo tanto ese 30% son los lectores dentro del público objetivo con edad más avanzada pero que tienen más conocimiento de cómo o donde leer cómics peruanos,

Dentro de la misma gráfica de la pregunta 4, podemos ver el como el 30% de encuestados que, si leen comics peruanos, lo hacen para apoyar el talento local.

Detrás podemos ver opciones como “Hay historias bien escritas” con un 13,3% y “Las historias con trasfondo nacional me llaman la atención” con un 26,7%,

Pregunta 5: ¿Compras cómics regularmente o prefieres leerlos en línea?



Otra pregunta clave para el proyecto es la 5, donde se obtuvo algo de paridad con respecto a las respuestas, un 52% del total de encuestados prioriza la lectura en línea mientras que un 48% tiene como prioridad la lectura convencional comprando regularmente cómics, sin embargo, en preguntas posteriores se abordarán las razones y se detalla por qué esta pregunta no solo sirve para conocer la preferencia del público objetivo con respecto a qué método de lectura utilizar sino que abre las puertas a una oportunidad ya que dentro del 48% que compra regularmente, también hay un porcentaje que no descarta la idea de leer en línea.

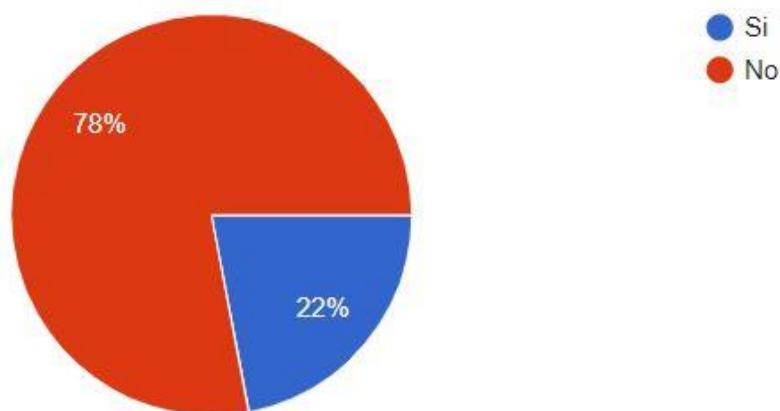
Pregunta 6: - Si marcaste "Prefiero leer en línea" indica el porque



Dentro de las razones del 52% que prefiere leer en línea tenemos una clara preferencia a la "cantidad", dentro de este gráfico también vemos que un 20,8% prefiere leer en línea porque no le gusta leer en físico, si

bien esto puede derivar en muchas otras razones, podemos inferir que en base a lo que se dijo del gráfico 1, donde habían dos tipos de lectores, los que acuden a comprar comics regularmente y los que acompañan, que siguen estando dentro del mismo grupo social pero que tienen diferentes perspectivas al momento de optar por una manera de leer, de esta manera vemos que si bien son un porcentaje pequeño a los que no les gusta leer en físico, no deja de ser un factor importante para lo que se busca con el proyecto, ya que en el último gráfico veremos que independientemente si compran cómics regularmente o no, no deja de ser una oportunidad para lo que pretende el proyecto.

Pregunta 7: - ¿Estas enterado de donde comprar cómics peruanos?



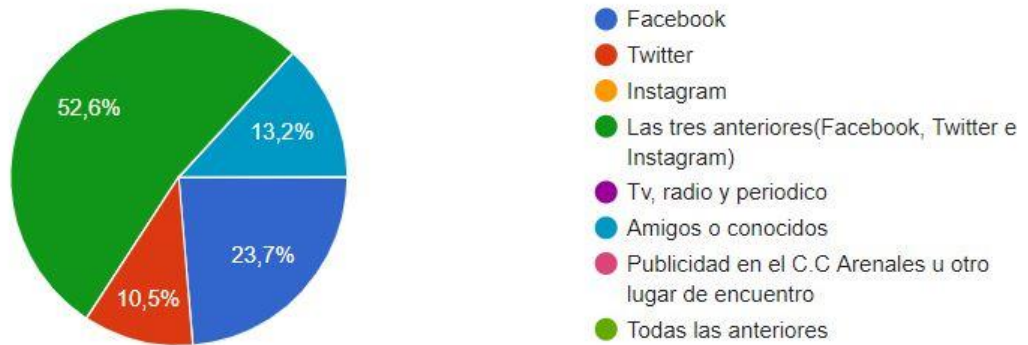
Del total de encuestados el 78% indicó que no sabe dónde comprar cómics peruanos, sin embargo, el 22% indicó que si sabe dónde encontrarlos, esto radica en que ese porcentaje viene de los lectores que compran cómics regularmente.

Pregunta 8: - Si tu respuesta fue sí, indicar cual medio te enteras de las novedades sobre que nuevos títulos o donde se pueden adquirir cómics peruanos



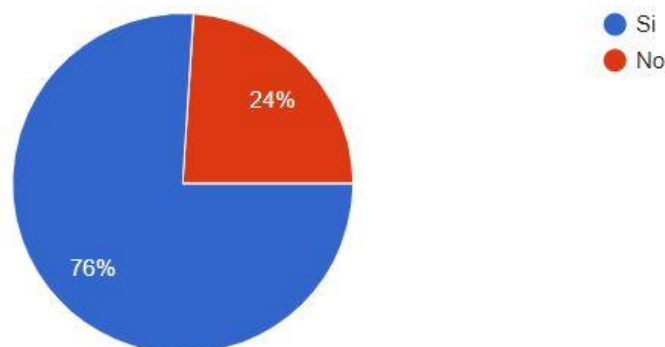
En base a la pregunta 7 se formularon 2 respuestas, en el gráfico de la pregunta 8 podemos ver las respuestas con respecto a qué medio utilizan los que sí saben dónde encontrar cómics peruanos para enterarse de las novedades, esta pregunta buscaba el saber si los lectores que consumen cómics peruanos utilizan todos los medios que las editoriales locales o extranjeras utilizan para publicitar sus títulos, con un rotundo 91,7% vemos que la mayoría utiliza las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) para enterarse de novedades, acá podemos hacer un énfasis en que un 8,3% de los que respondieron “Sí”, indican que se enteran por medio de amigos o conocidos, de tal manera que si bien el 91,7% está repartido entre las redes sociales, podemos denotar que entre lectores del mismo círculo social pueden dar información sobre nuevos puntos de donde conseguir algún título. Otro punto a tener en cuenta es que del 78% que respondieron Si en la pregunta 7, son los que vemos distribuidos en este gráfico, por lo tanto, el total de lectores de este gráfico pertenece al grupo de edades de 20 a 25 años.

Pregunta 9: - Si tu respuesta fue no, indicar el medio que más utilizas para recibir novedades de cualquier cosa



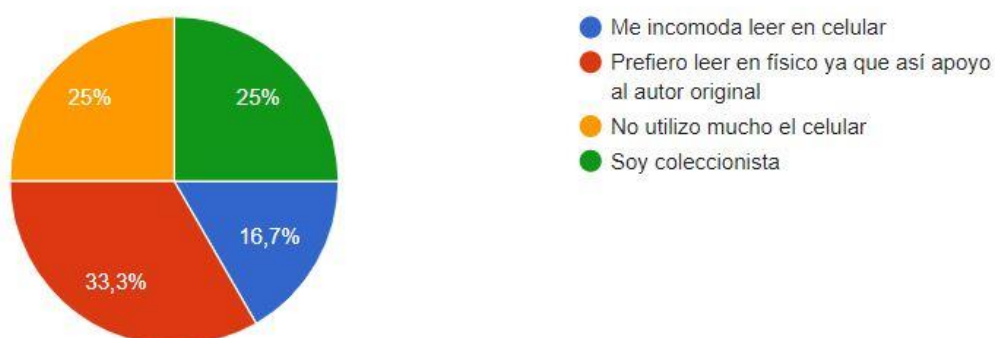
En contraposición al gráfico de la pregunta 8, acá tenemos porcentajes más divididos con respecto a los lectores que respondieron “no” a la pregunta 7, podemos ver que si bien, una vez más una mayor cantidad puso “las tres anteriores” refiriéndose a las redes sociales tales como Facebook, Twitter e Instagram, esto con un 52,6%, vemos que esta vez hubo un desglose con respecto a cuáles de esas 3 redes se utilizan más, siendo Facebook con un 23,7%, seguido por Twitter con un 10,5%, mientras que con un 13,2% vemos que se enteran de las novedades de otros rubros por amigos y conocidos.

Pregunta 10: - ¿Utilizas apps para leer comics?



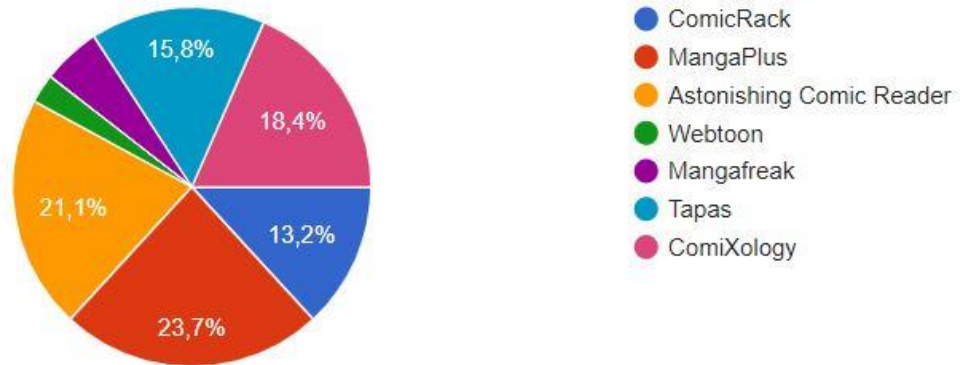
La pregunta 10 dio un resultado positivo para los intereses del proyecto en todo sentido ya que el 76% del total de encuestados respondió que si utiliza apps para leer comics, esto implica que de cada grupo de lectores siempre habrá un porcentaje que lea utilizando su celular, tablet o pc, en adición a esto, si bien un 24% respondió que no utiliza apps para leer comics que precisamente, son el porcentaje que compra cómics regularmente en una pregunta posterior, podemos ver que finalmente esta respuesta negativa a la pregunta 10 no es del todo malo para los intereses del proyecto.

Pregunta 11: - Si tu respuesta fue no, indicar porque



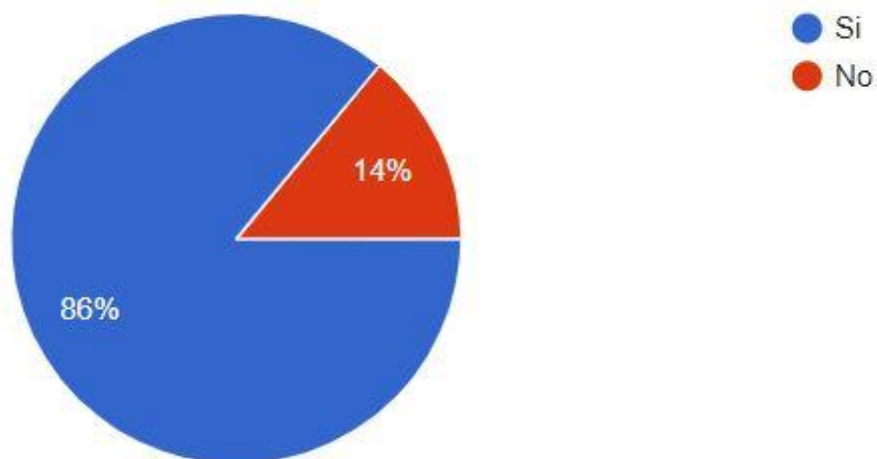
Como se dijo en el análisis al gráfico de la pregunta 10, acá vemos que del total de los que respondieron no, un 33.3% ósea la mayoría, lo hicieron porque prefieren leer un comic en formato físico, además de que así apoyan más directamente al autor, de esta manera podemos ver que no es que les disguste el tema de leer en algún dispositivo móvil sino que tienen otras preferencias pero es algo que no descartan al 100%, luego vemos las opciones de “No utilizo mucho el celular” y “Soy coleccionista” ambas con un 25%.

Pregunta 12: - ¿Utilizas alguna de estas apps para leer comics?



Esta pregunta tenía el objetivo de conocer un poco qué tipo de apps le gusta a los lectores que utilizan este medio para leer sus comics favoritos, esto porque más adelante ayudará a conocer qué tipo de diseño, qué cantidad de pasos, qué tan intuitiva necesitan que sea una aplicación, ver que tienen en común es algo fundamental para entender por qué funcionan y porque los lectores las eligen.

Pregunta 13: - Si una app gratis te informa que pagando un monto puedes obtener más beneficios, ¿aceptarías pagar una cantidad por mínima que sea?



La pregunta 13 al igual que las siguientes buscan obtener información sobre si los lectores estarían dispuestos a aportar un pequeño grano de arena a una aplicación que usan recurrentemente, se obtuvo un resultado de un 86% de encuestados respondieron que sí, esto también puede ir de la mano con un resultado de la pregunta anterior donde un 18,4% mencionó que utiliza Comixology siendo esta una plataforma de pago.

Otro punto a resaltar es que el 14% que respondieron no, son los lectores que oscilan entre las edades de 15 a 17 años, esto lo podemos relacionar con la pregunta 5 donde se preguntaba al usuario si compraba comics regularmente y fue ahí donde los mismos lectores de 15 a 17 años respondieron que prefieren leer en línea

Pregunta 14: - Si tu respuesta fue no indicar él porque



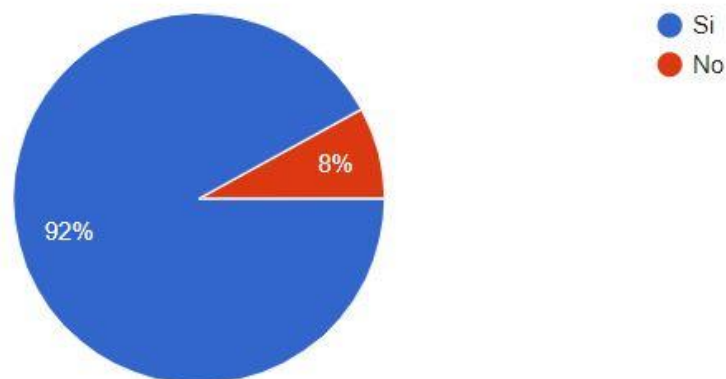
Con la pregunta 18 podemos ver la prioridad de los lectores más jóvenes, leer en línea para no gastar una gran suma de dinero comprando cómics con un 57,1 %, reforzando la idea anterior, un 14,3% respondió que no tiene la posibilidad económica para invertir un monto mensual en la compra de cómics mientras que un 28,6% indicó que con la app en su forma base es suficiente, este último porcentaje también ayuda a darnos una idea con respecto a las necesidades de este sector de nuestro público objetivo.

Pregunta 15 : - Si tu respuesta fue sí indicar él porque



En la pregunta 15 podemos ver las respuestas con respecto a los lectores que respondieron sí, podemos ver porcentajes variados pero una supremacía en la respuesta, “todas las anteriores”, los usuarios si estarían dispuestos a pagar un monto por tener más beneficios, con un porcentaje igualado de 11,6% vemos que el precio o el cobro que se realice debe ir de la mano con los beneficios que obtenga el usuario

Pregunta 20: - De existir una app la cual tenga cómics peruanos ¿la usarías?



Finalmente, la última pregunta de la encuesta era para conocer el interés de los lectores en utilizar una app para leer comics peruanos donde se obtuvo una respuesta positiva con un 92% y una respuesta negativa del 8%, algo que hay que resaltar es que en el 8% están algunos lectores de 20 a 25 años que compran cómics regularmente y que no utilizan

mucho el celular, sin embargo, solo fue un 8% del 52% que compran regularmente.

3.6.3. Visita de campo

Para organizar mejor la data y obtener los *insights* relevantes de la visita a campo se utilizó un instrumento mixto aplicando las técnicas de observación de la visita de campo y luego usando el mapa del punto 1.13 de *Sense Intent* - Mapa de oferta-Actividad y Cultura, a sí mismo para entender mejor el comportamiento del usuario, se utilizó un mapa de empatía.

a) Oferta:

- El C.C Arenales ofrece una fuerte oferta de todo tipo de productos y servicios relacionados al mundo *Geek*.
- Si bien su enfoque principal es la cultura *geek* japonesa (*otaku*) en la actualidad se ha nivelado al contar con productos de muchas otras franquicias del resto del mundo
- Tienen precios para todos, desde algunos muy asequibles como otros exorbitantes
- Con respecto al tema del cómic, cuenta con varias tiendas especializadas que venden desde Manga (Comic japoneses) hasta cómics europeos y estadounidenses.
- De un total de 10 tiendas que venden comics (entre especializadas y otras que los venden como un producto más) solo 3 cuentan con cómics peruanos en venta, cabe resaltar que no todas las tiendas obtienen autorización para distribuir comics de editoriales peruanas ya que es un proceso aparte.

b) Actividades:

- Punto de encuentro de relajó
- Desayunar o almorzar solo o con amigos
- Jugar todo tipo de juegos ya sea en arcade, consola o pc.
- Impresiones.
- Venta de ropa y accesorios

- Venta de Comics, juguetes y figuras coleccionables.
- Intercambio o venta de cosas.

c) Contexto Cultural:

- Actualmente el C.C Arenales se ha convertido en un punto de encuentro para la comunidad geek limeña, hay prácticamente de todo por lo que si alguien está buscando algo relacionado a este mundo, acá definitivamente lo encontrará, como se dijo en un punto anterior es para todo público independientemente de su NSE, esto debido a que dentro del C.C hay cosas desde precios muy bajos hasta precios muy altos, todo va a depender de lo que el cliente que acude esté dispuesto a utilizar.
- Con respecto al tema de los cómics, las tiendas especializadas que los venden de forma legal han aumentado a comparación de años anteriores y dentro de estas hay un pequeño grupo que si distribuye comics nacionales e incluso una en particular, la tienda Eevazu Store incluso le hace publicidad individual en sus redes sociales, tal y como se la hace a los títulos de cómics europeos y estadounidenses.

En paralelo se utilizó un mapa de empatía para conocer más a detalle al usuario.

a) ¿Qué piensa y siente?

- Pertenece a un grupo social
- Todo en un solo lugar
- Variedad

b) ¿Que ve?

- Ofertas
- Venta de Cómics y figuras
- Publicidad
- Comida
- Grupos de personas

c) ¿Qué oye?

- Comprar
- ofertas

- recomendaciones
 - conversaciones entre amigos sobre diversos temas
 - Gente dialogando sobre temas de su interés
- d) ¿Qué dice y hace?
- Compra
 - Busca el mejor precio
 - Quiere variedad
 - Se moviliza en grupos de 2 o más personas
 - interactúa con conocidos
 - Planea regresar otro día
 - Se moviliza mucho dentro del C.C

3.6.4 POEMS(Persons, Objects, Environment, Messages, Services)

Utilizando el instrumento POEMS, se pudo identificar a los diversos grupos que están dentro del público objetivo que aborda la investigación, para un mejor orden se utilizó un formato dentro del punto 3.5 Poems que se encuentra en el libro de los 101 design methods el cual se encuentra en el anexo 8

a) Personas:

En base al instrumento aplicado se pudo obtener que los lectores de cómics que acuden al C.C Arenales se dividen en 3 grupos, dos individuales y 1 mixto.

- El primer grupo está conformado por jóvenes de entre 15 a 17 años que frecuentan el C.C acompañados de grupos de amigos con los cuales recorren diversas tiendas, sus razones para estar en el lugar de estudio son variadas, como, por ejemplo, acompañar a uno o más amigos ya sea para comer, buscar y comprar cosas o simplemente acompañar. Al acudir a las tiendas de cómics demuestran tener conocimientos en el tema, leen cómics, pero no los compran, lo que en realidad es un efecto del hecho de que los leen de manera en línea, no cuentan con mucho dinero por lo que el ahorro es esencial para ellos.
- El segundo grupo está conformado por los lectores de entre 19 a 25 años, parecido al grupo anterior también acuden en grupo al

C.C, no solo les gusta recorrer todo el lugar sino que comprar cómics si está dentro de sus planes, al igual que el grupo anterior, suelen pasarse horas buscando recorriendo tiendas solo que la diferencia es que este segundo grupo si pasa a la fase de comprar cómics, buscan la tienda que tiene los títulos que desean adquirir y hacen el mismo proceso de visita y compra una vez al mes o cada dos meses, este grupo suele preferir leer de manera convencional, sin embargo no descartan la lectura en línea.

- El tercer grupo es el mixto, esto debido a que dentro del segundo grupo están los que compran pero leen en línea en igual medida, normalmente los dos grupos anteriores son las dos caras de la moneda, leer físicamente o leer en línea, sin embargo, este grupo mixto donde su mayoría está entre las edades de 17 a 25 años, leen de manera en línea por ser una opción con un abanico de títulos más amplia, tienen ingresos pero no compran todo lo que leen porque ya tienen un porcentaje de sus ingresos separados para la compra de cómics.

b) Objetos:

- Los asistentes llevan dinero y usualmente llevan mochila para cargar con los productos que adquieren en su travesía.
- El cómic en sí es el objeto por el que van como prioridad, en segundo plano va por servicios tales como el comedor y los juegos que van desde cabinas de internet hasta consolas.

c) Ambiente:

- Están en un ambiente que consideran cómodo, rodeados de personas con los mismos gustos.
- Es relativamente amplio al contar con varios pisos con diversidad de productos y servicios
- Encuentran absolutamente de todo

d) Mensajes:

- Conversación entre amigos de temas de interés
- Ofertas de cómics y otras cosas.

- Consulta de títulos ya sea del mismo usuario o también escucha de otros compradores sobre lo que conversan al momento de comprar

e) Servicios:

- Compra y venta de cómics que es lo que van a buscar principalmente.

3.7 Aspectos éticos

- El presente trabajo de investigación ha sido desarrollado íntegramente por el autor y se ha respetado los derechos de autoría de las fuentes en su totalidad de acuerdo a las bases estipuladas por la universidad UCAL.

Capítulo IV

Resultados

El objetivo general de esta tesis de investigación es evaluar de qué manera una aplicación puede impulsar la lectura del cómic peruano en jóvenes limeños que frecuenten el C.C Arenales en Lince identificando de qué manera una aplicación puede impulsar la lectura del cómic peruano, resaltando su valor cultural, entre los jóvenes limeños que frecuenten el C.C Arenales en Lince en el año 2019.

Para tener un mejor entendimiento de los factores que llevan al usuario a utilizar una app para leer cómics se utilizaron encuestas y entrevistas a profundidad a lectores de cómics que acudían al C.C Arenales donde la data recolectada brindó puntos importantes del comportamiento y qué situaciones llevan al lector a optar por este medio de lectura las cuales son específicamente por temas de dinero, tiempo y alcance con respecto a la cantidad de títulos que llegan a leer, para esto también comprendimos gracias a los instrumentos antes mencionados que los lectores están divididos en dos grupos.

- a) Los lectores que compran cómics regularmente
- b) Los lectores que leen de manera en línea (Celular, tablet, pc)

Si bien ambos grupos tienen sus particularidades luego de aplicar los instrumentos pertinentes se logró entender cómo es que piensan y de esta manera conocer más a fondo por qué ninguno de los dos grupos descarta alguna opción.

Empezando por los lectores que compran cómics regularmente, suelen ser jóvenes de entre 18 a 25 años que acuden al C.C Arenales para buscar que cómics comprar, de este grupo los que tienen entre 20 a 25 años fueron los que respondieron en su mayoría afirmativamente con respecto si leen cómics peruanos, pero mostraron una respuesta mixta con respecto de donde comprarlos y cómo enterarse de las novedades con respecto a cómics peruano.

El segundo grupo conformado por los lectores en línea mediante apps (celular, Tablet o pc) oscilan entre las edades 15 a 17 años que respondieron negativamente a las preguntas con respecto al tema de comprar comics físicos, pero respondieron afirmativamente a las preguntas relacionadas con el tema de lectura en línea y uso de aplicaciones móviles.

El primer objetivo del proyecto de investigación es evaluar de qué manera una app promueve la lectura del cómic peruano en el C.C Arenales, Landeros (2014) en su investigación resaltó que el fenómeno conocido como digitalización de libros ha tenido

un impacto muy fuerte en la sociedad, logrando que ahora las personas puedan leer en todo lugar, desde la comodidad de su hogar a precios más asequibles y adquirirlos en todo el mundo, de esta manera generando un contexto más inclusivo donde cualquiera puede leer sin ninguna restricción de por medio, cuadrando de manera interesante con el proyecto de investigación donde se identificó que lectores entre las edades de 15 a 17 años no compran cómics regularmente pero si los leen de manera en línea.

El segundo objetivo de este proyecto es identificar de qué manera una app puede ayudar a resaltar el valor cultural que tiene un cómic peruano. En la tesis de Griño (2015) explica que el comic al ser un medio creativo , entretenido y divertido funge como una herramienta para enseñar cosas de una manera didáctica y atractiva, podemos añadir parte de los *insights* de la entrevista realizada a Oscar Barriga creador del cómic Ayar la Leyenda de los Incas y fundador de Tawa Producciones donde nos indicó que el éxito de Ayar deriva en un aprendizaje para quien lea el cómic en cuestión, tanto una vez salió al mercado, como cuando hicieron el testeó con jóvenes lo cual fue un rotundo éxito tal y como nos lo explico. Además, gracias a las entrevistas a profundidad a lectores de cómics y a la data recolectada de las encuestas se pudo obtener un claro índice de aceptación con respecto al tema de si es que le importa a los lectores o si el tema cultural influye en qué cómics leen donde se obtuvo una respuesta afirmativa.

El tercer objetivo del proyecto es identificar el cómo una app facilita la visibilidad de los comics peruanos, gracias a las entrevistas realizadas a Oscar Barriga y a Guido Cuadros donde teníamos dos *insights* importantes que son la falta de apoyo a los creadores de cómics que conlleva a una clara falta de vitrina para estos mismos podemos apreciar esta problemática desde la perspectiva de personas que lo vivieron en carne propia, añadiendo las encuestas y entrevistas a lectores donde hay un gran porcentaje que utiliza los medios digitales para leer cómics contrastando un poco la realidad que se ve en el campo.

El cuarto objetivo del proyecto es demostrar el cómo una app influye en la difusión de un cómic, tal y como dijo Camargo (2008) que es importante entender que si bien el cómic impreso y el digital van a públicos distintos, se tiene que aprovechar la oportunidad para tener un mayor número de lectores, tal y como indica la data recolectada de las entrevistas y las encuestas a lectores donde se obtuvo un gran

porcentaje en un indicador, la cantidad que pueden leer, es mucho mayor de manera en línea.

Capítulo V

Discusión, Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Discusión

En base a los resultados obtenidos podemos asegurar varios puntos importantes que separaremos según el instrumento utilizado.

5.1.1 Resultados de encuestas a lectores + Entrevistas a lectores

Primero que nada, tenemos 2 grupos que son los que compran regularmente (18 a 25 años) y los que solo leen en línea (15 a 17 años), empezando por el grupo que compra regularmente, donde podemos ver dos tipos de comportamiento en base a los instrumentos utilizados.

Tenemos el comportamiento uno donde suelen preferir leer de manera convencional mostrando mayor apego al valor emocional que conlleva leer un comic de manera física, son coleccionistas, mantienen su posición de pagar para apoyar al autor y toman importancia a la calidad del comic tanto en su edición como libro como al contenido, dentro de este grupo que compran regularmente, los que tienen entre 20 25 años fueron los que respondieron en su mayoría afirmativamente con respecto si leen cómics peruanos pero mostraron una respuesta mixta con respecto de donde comprarlos y cómo enterarse de las novedades con respecto a cómics peruanos, afirmando que no es común ver publicidad con respecto a comics nacionales o que las mismas tiendas hagan énfasis en ellas.

Luego tenemos el comportamiento dos de este grupo y es que suelen comprar comics regularmente pero también leen de manera en línea, apelando a motivos tales como al leer de manera en línea tienen un abanico más grande de títulos para leer, gastan pero ahorran en igual medida ya que no compran todo lo que leen sino lo que sus ingresos les permiten y utilizan las redes sociales(Facebook, Twitter e Instagram) para enterarse de las novedades, sin embargo es en este grupo donde tenemos uno de los datos más interesantes, ya que no leen cómics peruanos no porque no tengan la voluntad de hacerlo, sino que no saben dónde ni cómo conseguirlos, argumentan que la red de distribución no es tan clara y que no hay medio por el cual se enteren de que existe una gran cantidad de comics peruanos que se distribuyen en algunas tiendas a nivel local.

En contraste a este primer grupo de compradores regulares, tenemos al segundo grupo, los que leen en línea, que tienden a ser muy jóvenes (16 a 17 años) esto se debe a varios factores:

- Primero que los encuestados a pesar de ser jóvenes, necesitan cierto nivel adquisitivo para poder comprar comics, gracias a la ayuda de la tienda Eevazu Store, se pudo obtener información extra mediante el mismo instrumento que fue llenado por usuarios que leen cómics pero que no suelen comprar, que en algunas ocasiones acompañan al comprador.
- Esto se explica de mejor manera si analizamos un poco el comportamiento del usuario ya que en la mayoría de ocasiones no se acercan a las tiendas solos, sino que lo hacen en compañía de una o más personas.
- De un grupo X de usuarios puede haber algunos que compran y otros que no, pero debido a que actualmente puedes ser un lector de comics en línea, de todas maneras, eres parte del Público Objetivo que pretende abordar este proyecto.

Lo anterior dicho se constata tal y como indico en su tesis Pinheiro (2018) que los libros electrónicos han generado una nueva cadena en todo el proceso de autor-lector creando una nueva oleada de lectores, en este caso, si bien tenemos a los lectores con edades entre los 18 a 25 años que compran y/o leen cómics de manera en línea, ahora tenemos a ese sector joven con edades entre los 15 a 17 años que utiliza las nuevas tecnologías y solo leen de manera en línea.

Tienden a tener prioridad por el ahorro, esto significa que no compran cómics no porque no deseen hacerlo sino porque no tienen la capacidad económica de hacerlo, esto va de la mano con el hecho de que al ser menores de edad no cuentan con el mismo poder adquisitivo que alguien mayor, de todas maneras, tienden a usar más las plataformas digitales, tanto para leer comics como para enterarse de las novedades con respectos a todo este tema, tomando de preferencia el uso de las redes sociales para enterarse de todo lo nuevo, a pesar de que este grupo no compra cómics pero los lee de manera en línea, además del tema económico, apelan a otros temas como el espacio, tiempo y demás, esta realidad cuadra con lo dicho por Landeros donde leer de manera digital facilita esta actividad de muchas maneras, bajo este mismo concepto,

en la actualidad, un cómic que no tenga presencia digital está destinado a no llegar a todo el público que puede alcanzar, esto debido a que si bien está el grupo de lectores que compra y lee en físico, hay un gran número de lectores que leen de manera en línea no porque no quieran comprar cómics físicos, sino que hay diversos factores que se lo dificultan, ante esta realidad, podemos afirmar que utilizar una app que reúna cómics nacionales de todas maneras ofrece una visibilidad que en la actualidad no se tiene, abrazando a un público que tiene las herramientas y la preferencia por leer en digital y que no se le está tomando en cuenta por el actual sistema de distribución que hay.

Otro tema importante que es la visibilidad que no tienen los cómics peruanos, ya que la clara desinformación es un factor determinante a la hora de que alguien decide si leer o no un cómic peruano, ¿Como puedes darle una oportunidad a algo que no sabes que está ahí?”, por poner un ejemplo, la tienda Eevazu Store cuenta con comics peruanos en stock, sin embargo solo los clientes habituales tienen conocimiento de que se encuentran ahí, los clientes casuales quienes se pasean por diversas tiendas de cómics para ver precios entran y salen sin saber que habían comics peruanos, a todo esto, hay que sumarle que la venta de comics es una competencia, de entre una cantidad gigante de títulos de cómics europeos, estadounidenses, mangas, entre otras historietas de otros países, por obvias razones, los comics peruanos no llegan a resaltar lo suficiente en vitrina como para que alguien se detenga a ver de qué va, de esta manera vemos que junto con la desinformación también hay un tema de exposición que no se está dando, no necesariamente por culpa de las tiendas, sino porque hace falta algo más para que los comics peruanos se den a notar ya que no suelen ser la prioridad de los lectores.

En su mayoría, los lectores no están enterados de donde hay cómics peruanos por una mala difusión, es un dato interesante ya que podemos ver que mientras más tiempo lleves en el mundo de la lectura de cómics, tendrás más conocimiento de donde poder encontrar lo que estás buscando, sin embargo esto no deja de lado el hecho de que la mayoría de lectores encuestados no tienen ni idea de donde encontrar cómics peruanos, sin embargo si está la predisposición del lector para leerlos ya que los pocos que se enteran dónde encontrar cómics peruanos, los leen principalmente por un motivo altruista y

más que todo emocional, aludiendo a que lo hacen para apoyar el talento local, según esta perspectiva, un cómic peruano puede tener alta, media o regular calidad, pero siempre estará presente la voluntad de apoyar el talento local, por más que sea un motivo meramente sentimental, no deja de ser un factor importante ya que precisamente en esta industria, la voluntad del lector por darle una oportunidad a un comic ya es una oportunidad, finalmente hay otro grupo de lectores que optan por cómics nacionales, porque tienen en consideración el hecho de que al ser historias que cuentan algo de nuestro país, es un factor que llama la atención.

También se pudo recoger información con respecto a las razones del porque se suele optar por leer de manera en línea, donde vemos que de manera en línea tienes la posibilidad de tener un mayor abanico de opciones ya que por razones monetarias hay un límite en lo que puedes comprar, sin embargo, de manera en línea puedes llegar a una mayor cantidad de obras.

Un dato importante es que todos son potenciales clientes, todos califican como público objetivo incluso los que indican que no suelen leer de manera en línea y solo leen en físico, ya que si bien vemos que hay un pequeño porcentaje de encuestados que no utiliza mucho el celular, esto no descarta lo que que “Podrían llegar a utilizar una app, siempre y cuando tengan una razón para hacerlo” y si hay algo que este porcentaje de lectores valora, es el tema del coleccionismo y apoyar a los autores, un dato no menor que debe ser resaltado y acá es donde hay que resaltar el hecho de que este mismo grupo que no lee en línea, respondió de manera positiva en la última pregunta de la encuesta donde afirmaron que si utilizarían una aplicación que tenga cómics peruanos, como se dijo anteriormente, así sea por un tema de apoyar al autor, eso es suficiente porque ya está el gancho para atraer a ese público que tal vez no estaría interesado en la aplicación y se suma al gran porcentaje de lectores que si usan aplicaciones para leer cómics, esto significa que una buena cantidad de lectores de comics físicos, estarían dispuestos a utilizar una app de comics peruanos por diversos motivos ya sean “apoyar la industria”, “apoyar a los autores” “generar mejores historias en base al ensayo y error” y muchas otras que fueron precisamente *insights* que se lograron obtener de las entrevistas a profundidad a lectores.

Finalmente se obtuvo una respuesta positiva a las preguntas relacionadas con el tema de obtención de un ingreso para la app, donde vemos que la mayoría de usuarios si están dispuestos a pagar por un buen servicio y por beneficios adicionales que pueden ser entre una app sin publicidad a posiblemente, tener un catálogo más amplio y a pesar de que el 14% indicó que no, no dejan de ser usuarios que utilizan la app, si bien no aportarían algo monetariamente, lo más importante es tener personas que la usen y otra cosa a tomar en cuenta es que si toman en cuenta el lado humano, ya que los encuestados también respondieron que sí debido a que no solo ayudarían a la app a mantenerse sino que también estarían ayudando al autor.

5.1.2. Resultados Entrevistas a Expertos del Cómic

La data recolectada de las entrevistas a profundidad a Expertos del Cómic ha brindado información importante, tal y como se obtuvo en los resultados de las encuestas se afirma que la era del cómic digital ya está abarcando una gran parte del mercado, llegando a todo el público además de actualmente haber creado su propio público objetivo, sin embargo es importante resaltar que el cómic impreso sigue vigente y que tiene a gran parte del mercado, sin embargo esta competencia en realidad se ve reflejada en un punto donde ambos convergen ya que si bien están enfocados a públicos con distintas necesidades, en ciertos momentos convergen y obtienen a cierta cantidad de personas de ambos lados, tal y como dijo Etcheverry (2015) que precisamente van a públicos distintos pero el autor no indica si uno es mejor que el otro, ambos tienen ventajas y desventajas pero que están vigentes porque los dos funcionan, teniendo un público mixto que opta por cómics digitales y físicos y otros grupos que prefieren una o la otra.

El uso pedagógico del cómic también ha sido pieza fundamental en su evolución a través de los años, con los ejemplos que nos dieron Oscar y Guido en sus respectivas entrevistas, se logró entender de una mejor manera y en base a hechos tangibles el cómo el cómic tiene un uso de enseñanza increíble, al igual que dijo en su tesis Rodríguez (2015) donde afirmaba que el cómic tiene otros usos aparte del de entretener y sumando lo que dijo en su tesis Griño (2015) que el cómic debido a su formato convierte lo que sea en algo más digerible para el usuario, podemos afirmar que un cómic que tenga una

temática histórica o que cuente una leyenda, puede llegar a enseñar, a lograr que las personas aprendan de una manera divertida y entretenida.

No se puede dejar de lado el tema social, aparte de enseñar, el cómic en su historia también acompañó a movimiento emancipadores tal y como nos comentaron en las entrevistas, en su tesis, Muñoz (2016) nos indicó que el cómic ha evolucionado su estructura simbólica, siendo un formato que ayuda a que las personas puedan tomar conciencia sobre un tema histórico o sobre una situación de actualidad, que tal vez, sin el uso del cómic como medio para mostrarlo, no habría llegado a ese público.

5.1.3. Resultados de entrevistas a experto UX/UI

En la actualidad con la llegada de la era digital algo que se ha vuelto absolutamente necesario es la experiencia del usuario, tal y como nos adelantaba Nielsen (2000) donde nos comentaba algo llamado "Usabilidad", un término que actualmente es básico en la experiencia del usuario, él nos indicaba que es de suma importancia saber el cómo se comporta el usuario para poder entender su comportamiento al momento de utilizar una aplicación y ver cómo reacciona a las nuevas tendencias para así mejorar su experiencia.

También se pudo recolectar información sobre la distribución, que utilizando medios digitales hace que puedas llegar a un mayor número de personas y dentro de esta cantidad X de personas a las que llegas puedes tener ciertos individuos que tal vez no estaban interesados pero por curiosidad revisan el producto, de tal manera que estarías llegando a un nuevo público tal y como dice en su tesis Camargo (2008) donde indica que es importante aprovechar el nicho que supone las personas que recién están entrando al mundo de la lectura mediante el uso de medios digitales.

5.2 Conclusiones

Una aplicación para leer cómics desde dispositivos digitales tales como celular, Tablet o PC ayudaría a promover la lectura de cómics peruanos debido a que de esta manera en un solo lugar las personas tendrían dónde encontrarlos, una de las grandes razones del porque varias personas que suelen comprar cómics en el C.C Arenales no leen cómics peruanos, es debido a la falta de información de donde encontrarlos, tal y como se vio reflejado en la investigación, hay

varias tiendas de cómics en el C.C Arenales pero solo 2 venden cómics peruanos y no porque sean bestsellers precisamente, sino que tal y como hace la tienda Eevazu Store, ellos aceptan vender cómics de autores peruanos, de una forma para ayudarlos a que tengan un lugar donde puedan distribuirlos ya que en librerías grandes a menos de que tengan un apoyo de una editorial grande detrás, es difícil que acepten siquiera pactar una reunión con ellos, sin embargo, no muchas tiendas lo hacen, él suele poner esos cómics peruanos como carteles colgantes o adelante en las vitrinas y según indicó, la gente los compra, a veces porque conocen a los artistas u otras veces por mera curiosidad ya que suelen estar a precios asequibles, sin embargo hay muchos que entrar a comprar y se van o entre tanto cómic tampoco es que algún autor peruano resalta tanto, ya que lo ideal tal y como dijo Guido Cuadros en su entrevista a profundidad, lo ideal sería que estos artistas vayan al circuito tradicional de librerías pero solos, es algo que está fuera de su alcance, un empujón a veces es necesario para que el talento se pueda dejar ver, tal y como pasó con la iniciativa de la editorial de Guido editando el Convoy de Eduardo Romero y que ahora está de a pocos, ganando su propio nombre sin embargo no muchos tienen la suerte de conocer a alguien que esté dentro de este mundo de las editoriales.

Se ha demostrado que el cómic es un medio por el cual se puede resaltar el valor cultural de muchas manifestaciones, ahora, mediante el uso de una aplicación, sería algo mucho más completo, ya que la idea es que sea una aplicación completa, para los autores que tengan un cómic con trasfondo cultural o que se han basado en algo, es factible colocar dentro de la misma aplicación, un apartado donde el lector pueda ver la historia detrás del cómic algo así como un detrás de cámara pero explicando un poco en que se basó el autor para realizar su obra, muchas veces cuando un lector le gusta mucho un cómic, investiga sobre lo que acaba de leer, en este caso, una aplicación puede servir no solo como medio para leer un cómic, sino también para enseñar sobre algo en específico, utilizando gráficas y/o dibujos extras hechos por el mismo autor, luego de leer un capítulo, el usuario podría entrar a ese otro apartado donde se enteraría en que se basó el cómic que acaba de leer, así resaltando el valor cultural que los cómics pueden poseer.

La idea de la aplicación para leer cómics no solo tiene como objetivo que los lectores tengan una plataforma en donde puedan encontrar una variedad grande de cómics peruanos, sino también, para que sirva de vitrina a los autores, actualmente muchos dibujantes, guionistas o autores que hacen ambos, tienen sus propias páginas de Facebook donde suben su arte, otros suben sus cómics ya sean cortos o largos, sin embargo para que el público los siga se puede hacer algo muy tedioso ya que cada uno está por su lado, pero una aplicación donde se converge toda esta amalgama de artistas, conlleva a que tengan esa oportunidad que no han tenido hasta ahora, con un simple apartado de su información de contacto como número de celular, correo y redes, cada vez que alguien lea un capítulo de su cómic puede indagar más sobre el artista y por qué no, si alguna empresa, editorial o distribuidora termina por gustarle su arte, puede llegar a obtener ofertas de empleo o, de por qué no, los cómics más leídos podrían tener la chance de ser impresos a futuro.

Una aplicación no solo ordenaría sino que ayudaría a masificar la difusión de los cómics que se alojan en dicha plataforma ya que como otras aplicaciones, los lectores tendrán la opción de compartir sus capítulos o cómics favoritos en las redes sociales de su preferencia, sin embargo esto no es un proceso de un día para otro sino que debe ser progresivo, tal y como nos indicó Diego Sotelo en su entrevista, los medios digitales son claves para la difusión de cualquier cosa, utilizando esto como herramienta, una aplicación influirá de manera positiva en la difusión de cómics peruanos.

En conclusión, la utilización de una aplicación no solo ayudaría a que los lectores puedan encontrar fácilmente un lugar donde leer comics peruanos, sino que también ayudará a darle una vitrina a los artistas que no cuentan con los medios para poder desenvolverse dentro del mundo editorial.

5.3 Recomendaciones

Obtener el *feedback* periódicamente de los usuarios para mejorar la aplicación es pieza clave para que se mantenga a flote.

Es importante aprovechar el mismo C.C Arenales para darle publicidad a la aplicación y el objetivo que esta tiene, tiendas como Eevazu Store que están

dispuesta a apoyar con cosas pequeñas para poder captar al mayor público posible en un inicio

Empezar con un diseño base que irá evolucionando con el tiempo, desde un principio por temas económicos y logísticos puede ser difícil colocar en la aplicación todo lo necesario, sin embargo, desde un punto de partida inicial con una aplicación base será suficiente y conforme avance el tiempo este irá evolucionando no solo en base a las ideas del equipo detrás de esto sino también en base al feedback de los usuarios.

Recordar que no solo es una aplicación para leer cómics de manera en línea, sino que también tiene un uso de enseñanza con respecto a los cómics que tengan un trasfondo cultural o histórico además de servir como publicidad para los artistas que alojen sus obras ahí, de esta manera desde un principio habría que tener claro toda la estructura de la aplicación de acá a los próximos 5 años, para saber qué se agregara y durante el camino algunas cosas se podrán moldear pero es importante tener todo claro desde un principio

Tener cuidado con el tema de las licencias, en un principio no habría problema con los artistas nuevos ya que no pertenecen a ninguna editorial, sin embargo por temas de difusión también sería bueno tener algo así como “influencers” pero dentro del mundo del cómic, por ejemplo que Tawa Producciones, cuyo Gerente General Oscar Barriga estuvo fascinado con la idea del proyecto de investigación, cree un pequeño cómic que se aloje en la aplicación, para que luego esta se pueda presentar de una mejor manera, teniendo una base sólida y así se vería más profesional, para esta cuestión, un cómic como Ayar que ya está con la editorial Planeta no se podría utilizar pero sí algún cómic corto nuevo que se cree para apoyar la aplicación.

Capítulo VI
Fuentes de información

6.1 Fuentes bibliográficas

- . Lujan, S. (2002): *Programación de Aplicaciones Web: Historia. Principios Básicos y Clientes Web*. Alicante, España: Editorial Club Universitario.
- . Nielsen, J. (2000): *Usabilidad. Diseño de páginas web*. Madrid, España: Prentice Hall.
- . Rodríguez, D. (1988): *El Cómic y su utilización didáctica: Los tebeos en la enseñanza*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gil.
- . Sealtiel, A. & Lozano, E (2007): *Aprende a dibujar con el ejemplo*. Ciudad de México, México: Editorial Aguilar.
- . Serna, S. (2016): *Diseño de Interfaces en aplicaciones móviles*. Madrid, España: Editorial Ra-Ma.
- . Vilches, G. (2014): *Breve historia del cómic*. Madrid, España: Editorial Nowtilus.

6.2 Fuentes hemerográficaS

- . Garita, R. (2013): Tecnología Móvil: Desarrollo de sistemas y aplicaciones para las Unidades de información. *E-Ciencias de la información*. pp. 11 - 12.
- . Gasca Maira et al (2013): Metodología para el desarrollo de aplicaciones móviles. *Tecnura*. pp. 6.
- . Muñoz, E. (2016): El cómic como lenguaje visual híbrido y su vigencia en la era digital contemporánea. *CuCo. cuadernos de cómic*. pp. 27 - 28.

6.3 Fuentes electrónicas

- . Hassan, Y. (2015): *Experiencia de usuario: Principios y Métodos*. Recuperado de: https://yusef.es/Experiencia_de_Usuario.pdf
- . Aguado, Juan y Estrada. (2017): “*Guía de accesibilidad de aplicación móviles*” Recuperado de: https://administracionelectronica.gob.es/pae_Home/dam/jcr:3746627f-da12-40af-a5f5-20c42bb8c453/2017_Guia_accesibilidad_aplicaciones_moviles_apps.pdf].
- . Ballester, S. (2018). *El cómic y su valor como arte*. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/47463/1/T40053.pdf>
- . Camargo, J. (2008). *El libro electrónico, la industria editorial en la era de la revolución digital*. Recuperado de:

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5921/tesis20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

. Cuello, Javier y Vittone (2013): *“Diseñando apps para móviles”*. Recuperado de:

http://www.catedranaranja.com.ar/taller4/notas_T4/Disenando_apps_para_moviles_CAP.5.pdf].

. Etcheverry, E. (2015). *ebooks: escenario actual y tendencias*. Recuperado de:

<http://repositorio.udes.edu.ar/jspui/bitstream/10908/11770/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.M.%20Ges.%20Etcheverry%2C%20Esteban.pdf>

. García, M. (2004). *Definición y diagnóstico del sector editorial y propuesta de un servicio de publicaciones para la Universidad de Piura*. Recuperado de:

https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1467/AE_243.pdf?sequence=1

. Garrido, J. (2013). *TFC Desarrollo de Aplicaciones*. Recuperado de:

<http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/18528/6/jugarridocoTFC0113memoria.pdf>

. Gavilan, M. (2009): *“La industria editorial y el mercado de la información Editores, agregadores, modelos de precio y licencias”*. Recuperado de:

<http://eprints.rclis.org/14237/1/industredit.pdf>].

. Griño, M. (2015). *Fomentar el hábito lector a través del cómic*. Recuperado de:

https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/2923/MariaCintia_Gri%C3%B1o_Nolla.pdf?sequence=1

. Landeros, P. (2014). *Cómo se hace un ebook. Mitos y verdades sobre la formación tipográfica de los libros electrónicos*. Recuperado de:

<http://132.248.9.195/ptd2014/enero/0707749/0707749.pdf>

. Maza, A. (2013): *“Un acercamiento al cómic: origen, desarrollo y potencialidades”*. Recuperado de:

<https://docplayer.es/26193942-Un-acercamiento-al-comic-origen-desarrollo-y-potencialidades.html>].

. Mobile Marketing Association (2011): *“El libro blanco de las apps”*. Recuperado de:

<https://mmaspain.com/wp-content/uploads/2015/09/Libro-Blanco-Apps.pdf>]

. Pinheiro, Q. (2018). *Lectura en el mundo digital: Reflexiones sobre el libro electrónico*. Recuperado de:

https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/82565/1/QueleMarcal_versaofinal.pdf

. Sánchez, A. (2016). *La lectura digital y el libro electrónico como herramientas de apoyo en la formación de nuevas competencias lectoras en estudiantes de tercero y quinto de primaria del colegio internacional de educación integrada (CIEDI)*. Recuperado de:

https://ciencia.lasalle.edu.co/sistemas_informacion_documentacion/201/

. Thuer, S. (2002). *El Departamento de Ciencias de la Comunicación en Red*.

Recuperado de: <https://www.lawebdelprogramador.com/pdf/9134-El-Departamento-de-Ciencias-de-la-Comunicacion-en-Red.html>

. Viches, G. (2017): “Breve historia del cómic digital”. Recuperado de:

<http://www.acdcomic.es/comicdigitalhoy/01-Breve-historia-comic-digital-Gerardo-Vilches-acdcomic.pdf>].

Anexos

Anexo 1: Guía de entrevista no estructurada a Oscar Barriga autor de “Ayar la leyenda de los Incas” y fundador de Tawa Producciones para conocer más a fondo el estado del contexto actual donde se desenvuelve el cómic peruano.

Fecha: 25/02/2020

Hora: 8:00 pm

Lugar: Fue una entrevista vía videollamada.

Entrevistador: Bill Angel Agreda Delgado

Entrevistado: Oscar Barriga

Objetivo

Oscar Barriga no solo es el creador del cómic peruano Ayar La Leyenda de los Incas, sino que para su realización el formó su productora llamada Tawa Producciones mediante la cual en la actualidad realiza diversos trabajos para el Perú y el mundo, utilizando el cómic para comunicar cualquier tipo de mensaje. El objetivo de la entrevista era conocer más a fondo cómo está el mercado actual de los cómics y el estado del autor peruano en la actualidad, además de conocer de primera mano, a alguien quien logró forjar un nombre desde 0.

Características de la entrevista:

- . Se solicitó si la entrevista podía ser grabada en audio a lo que el entrevistado aceptó
- . Antes de la misma se le explicaría un poco sobre el proyecto y al final se le darían los detalles para que entienda mejor el todo.

Entrevistador: Hola Oscar, Buenas Noches

Oscar: Buenas Noches Bill, ¿Como te va?

Entrevistador: Bien Oscar, todo tranquilo, ¿por ahí como va todo?

Oscar: Lloviendo bastante, pero sobreviviremos, tu dirás, ¿cómo es la nuez?

Entrevistador: Primero que nada, gracias por acceder a participar en la entrevista, la verdad será de mucha ayuda para el proyecto.

Oscar: Si, no te preocupes, pregunta lo que sea nomas.

Entrevistador: Vale Oscar, primero que nada, cuéntame un poco como empezó todo con respecto al tema de Ayar

Oscar: Correcto, en un principio todo empezó con un pequeño equipo, yo junto con mis colegas tuvimos esta idea de crear Ayar, todo empilados lo hicimos a base de mucho esfuerzo y salimos a vender todo emocionados, enserio, pensábamos que iba a ser un éxito desde el principio pero nos dimos un duro golpe con la realidad, salimos a vender como ambulantes y no vendíamos nada, luego viendo cómo es que podíamos hacer, empezamos a buscar un método que nos diera algo de rentabilidad y eso era ir a las ferias de libros, a las ferias de comics como Lima cómics, el día del cómic gratis que también había en Lima, acá en Arequipa habían movidas pequeñas de cómics, como librerías al suelo, te tirabas al suelo con tu franela y ponías encima los cómics, venderlo directo al público, nunca llegamos a contactar con una distribuidora para que distribuya mil ejemplares por todo el Perú que era lo ideal, íbamos a cada evento posible pero no llegábamos a vender nada pero en Lima cómics que fue organizado por Chiqui Vilca me acuerdo, ahí si comenzamos a vender maso menos, nos hicimos conocidos, entonces esos eran nuestros canales de venta, tratar de venderlo directamente de autor al público.

Entrevistador: Claro, pero no hay mucho apoyo para artistas nuevos, si yo agarro y quiero sacar mi cómic estoy solo contra el mundo en un inicio

Oscar: Exacto y eso que te estoy hablando de la segunda etapa, la primera etapa fue intentar venderla en la calle como ambulantes, ósea la segunda etapa fue donde venderlo, lugares especializados en comics, eventos, pero antes de eso empezamos a venderlo como ambulantes.

Entrevistador: Y en la actualidad, esos canales de ventas que estaban cerrados para ustedes ahora están más abiertos en el sentido de que ahora son más conocidos y todo el tema.

Oscar: Ha cambiado en el sentido que para lograr hacernos conocidos nuestro mercado no se tuvo que basar en Perú, por ejemplo, nosotros encontramos el mercado extranjero y nos enfocamos más a ese, acá en Perú por ejemplo entramos con editorial Planeta sacando el Hardcore de Ayar y un día antes del lanzamiento ya lo habían pirateado.

Entrevistador: ¿Lo piratearon tan rápido? ¿tal cual?

Oscar: Si, lo piratearon al toque, en un ratito, ahorita en venta de originales tenemos casi 2, 500 ejemplares y en ventas de bambas, así a groso modo, no a ciencia cierta por el material que se ha podido recolectar hay más de 12 mil ejemplares vendidos en material bamba, en varios casos la misma gente no sabía diferenciar el original del bamba, estaba casi igual con algunas pequeñas diferencias.

Entrevistador: Lo cual también es una gran pérdida para ustedes en términos de números

Oscar: Si, es pérdida económica, algunos nos dicen "Que bien, son el primer cómic peruano en ser pirateado" pero cuando te afecta al bolsillo, cualquier palabra de aliento, te va a incomodar.

Entrevistador: si, como ellos no están en del lado afectado no lo sienten.

Oscar: Exacto.

Entrevistador: ¿Conoces el concepto de coleccionismo?

Oscar: Si

Entrevistador: En base a tu experiencia, ¿Consideras que el concepto de coleccionismo se está perdiendo con los años?

Oscar: Yo creo que no, yo creo que aún no, como te dije antes que buscamos vender nuestro producto en el extranjero, constantemente miro en estados unidos de cómo va el tema de ventas en línea y aun veo resistencia de tener el físico en el poder de las personas, de los coleccionistas o de las personas que quieren leer un libro o novela gráfica, yo creo que todavía no se ha perdido, probablemente a partir del 2021 como lo dijeron en la comic con de Atlanta del

año pasado, donde dijeron que el 2021 iba a ser el año donde la venta de los libros físicos iban a ser superadas por los digitales.

Entrevistador: ¿Consideras que las tradiciones de diversas culturas, influyen en cuán popular se vuelve un cómic independientemente de donde sea?

Oscar: Yo creo que sí, ya que promueves cultura, cultura que muchas veces no sabes que te lo están introduciendo ósea no sabes que está llegando a ti, como es el caso de los chakras de naruto, por ejemplo muchos de mis sobrinos hablan de los chakras y tú le preguntas si saben que es el chakra y se saben el concepto de naruto pero si tu lees un libro sobre los chakras sobre todo ese tema asiático, te encuentras con un mundo increíble, más fantástico que el mismo naruto, lo mismo va para la mitología de Perú, por ejemplos los Americanos me preguntan sobre el tunche, ¿Como lo inventaste? ¿Como creaste un guerrero así? y la respuesta es, no, no lo cree, es un mito, un mito de la selva, tu vas a la selva y te van a contar el mito, el tema es enriquecedor y lo vemos en todo lugar, con Tolkien en el Señor de los Anillos vemos una gran cantidad de mitología Nórdica, elfos, Hobbits, Dragones, incluso el anillo del poder, un anillo que usó el pequeño Juan el amigo de Robin Hood para salir de la cárcel que se lo dio Lady Marian ósea es todo un juego interesante de mitología, una combinación que lo hace muy chévere, incluso lo de Gandalf cuando cae con el Balrog y de repente a los días aparece como Gandalf el blanco y se arrodillan ante él, es todo un tema de mitología cristiana, mitología nórdica y sale algo interesante igual cuando hablan de la cosmoenergía de los caballeros del zodiaco, el ki en dragon ball, cuando yo hablo del camac o el Camasca de los incas y me dicen “oe qué inventadasa que te diste” y me dicen “camac suena a japonés, no te pudiste inventar otra palabra?” y yo digo “hermano, es de Perú, es algo inca, es un término incaico, significa fuerza vital, no tuve que recurrir a ningún término extranjero” y ellos se quedan meditando si es verdad y si se informan se van a dar cuenta que el producto que están leyendo en Ayar está muy enriquecido y que no utilizo cosas asiáticas, puede que la tendencia del dibujo sea asiático con rasgos de spawn pero que se yo, pero ese es nuestro estilo finalmente, pero le metemos cultura.

Entrevistador: Claro, el detalle está en que nuestra cultura no está aún bien esparcida por el mundo, no es como si alguien saca un cómic sobre mitología nórdica o griega ya la gente lo tiene un poco asociado de alguna manera no como con nosotros.

Oscar: Muchos nos criticaron en internet por poner el término Camac, nos decían “Muy dragon ball”, “Muy caballeros del zodiaco, cambia el término” y yo decía “Pero es un término totalmente andino”, pero bueno, solo son un grupo de personas, hay personas que solo quieren verle el lado malo a todo.

Entrevistador: Ahí un poco se cumple la frase de la ignorancia es atrevida

Oscar: Muy atrevida, nos habían llegado denuncias como 6 de profesores diciéndonos que nos retractemos en alguna parte de nuestro cómic porque estamos adulterando la mitología, hicimos un comic de Mariano Melgar cazador de zombis porque me gusto el tema de Abraham Lincoln cazador de vampiros y nos dieron con palo, decían “Cómo es posible que están malogrando la historia”, quiero decir, te enseño y a la vez te entretengo, ósea nunca llegamos a sacar ese comic, sacamos otro bien pegado a la bibliografía pero cuando hicimos el testeo con los jóvenes pucha, estaban felices, pero en fin hay puristas, no solo en el ámbito cultural, hubo un caso en Marvel donde la unión nórdica casualmente demandó a Marvel por su Thor, decían “Cómo van a ponerlo con capa roja y con un montón de cosas”, pero Marvel dijo “Este es mi thor, ustedes hagan su Thor”.

Entrevistador: Porque al final, lo que han hecho con Ayar fue algo como decir nadie se habría imaginado ver a Ayar Manco en ese contexto, en un contexto que tiene inspiración en los cómics de superhéroes que todos conocen, pero es una manera de llamar la atención, te están contando las leyendas que ya existen de una manera más digerible para gente joven.

Oscar: Exacto, eso es lo que es, tal cual.

Entrevistador: Según su experiencia, ¿Considera que el contexto cultural local o mundial, influye en qué tipo de cómics se leen?

Oscar: Nosotros somos ya una productora, nosotros tenemos un producto todavía a medio hacer que se llamaba el proyecto Eliazar, que son dos

personajes de Lafarpe de la unión de médicos que crearon un virus, mientras Estados Unidos, Japón y Rusia se pelean por armas biológicas, Perú tenía el virus para destruir el mundo y ahora con el coronavirus dijimos lo sacamos, en realidad el ambiente mediático si sirve, yo te cuento una experiencia, cuando Perú llegó al mundial, nosotros sacamos un producto llamado “Al mundial” que se vendió, vendimos como 15 mil ejemplares en un mes, yo te aseguro si Perú pasaba de fase seguro que vendió 30 mil ejemplares más, porque el momento a veces te da las pautas para hacer el producto, ahora hace poco salió una película llamada virus que está en Netflix, pero si tú la buscas en los piratas, dice Coronavirus y la gente lo compra.

Entrevistador: ¿Considera que el sentido de pertenencia de una persona a un lugar ya sea su país, pueblo o lugar donde radica, influye al momento que crea su cómic?

Oscar: No, de hecho, hay muchos más cómics inspirados en Francia que en Perú, hay un anime que es de Nazca que es Japonés, bueno la mayoría de culturas han sido explotadas en Estados Unidos, mi productora hemos trabajado para árabes haciendo la historia de los musulmanes, desde Arequipa hemos trabajado para árabes.

Entrevistador: Entonces podríamos decir que es relativo y depende del autor, el momento y que es lo que se quiera hacer.

Oscar: Exacto.

Entrevistador: Según su experiencia, ¿El cómic tiene el valor diferencial de que puede ser usado no solo como entretenimiento sino también para enseñar?

Oscar: Por supuesto, dilo con cómics hermano, en Chile, Ecuador, Colombia, el cómic está dentro del plan lector, enseñan su historia a través de cómics, lo que te impacta visualmente es lo que hace volcarte a los libros

Entrevistador: ¿Reconoce el término E-cómic?

Oscar: ¿E-cómics? no, la verdad no.

Entrevistador: Básicamente es un cómic que ha sido trasladado de su edición física a digital para que sea leído en pc, celular o cualquier dispositivo digital.

Oscar: Ah correcto, sí sé que es, pero no conocía el termino

Entrevistador: Lo cual es algo diferente a Web cómic, es un cómic hecho directamente para ser leído en digital, no se hizo para un formato físico, pero sí un cómic de Spiderman lo trasladan a una aplicación, ya es un E-cómic, entonces, Según su experiencia, ¿Lo considera una forma viable de distribuir cómics?

Oscar: Viendo las tendencias que a partir del próximo año ya va a ser rentable, por ahora tu pones un cómic en internet y pídele a dios que te compren 50 personas si no tienes un buen marketing

Entrevistador: En base a la definición de E-cómic ¿Considera que el E-Cómic ha resultado a favor o en contra del cómic impreso?

Oscar: Va a resultar en contra del cómic impreso, no hablemos de los millennials, hablemos de los centennials, los que tienen ya en su chip el dedo digital, va a eliminar la editorial, las editoriales van a pasar a ser editoriales digitales.

Entrevistador: Según su experiencia, ¿Qué puede motivar a un lector a optar por leer un cómic en digital o físico?

Oscar: Bueno, tiempo, costo y experiencia, porque hay cómics que te dan un montón de cosas, en el caso digital hay una experiencia de usuario más diferente, incluso le pueden meter animaciones.

Entrevistador: ¿Qué apps utiliza en su día a día?

Oscar: Suelo utilizar Beat, score match, un juego de fútbol que me está encantando, facebook e instagram.

Entrevistador: ¿De las apps que utiliza en su día a día, ¿reconoce algo que tengan en común?

Oscar: Que son de ocio ... o que las uso en base a mis necesidades personales, instagram lo tengo hace poco y beat es básico para movilizarme.

Entrevistador: ¿Conoce de la existencia de plataformas digitales para leer cómics? ¿Cuáles?

Oscar: Si, Ovniipress, Comixiology.

Entrevistador: ¿Considera importante el diseño de una app para leer cómics como algo fundamental para su uso?

Oscar: En definitiva, si, el diseño debe ser lo más importante, más que todo para que la persona que lo use no lo sienta aburrida, algo divertido e intuitivo estaría bien.

Entrevistador: ¿Alguna vez considero la idea de utilizar alguna para sus propias obras?

Oscar: Comisxiology, la use.

Entrevistador: Y cómo fue la experiencia.

Oscar: bien ... masomenos, como yo no estoy mucho dentro de esa línea, yo saco los cómics y dejé que ellos se encargan de venderlo en forma digital y ya no me preocupo

Entrevistador: ¿Usted considera que una app debe adaptarse a los cómics para ser leídos de forma digital o viceversa?

Oscar: No, yo creo que la aplicación debe adaptarse al cómic.

Entrevistador: ¿Desde su experiencia usted considera que sería importante tener más presencia digital o no es necesario?

Oscar: Sí definitivamente de la parte digital se encarga nuestro licenciatarario, pero si considero que conforme avancen los años tener más presencia digital será tan o más importante que la presencia en locales físicos.

Entrevistador: En base a todo lo que hemos conversado y luego de haberle explicado un poco de qué va el tema de la tesis, los objetivos y lo que se quiere lograr, ¿Cuál es opinión con respecto al proyecto?

Oscar: La idea de una aplicación así es fenomenal, si se aplicara de una manera correcta considero que podría funcionar, especialmente porque sería una oportunidad para artistas con bajos recursos que no tienen como publicitarse.

Anexo 2: Guía de entrevista no estructurada a Guido Cuadros dueño de la tienda en línea y editorial “Cómic Apocalipsis” la cual editó el cómic peruano “El

Convoy” de Eduardo Romero. para conocer más a fondo el estado del contexto actual donde se desenvuelve el cómic peruano.

Fecha: 07/03/2020

Hora: 5:00 pm

Lugar: Parque aledaño a la casa del entrevistado en el distrito de Surco

Entrevistador: Bill Angel Agreda Delgado

Entrevistado: Guido Cuadros Ferro Acuña

Objetivo

Guido Cuadros lleva varios años dentro del mundo editorial acá en Lima, empezó su tienda en línea para vender cómics y ahora importa y exporta gracias al crecimiento que tuvo, ahora su tienda de cómics está transformándose en una editorial con la cual, él pretende darles apoyo a cómics nacionales. El objetivo de la entrevista era conocer más a fondo cómo está el mercado actual de los cómics y el estado del autor peruano en la actualidad, además de conocer cómo se encuentra la situación desde el punto de vista de un distribuidor y consumidor de cómics.

Características de la entrevista:

- . Se solicitó si la entrevista podía ser grabada en audio a lo que el entrevistado aceptó
- . Antes de la misma se le explicaría un poco sobre el proyecto y al final se le darían los detalles para que entienda mejor el todo.

Entrevistador: Estamos aquí con Guido Cuadros con quien vamos a realizar la entrevista del día de hoy, así que Hola Guido, buenas tardes, cuéntenos un poco de quién eres y como en que rubro te desenvuelves actualmente.

Guido: Mi nombre es Guido Cuadros Ferro Acuña, yo soy bachiller de sociología de la universidad San Marcos, pero no ejerzo como tal y desde hace 7 años que me dedico a una tienda especializada de Cómics, la cual administro y son ventas por internet, de momento no tengo tienda física pero si está dentro de los planes a futuro, vendo para toda la ciudad de Lima y también hago envíos a todo el Perú y desde el año pasado he empezado un proyecto editorial el cual es publicar obras de autores peruanos, mi tienda y la editorial se llama Cómic Apocalipsis y el año pasado sacamos un título y este mes a fin de mes sacaremos el segundo título, la idea con la editorial es publicar obras de autores

peruanos, comics peruanos y bueno básicamente estoy dedicado a eso al 100%

Entrevistador: Cuéntanos un poco sobre el cómic que acabas de sacar hace un par de meses.

Guido: El primer cómic que sacamos se llama “El Convoy” de Eduardo Romero, a él lo conocí porque él era un cliente mío, ya me había hecho como 5 o 6 compras y nos reunimos en su trabajo en Miraflores, ahí le iba a dejar sus cómics y en una de esas ocasiones me dijo “Oye Guido tengo un cómic que he hecho yo”, entonces bueno, yo antes de empezar la tienda tenía un blog donde hacía críticas, hablaba de cómics nacionales, internacionales, todo ese tema, entonces él me conocía desde esos tiempos y me dijo “Guido tu que sabes de cómics, de la movida, tengo este cómic que he realizado y quiero que me des tu opinión, porque la he presentado aquí a un par de editoriales y no me han respondido” y le dije “préstame para verlo”, lo leí y me pareció muy bueno, pensé en que de verdad tenía potencial para publicarse, se puede editar un poco pero yo lo veo publicable, lo veo como una buena obra y quede en ayudarle, en ver cómo se podía editar y al final decidí yo mismo editarlo, ósea me junte con un amigo que tiene su editorial y hicimos el proyecto Forja Destino más Cómic Apocalipsis y lo sacamos nosotros mismos.

El cómic en sí es uno que está bien influenciado por la estética del cómic argentino o español de los años 70s u 80s, ese estilo clásico en blanco y negro y trata de un grupo de Mercenarios Marinos a los cuales les han encargado una misión, que tienen que ir a dejar una carga a un destino pero no les han dado más detalles, sólo les han dicho que al llegar les van a dar una recompensa, son un grupo de marinos y todos son excombatientes de la segunda guerra mundial incluso diversos bandos pero ahí se unen en un convoy, entonces es una historia que comienza con tintes bélicos pero ya luego le pone misterio, horror, terror psicológico, es una buena obra que es la primera que publicamos y que estamos contentos porque dentro de todo ha tenido buena recepción, se han escrito algunas reseñas y bueno ese es nuestro primer título que siempre le vamos a tener un cariño especial por ser el primero.

Entrevistador: En base a lo que me acabas de contar, ¿Qué canales de venta de cómics conoce?

Guido: Claro, precisamente es que acá no hay editoriales de cómics peruanos acá lo que hay mucho es el tema de los fanzines, que los autores mismos se publican, se imprimen ellos mismos sus fanzines y hay todo un circuito de eventos fanzineros, en Quilca, Barranco, Miraflores, entonces los autores van con su mesita y sus fanzines a vender, ahora como tal editoriales que editan cómics peruanos, no hay, hay un par de iniciativas por ejemplo la librería contracultura o la editorial pictograma que ya está paralizada hace un buen

tiempo pero ellos sacan determinado tipo de cómics, entonces este libro que era de fantasía, horror de aventura no generaba interés de estos editores, ni menos que las grandes editoriales como Planeta, pero el material estaba bueno, literalmente tenía calidad, por eso me decidí en hacer la editorial y lo editamos, por ejemplo, ese libro ya hace poco lo presentamos en la casa de la literatura y también hubo un festival de literatura y ciencia ficción y fantasía y lo invitaron a Eduardo, ósea el libro ya está ganando su propia vida pero ahora, en cuanto a nivel de distribución yo obviamente lo ofrezco en mi tienda pero mi socio que tiene una editorial de literatura convencional, digamos libros normales, él también tenía su canal de distribución pero como no queremos que nuestro cómic solo este en los fanzines lo estamos poniendo en el circuito tradicional de librerías, Ibero, Virrey, Estruendomudo, ya vamos a entrar a Comunistas y a Crisol también, ósea la idea es darle un canal de distribución bueno, para que sea algo profesional.

Entrevistador: ¿Considera eficiente la red de distribución que tenemos acá?

Guido: Mira, por lo que se, acá en Perú la distribución es un problema porque un autor peruano saca su cómic y tal y ¿dónde lo deja? en un par de tiendas que le aceptan tenerlo o lo tiene que dejar vendiendo por Facebook o el mismo ir a dejar los envíos, lo cual está bien pero restringe demasiado entonces yo creo que nosotros con ser una editorial seria, ayudamos a dar vitrina entonces el autor cualquier editorial que quiera difundir bien sus productos tiene que entrar al circuito tradicional de librerías.

Entrevistador: Claro pero un autor nuevo para que entre a ese circuito la tiene difícil.

Guido: Precisamente ese es lo que la editorial le respalda, si es que la tiene claro, porque el autor tiene que preocuparse en dibujar, es como el futbolista, tiene que preocuparse en la cancha de jugar bien, tu no puedes decirle al futbolista que te coordine el hotel, la concentración, para eso hay dirigentes, entrenadores, es igual en el cómic, los autores deberían dedicarse a su arte, acá el autor siempre está pensando en imprimir, en salir a vender, a dejarlo en una tienda, en ir a cobrar, porque en estas librerías se deja el material a consignación y luego pasas a cobrar a los 6 meses, entonces ese es parte de lo que queremos hacer, apoyar al autor, con la distribución y no solo eso sino también con la prensa, siempre hay un grupo de ejemplares que corren por cuenta de la editorial y se tienen que dejar a ciertos periodistas, a ciertos medios para que te hagan entrevistas, eso también ya va por cuenta de nosotros como editorial.

Ahora, normalmente el contexto natural de los cómics serían las tiendas especializadas pero no hay muchas, hay 3 o 4, pero las librerías tradicionales si actualmente tienen su sección de cómics, nosotros queremos apuntar ahí,

para que no solo la gente que lee cómics sino que otro tipo de público que pasa por ahí, vio la portada, le gusto y se lo lleva, pero de por sí, en el sistema de distribución actual, tú como editor o como autor tienes que luchar, no es que haya un sistema de distribución ya establecido, tienes que ir a hablar con tal librería, estas solo contra el mundo.

Entrevistador: ¿Conoce el concepto de coleccionismo?

Guido: Si, lo conozco.

Entrevistador: Según su experiencia, ¿Considera que el concepto de coleccionismo se está perdiendo con los años?

Guido: Se está manteniendo, cambia pero se mantiene, ósea el coleccionismo siempre va a existir, no solo en la gente que colecciona cómics sino de todos, los que coleccionan tapas de botella, monedas, juguetes, todos los objetos son coleccionables, ahora dentro del cómic, de por sí ya es un objeto coleccionable, generalmente todo lector habitual de cómics va haciendo su colección, ahora esto va cambiando con el tiempo y también hay gente que se mete al coleccionismo y está uno, dos, tres años y luego se retira eso si he conocido bastante o hay otros que no piensan entrar pero terminan dentro de este mundo, incluso yo una vez vendí mi colección porque dije “no, ya no, ya no voy a llenar más espacio” pero luego volví y otra vez a llenar de estantes todo, pero yo creo que el verdadero coleccionismo es algo que te acompaña toda tu vida, ahora como digo hay diversas maneras incluso en estos tiempos que todo es virtual pero yo sigo viendo niños o gente muy joven que arman sus colecciones de cómics.

Entrevistador: ¿Considera que toda la movida digital está afectando al cómic impreso?

Guido: Mira, yo creo que van por vías separadas que en cierto momento se cruzan, que se pueden afectar positiva o negativamente dependiendo de la persona pero por ejemplo hay una frase célebre de Bill Gates que lo han criticado mucho por eso fue hace como 10 o 15 años, dijo “Mi misión de acá a 5 años es que no haya ningún libro sobre la tierra” y todo sigue igual, el libro en papel se sigue produciendo, esto porque el coleccionismo es atesorar algo en un formato físico, te gusta por ejemplo el señor de los anillos, ya lo puedes leer en virtual, salen un montón de ediciones pero si es una obra que te gusta mucho, vas a querer tenerla en tu estante, es algo más psicológico, ya lo leíste pero quieres tener ahí algo que te represente, yo creo que esa relación con el objeto físico siempre va a estar, como te digo, yo casi no leo digital puedo leer una que otra cosa pero yo colecciono mis cómics en físico, habrá gente que solo colecciona en virtual bueno no sería coleccionismo sino tenerlo en pdf y

hay la gente que es mixto, leen sus tomos virtuales pero de vez en cuando compran en físico, son públicos distintos pero a veces se unen y volviendo al tema de la frase de Bill Gates, las ventas de los libros físicos no han caído drásticamente, la gente sigue comprando y yo tengo una teoría propia, el libro se inventa en la época del renacimiento alrededor de 1500 masomenos con la aparición de la imprenta y todo, ahí se empieza a masificar antes lo hacían manualmente, los escribían los escribas pero con la imprenta ya se masifica la producción, entonces, el libro en realidad es una tecnología muy avanzada, si tu agarras un libro, es práctico, el pasar las páginas de adelante hacia atrás y viceversa es práctico, el único tema que alguien le puede achacar al libro es el espacio, como la sociedad nos está inclinando cada vez más a vivir en cubículos ósea a no tener espacio, nos hacen ver como que algo que ocupa espacio es algo malo pero en si leer un libro y agarrar en un ipad son igual de prácticos, hasta el pasar de páginas es más fácil en un libro físico, si yo quiero pasar de la página de la uno a la 100 lo haces, o si quieres la 54 lo haces inmediatamente, el libro es práctico como tecnología, yo creo que por eso se ha mantenido 500 años y se va a seguir manteniendo, está vigente porque es un formato que funciona, es bien práctico, es increíble.

Entrevistador: Según su experiencia, ¿Considera que el contexto cultural local o mundial, influye en qué tipo de cómics se leen?

Guido: Haber, el cómic de por sí tiene su propia tradición, por decir, la tradición de los superhéroes es algo propio, es algo que se inventa a fines de los años 30, claro que tuvieron ciertos antecedentes de otras culturas para crear sus historias pero es algo creado por ellos, la mitología del superhéroe y ahora con las películas y todo se ha vuelto una mitología moderna, pero no es algo una mitología ancestral que se han basado en sus antepasados, ellos mismos crearon su propia mitología, luego tienes una tradición de consumo, si en tu país se ha hecho cómic y se ha vendido cómic masivamente, te va generar ese hábito de seguir leyendo cómic, ahora, la temática ósea hacer cómics de incas o de cultura propia, yo creo que sí, porque si tú ves cómic europeo, francés o el manga japonés, tienen los mangas de samuráis, es todo un género, son un éxito, desde los que son históricamente acordes a la historia hasta naruto que es más fantasioso, por ejemplo, hay un manga llamado Ruroni Kenshin que es histórico y Naruto es más para niños y adolescentes pero ambos son un éxito, en Francia hay muchos cómics históricos de la primera guerra mundial, de la segunda o de los Vikingos, del renacimiento, los romanos, en ese campo si hay un campo de explotación y una demanda de los lectores por los temas ancestrales e históricos, es un tema que jala, el género histórico o el género realista es uno de los más importantes, ahora acá en Perú acá no se ha explotado mucho, ahora hemos tenido algunos intentos como el cómic de Ayar la Leyenda de los Incas, ahora están que meten bastante en plan lector historias de Vallejo, historias de Ribeyro en cómic, esas ya son adaptaciones

pero mira, hay cómics argentinos clásicos como Dago que tienen historias sobre el dorado o sobre la conquista de los incas, ósea en el Perú no se ha desarrollado pero en otros países si, también esto tiene que ver con el apoyo, digamos que han habido varios intentos pero por temas ajenos muchas veces al mismo autor no se puede como lo que hablamos hace rato del tema de que no hay vitrina para artistas independientes.

Entrevistador: ¿Considera que el contexto cultural local o mundial, influye en qué tipo de cómics se leen?

Guido: Definitivamente si, como dije en la anterior pregunta que Japón tiene mangas de samuráis, a personas de cualquier parte del mundo seas chino, francés o latino te pueden gustar ese tipo de mangas, ahora, hablando de algo más actual, ahora que está de moda el feminismo y salen cómics, novelas gráficas sobre la temática del feminismo, sobre la lucha de la mujer y se venden muy bien, pero ya es un tema contextual, eso se da, si hay temas que están en boga, se hacen productos de eso y el cómic no es ajeno o a veces, una guerra, la guerra de Afganistán o los cómics de superhéroes de USA tenían que reflejar la guerra o el 11 de septiembre salió en todos los cómics de USA, ya son eventos coyunturales que se adhieren a los cómics.

Entrevistador: ¿Considera que el sentido de pertenencia de una persona a un lugar ya sea su país, pueblo o lugar donde radica, influye al momento que crea su cómic?

Guido: Depende, en general hay dos tipos de cómics o de narrativa en general hablando de ficción, está la ficción como tal y el cómic autobiográfico, digamos, el primer cómic que hemos editado es peruano pero ahí el Perú ni aparece, en realidad no aparece ningún país en específico, pero el contexto vendría a ser una Europa de la postguerra o algo así, ósea no quiere decir que porque Eduardo sea peruano tiene que hacer algo relacionado a nuestra cultura, un peruano puede hacer un cómic de Samuráis si quiere, obviamente se tiene que documentar bien para no hacer el ridículo, no necesariamente de sus raíces, pero hay que aprovechar eso de que el Perú tiene sus particularidades y solo un peruano puede escribir bien de esas particularidades y ahí si puedes generar un sentido de pertenencia con el lector porque nadie lo va a contar mejor que alguien que lo vive, un peruano puede leer un cómic de iron man y todo chévere pero no necesariamente conecta, pero si un peruano lee un cómic que sucede en la avenida Abancay o por lugares donde hayas pasado o situaciones que te pasan a ti, generas una conexión y eso también como público peruano generas una conexión y al público de afuera también le interesa porque lo verá como algo exótico, de ahí si tu le narras una historia peruana sobre los incas o del Perú actual sobre la violencia en las calles, le

puede gustar al público peruano y también le puede gustar al público de afuera que lo verían como algo nuevo.

Entrevistador: Según su experiencia, ¿Qué usos sociales se le puede dar al cómic?

Guido: Mira, usos sociales de esto ya habló Scott Mccloud y otros teóricos del cómic porque el lenguaje del cómic en sí, sirve bastante para captar y transmitir ideas y lo que dice por ejemplo Mccloud cuando tu te sientas en el avión las instrucciones de lo que tienes que hacer están en formato cómic, eso de que te pongas el cinturón así, de que hagas esto y no lo otro, está hecho en formato cómic porque es fácil de retenerlo y entenderlo y en una situación de presión como cuando viajas en un avión, lees eso y te entra a lo que fuera puro texto seguro que ni lo leerías, incluso en todos los idiomas la gráfica es casi la misma, luego están los temas didácticos, si tu le pones a un niño la historia de Roma en formato cómic le va a parecer más entretenido que leerlo, entonces digamos que usos sociales tiene, los educativos, incentivar la lectura, causar más interés y luego están los usos como el ejemplo del avión para retener las ideas más rápido.

Poniendo otro ejemplo como la obra de Persépolis, es una obra de un autor Iraní, te cuenta de manera autobiográfica toda la situación de Irán desde que ella era niña y a partir de la revolución donde obligaron a las mujeres a andar con turbantes y esa obra te mete un montón de temas históricos no solo desde la época de la revolución sino mucho más incluso te mete su propia vida de adolescente, te mete una cantidad de temas que se hace muy ligero leerlo gracias al lenguaje del cómic, ahora, si tú me traes un tratado de la historia de Irán por ahí se te va a hacer más denso o el lenguaje va a ser más complicado e incluso puede causar rechazo, incluso si no te interesa tanto la historia pero si el tema autobiográfico de la autora terminas aprendiendo un montón de cosas sobre política, sociología y muchas cosas más.

Entrevistador: ¿Reconoce el término E-cómic?

Guido: No lo reconozco, pero lo interpreto, el “e” cómic viene de que es algo digital, por ende, sería un cómic digital como tal.

Entrevistador: Claro acá hay dos términos, web cómic y E-cómic, un web cómic es un cómic hecho directamente para un formato digital, no fue pensado para ser impreso en cambio el E-cómic puede ser un cómic de Spiderman, una grapa que la subieron a internet, ahí se convierte en un E-cómic.

Guido: Claro claro, ahora está más claro.

Entrevistador: En base a la definición anterior, ¿Lo considera una forma viable de distribuir cómics?

Guido: Bueno, de hecho ya lo es, porque ya hay plataformas como Amazon o las mismas páginas de las editoriales ahora te redirigen, ¿Quieres comprar en tapa blanda, tapa dura o digital” y te dan el link para lo que quieres, ósea ya toda tienda profesional especializada te da todas las opciones disponibles, ahora incluso acá en Perú si te metes a la página de Planeta, ya te da la opción para que lo descargues, ya es algo que está vigente, además de que acá en Perú recién nos estamos acostumbrando a todo este tema de comprar en línea, aún hay mucho miedo por si te van a estafar o a hackear la tarjeta que es un tema más por desconocimiento que otra cosa.

En teoría, con los millennials se iba a dar el cambio de que como no son de leer mucho, lo poco que leen lo adquieran de manera digital pero actualmente los millennials compran en físico, pero que se yo, quizá los sentenials serán los que se enfoquen más en digital.

Entrevistador: en base a lo conversado ¿Considera que el E-Cómic ha resultado a favor o en contra del cómic impreso?

Guido: Yo creo que quizá van por vías separadas por distintos tipos de públicos o de vez en cuando van a un público mixto, quizá hay un grupo que lea en digital y no sienten esa necesidad de leerlo en físico, como hay gente que colecciona en físico y se va a quedar ahí, a lo que hay gente que por ahí consume los dos pero por lo que se no es que hayan disminuido las ventas en papel y tú vas a cualquier feria del libro donde la gente va a comprar sus libros y están repletos, esto puede ser un ejemplo medio tonto pero tú vas a la feria del libro y el autor te firma el libro, pues no te va a firmar el ipad.

Es una relación del humano con los objetos materiales que creo que nunca se va a romper, pero de que uno haya afectado al otro no porque repito, si realmente hubiera sido así, no existirían libros físicos, ya hubiera ganado lo virtual, pero no, en vez de eso estamos conviviendo con los dos formatos paralelamente.

Entrevistador: ¿Qué apps utiliza en su día a día?

Guido: Mira yo utilizo Facebook, Messenger, Gmail, WhatsApp, Google Maps también lo uso bastante porque me muevo mucho por la ciudad y a veces el Instagram.

Entrevistador: ¿De las apps que utiliza en su día a día, ¿reconoce algo que tengan en común?

Guido: bueno, todas están integradas, es como una gran aplicación, todas las que te he dicho vienen a ser la aplicación Google, antes tenía una clave separada para todo, ahora con una sola entras a todas, ya está totalmente

integrado y también creo que algo importante en toda aplicación es que debe ser intuitiva, para que aprendas a manejarlo sin manual ni nada, ya que a veces incluso algunas aplicaciones populares hacen actualizaciones que en vez de facilitar las cosas te la complican.

Incluso antes para aprender a manejar correo te tenías que meter a un curso, ahora las mismas aplicaciones te mandan mensajitos de cómo debes usarlas paso a paso, es como un robotito que te da todas las indicaciones.

Entrevistador: ¿Considera importante el diseño de una app para leer cómics como algo fundamental para su uso?

Guido: Definitivamente si, aparte que se debe apoyar en un diseño simple, agradable que te invite a utilizarla, algo tosco tal vez podría alejar a posibles usuarios.

Entrevistador: ¿Usted considera que una app debe adaptarse a los cómics para ser leídos de forma digital o viceversa?

Guido: Eso puede ser un debate interminable, pero si tú quieres digitalizar cómics de los años 80s u 90s, antes de que aparezcan estas plataformas virtuales, ya esos cómics se hicieron para el formato físico que es una medida específica de 20 cm x 20 cm para ver que toda la mirada panorámica se vea, pasar todo eso a formato digital debe ser muy complicado, ahora si tú haces un cómic específicamente para formato virtual ya cambia la cosa porque tú puedes adecuar las viñetas a eso, yo creo que es muy diferente si el cómic se hace pensado para ser leído en formato digital a lo que el cómic se hizo en los años 80s va a ser más complicado de apreciar al 100% pero de todas maneras se podría leer, creo igual la aplicación de alguna manera se podría adaptar al cómic independientemente del formato.

Entrevistador: ¿Considera que un cómic debe tener cierta presencia digital en estos tiempos?

Guido: Yo creo que si, como te digo, nosotros como editorial pequeña ahorita no tenemos un sistema de ... aunque si nos han ofrecido, ósea un sistema editorial digital, yo creo que toda editorial grande lo debería tener, Amazon o las mismas editoriales como Planeta, Darkhorse o Marvel que te ofrecen oye mira tienes acá en digital, es necesario que sea una opción más, tiene que estar, poner todas las cartas sobre la mesa, en un mundo ideal, como editorial, todos tus títulos también tendrías que ofrecerlos en virtual.

Entrevistador: y para cerrar, qué opinión tiene usted desde su experiencia con respecto al proyecto.

Guido: Considerando los puntos que hemos tratado y la explicación previa a la entrevista que me diste sobre el proyecto y sus objetivos de crear una aplicación que contenga cómics nacionales para que los autores peruanos puedan publicar ahí sus trabajos y la gente tenga ahora donde leerlos, yo creo que si ayudaría un montón a la difusión, porque yo creo que sería cuestión de ordenarlo bien, prácticamente eso sería como reunir en un solo lugar todas los cómics peruanos que están regados por todos lados, actualmente se hace pero cada uno está por su lado, tu idea es algo más sistematizado de que uno entra a una app y ahí ve todo el catálogo que hay, calificarlos, compartirlos y que a los títulos más pedidos o con más demanda se podrían pasar a una edición física luego de que se hicieran conocidos con la app o cuando un autor X participe en tu plataforma y se hace conocido ahí, a la gente le gusto su cómic y luego él dice “Ahora he sacado otro cómic en físico en librerías” ya es conocido, digamos que esto ya se hace pero de manera arcaica, pero tu idea de poner todo en un solo lugar creo que definitivamente ayudaría a que más gente lea cómics peruanos y que por defecto, los autores tengan un apoyo cuando carecen precisamente de la parte monetaria, porque ahorita tu tienes que darle like a la fan page de cada autor para enterarte de las novedades, ni siquiera alcanzas a conocerlos a todos, en cambio si me dicen “esta es una aplicación de cómics peruanos” y yo me meto y ahí va a salir todas las actualizaciones de todas las novedades, las noticias, las muestras, el catálogo, incluso el fichero, yo puedo decir “Oye, este dibujante me gusta”, le doy click y me salen todos sus datos y por ahí lo contrató para un trabajo, si eso si no se ha hecho pero si se llega a hacer, sería bravazo.

Anexo 3: Guía de entrevista no estructurada a Miguel Ordoñez, Lector de Cómics que frecuenta el C.C Arenales para comprar para conocer más a fondo la problemática desde la perspectiva del usuario.

Fecha: 21/02/2020

Hora: 4:00 pm

Lugar: C.C Arenales

Entrevistador: Bill Angel Agreda Delgado

Entrevistado: Miguel Ordoñez

Objetivo

Miguel estudió diseño gráfico en la universidad Orval y actualmente se desempeña como dibujante para una empresa que envía arte estilo cómic al exterior, suele ir al C.C Arenales cada 2 meses exclusivamente a comprar cómics y artbooks, su punto de vista como usuario es de suma importancia para conocer el contexto desde la perspectiva del lector.

Entrevistador: Buenas tardes, Miguel, primero que nada, muchas gracias por acceder a participar de la entrevista

Miguel: No te preocupes

Entrevistador: vale, comencemos entonces, primero, ¿Qué tipos de cómics lees?

Miguel: Bueno, leo tanto cómic americano como mangas japones, suelo comprar cada 2 o 3 meses dependiendo la colección en la que me encuentre, no suelo decir “hoy me quiero comprar ese o este otro”, sino que se masomenos en que fechas traen las novedades y vengo a comprar.

Entrevistador: En su día a día, ¿lees más cómics utilizando medios digitales o físicos?

Miguel: La verdad prefiero lo físico, como te digo compro cada 2 o 3 meses una cantidad moderada de cómics pero también leo en digital, más que todo es una necesidad porque acá tampoco llega todo lo que uno quisiera y tampoco te enteras por la mala difusión, sin embargo leer cómics en línea te da un mayor rango de material para leer, además de que ahí mismo en las páginas donde lees de manera digital, ahí mismo te enteras de cuando salen las novedades.

Entrevistador: ¿Qué canales de venta de cómics conoces?

Miguel: Bueno mayormente mediante distribuidores que traen cómics de las editoriales españolas que son de lo que más abunda acá.

Entrevistador: Y ¿normalmente compras en librerías o tienes otros lugares?

Miguel: El tema de las librerías como Crisol por ejemplo se especializan más en libros entonces si bien venden cómics no es que los tengan con mucho cuidado, incluso en muchas ocasiones están fuera de sus bolsas, en cambio en tiendas especializadas, de las pocas que hay, los cómics están bien cuidados.

Entrevistador: ¿Colecciones cómics?

Miguel: Si

Entrevistador: ¿Solo como hobby o como algo más serio?

Miguel: Como yo soy ilustrador, toda la vida me han gustado los cómics, es algo que está en mi ADN por así decirlo así que sí, lo tomo como algo más serio.

Entrevistador: ¿Consideras que el concepto de coleccionismo se está perdiendo con los años?

Miguel: Yo creo que se mantiene, aunque puede variar mucho dependiendo de la situación económica del país, es decir, yo cada vez que vengo a comprar veo a bastante gente que también compra cómics, no solo acá sino en las grandes librerías como Ibero o Comunitas, el coleccionismo está vigente, ahora, también es cierto que para coleccionar necesitas cierto nivel adquisitivo porque la verdad que acá en Perú están bien caros los cómics, esa es otra razón por la que leo en línea, como te dije, mi necesidad de leer más me lleva a optar por ese otro medio, por más que prefiera leer en físico.

Entrevistador: Entiendo, entonces en base a la anterior pregunta consideras al coleccionismo como un factor importante para que el cómic impreso aun este vigente

Miguel: De todas maneras, incluso actualmente por ejemplo, gracias a las películas de Marvel, el boom de los superhéroes en el cine, mucha gente que en su vida iban a tocar un cómic han terminado comprando, incluso hace 15 años decir que te gustaban los cómics, los superhéroes era ya un estigma que te perseguía y te hacían bullying, ahora es chévere y eso hace que más gente se interese, la vez pasada que fui a Ibero vi a una chica que estaba en el colegio en la sección de cómics y le dijo a su Papá que le compre cómics, ya se ha masificado mucho más que antes.

Entrevistador: ¿Consideras que la era digital está afectando al cómic impreso?

Miguel: Sí y no, es algo bien relativo, por poner un ejemplo, si hablamos de la piratería de cómics físicos, si afecta directamente a las ventas y por ende, a la economía de los autores y editoriales, pero hay un tema curioso con la piratería en línea, muchas veces eso sirve como una publicidad indirecta, yo tengo mi grupo de trabajo que también son mis amigos y todos estamos dentro de este mundo del cómic, coleccionamos pero como dije antes, no tenemos el poder

adquisitivo para comprar todo lo que quisiéramos, por eso solemos leer de manera en línea, sin embargo una técnica que aplicamos antes de comprar y que estoy seguro que mucha más gente lo hace, es leer en internet los primeros capítulos de un cómic y si nos gusta es ahí cuando vamos a comprarlo, ósea, vamos a comprar a lo seguro, si no tuviéramos la opción de leer cómics en línea, no compramos esos cómics porque no nos podemos dar el lujo de gastar nuestro dinero a ciegas, por eso digo que va a depender pero yo creo que en líneas generales, la era digital con respecto a cómic avanza de la mano.

Entrevistador: ¿Leerías cómics con influencia en leyendas o tradiciones peruanas?

Miguel: Sí, definitivamente, siempre me he reventado la cabeza con el tema de que tenemos buenas historias y leyendas por explotar, viendo que en Japón por ejemplo explotan el tema de los Yokai que son fantasmas, acá también tenemos un gran número de historias y leyendas que creo que sería interesantes verlos trasladados al formato cómic.

Entrevistador: ¿Consideras que el contexto cultural local o mundial, influye en qué tipo de cómics se leen?

Miguel: Claro, si influye bastante, porque imagínate que pasa esto de los memes que se hacen virales imaginaste si alguien decide hacer una historietita corta de eso, definitivamente mucha gente lo vería porque está asociado a algo que acaba de pasar y que tuvo cierta repercusión

Entrevistador: ¿Consideras que el sentido de pertenencia de una persona a un lugar ya sea su país, pueblo o lugar donde radica, influye en sus gustos con respecto a qué cómic leer?

Miguel: No, es relativo, por ejemplo, hay veces que los mismos japoneses se sorprenden con respecto a lo popular que son sus mangas fuera de Japón, también resulta que hay veces que algo nuevo o extraño para nosotros es llamativo, pero para ellos sería algo normal.

Entrevistador: ¿Alguna vez te interesó algún cómic peruano o extranjero debido a su trasfondo cultural?

Miguel: Normalmente si, ósea hay veces que veo un cómic que con la portada ya sabes que tratara de samuráis o de superhéroes o de la segunda guerra mundial, entonces muchas veces eso es motivo suficiente para darle una oportunidad, creo que hay mucha gente que piensa así.

Entrevistador: ¿Reconoces el término E-comic?

Cómic: mmmm me suena, pero no lo tengo claro.

Entrevistador: Básicamente un E- cómic es cualquier cómic que fue hecho en formato físico, pero luego fue trasladado al formato digital, lo cual es diferente a un Webcómic que es un cómic que fue hecho para que fuera leído de forma digital y no impreso.

Entrevistador: ¿Qué plataformas para leer E- cómics conoces?

Miguel: Conozco varias, pero no me acuerdo sus nombres, ahorita reconozco las que uso, Manga plus y Webtoon.

Entrevistador: ¿Consideras que es importante que un cómic tenga cierto nivel de presencia digital?

Miguel: Yo creo que si, actualmente gracias a estas aplicaciones y webs para leer cómics ya cualquiera puede leer sin necesidad de comprar, así que yo creo que si ya te están ofreciendo el cómic en físico, también te tienen que ofrecer en digital, si lo compras o no ya depende pero así al menos se aseguran más, ahora hay algo curioso, en Japón, cuando suben sus mangas a las aplicaciones las suben con escenas censuradas pero en el cómic físico esta sin censura, entonces ahí como que usan ese pequeño gancho como decirte “La edición impresa tiene su valor agregado”.

Entrevistador: ¿Qué apps utilizas en tu día a día?

Miguel: bueno, las redes sociales, Facebook, Twitter, Instagram, manga plus y Webtoon.

Entrevistador: ¿Reconoces algo que tengan en común?

Miguel: bueno, las redes sociales las uso para seguir autores, así que todas me sirven para hacer ese seguimiento o para anotar nombres de cómics y no olvidarme.

Entrevistador: ¿El diseño de una app influiría en si usted prefiere una app a otra?

Miguel: Yo creo que sí, debe ser fácil de usar, honestamente no soy tan bueno con la tecnología, me tuve que adaptar a las aplicaciones para leer cómics.

Entrevistador: ¿Usted considera que una app debe adaptarse a los cómics para ser leídos de forma digital o viceversa?

Miguel: La aplicación debe adaptarse a los cómics o debe tratar de hacerlo en la medida de lo posible.

Entrevistador: Luego de la conversación previa a la entrevista y luego de la misma, ¿Qué opinión tiene sobre el proyecto?

Miguel: Me parece una idea interesante, pero creo que para que funcione debe hacerse bien, una aplicación que cubra todas las necesidades debe ser compleja de hacer, supongo que ir paso a paso sería lo ideal.

Anexo 4: Guía de entrevista no estructurada a Renzo Morales, Lector de Cómics que frecuenta el C.C Arenales para comprar para conocer más a fondo la problemática desde la perspectiva del usuario.

Fecha: 21/02/2020

Hora: 6:00 pm

Lugar: C.C Arenales

Entrevistador: Bill Angel Agreda Delgado

Entrevistado: Renzo Morales

Objetivo

Renzo es un lector de cómics de años, suele ir al C.C Arenales para comprar cómics y figuras además de jugar con sus amigos, es estudiante de la Isil y trabaja por lo que tiene poco tiempo para él, tal y como comento, suele leer cómics en su celular por un tema de tiempo ya que es mucho más rápido y lo puede hacer donde sea, el objetivo de la entrevista era conocer la problemática en el lugar de acción desde la perspectiva del usuario.

Entrevistador: Buenas tardes, estamos aquí con Renzo Morales, estudiante de la Isil que suele venir al C.C Arenales para comprar cómics y figuras, ¿Como estas Renzo?

Renzo: muy bien gracias, un gusto participar de la entrevista

Entrevistador: vale, primero que nada, empecemos por lo básico ¿Qué tipos de cómics lees?

Renzo: De acción, como Marvel o DC y de vez en cuando de Vertigo que son cómics ya más para un público adulto

Entrevistador: ¿Qué tan seguido lee dichos cómics?

Renzo: 4 o 5 veces por semana, normalmente fuera de casa, durante el almuerzo, descansos o cuando viajo en bus

Entrevistador: En tu día a día, ¿lee más cómics utilizando medios digitales o físicos?

Renzo: Ambos, pero más digitales

Entrevistador: ¿Qué canales de venta de cómics conoces?

En cómics físicos conozco Arenales y tiendas en línea que venden por Facebook.

Entrevistador: ¿Colecionas cómics?

Renzo: No mucho, solo compro algunos específicos, pero si anoto los nombres de los que ya leí como para tener una lista.

Entrevistador: ¿Consideras que el concepto de coleccionismo se está perdiendo con los años?

Renzo: El coleccionismo de cómics como tal no porque siempre habrá gente que compre, pero actualmente muchos como yo seguro que optan por leer de manera en línea ya que se puede encontrar cualquier cómic en virtual, además por un tema económico.

Entrevistador: Consideras que al coleccionismo como un factor importante para que el cómic impreso aun este vigente

Renzo: Sí, porque las empresas siempre se guían de las ventas que puedan realizar por comic, y si por ejemplo el comic les gusta a muchas personas, pero lo compran pirata, la empresa al ver su margen de venta pensara que el negocio está yendo de mal en peor

Entrevistador: ¿Consideras que el cómic impreso está perdiendo valor por la era digital?

Renzo: Retomando mi punto de vista de la anterior pregunta, valor como tal no pierde, pero si es cierto que ahora comparte el mercado ya que un cómic puede ser encontrado en internet ni bien salga el tomo original impreso, esto hace que la facilidad de conseguir un cómic es más fácil.

Entrevistador: ¿Leerías cómics con influencia en leyendas o tradiciones peruanas?

Renzo: Sí, porque a mí me llama la atención las leyendas que se propagan por todo el Perú

Entrevistador: ¿Consideras que el contexto cultural local o mundial, influye en qué tipo de cómics se leen?

Renzo: Si, eso se vio demostrado en Estados Unidos, como ejemplo, durante plena segunda guerra mundial, se comenzaron a lanzar comics sobre dicha guerra, en la que participaban Capitán América, Superman, los cuales luchaban según cada comic en dicha guerra, y se vio reflejado la cantidad de ventas que realizaron ese año, logrando salvar varios comics que las personas ya estaban dejando de lado.

Entrevistador: ¿Consideras que el sentido de pertenencia de una persona a un lugar ya sea su país, pueblo o lugar donde radica, influye en sus gustos con respecto a qué cómic leer?

Renzo: En otros países es así, pero creo que acá en Perú aún no explotamos esa capacidad que tenemos por la cantidad de historias o leyendas que tenemos, solo mi Papá desde que soy niño me cuenta historias de fantasmas de su tierra y ya de ahí tendrías para hacer una colección de 10 tomos de cómic por lo menos.

Entrevistador: ¿Alguna vez te interesó algún cómic peruano o extranjero debido a su trasfondo cultural?

Renzo: Sí, siempre y no solo los cómics, sino mangas y manhwas

Entrevistador: ¿Consideras que el cómic puede ser usado para resaltar el valor cultural de un lugar?

Renzo: Sí, porque demuestran el estilo de vida que llevan, tanto como sus creencias y sus ideologías

Entrevistador: ¿Reconoces el término E-comic?

Renzo: Si, son cómics en línea.

Entrevistador: ¿Qué plataformas para leer e- cómics conoces?

Renzo: Vercomics, Normacomics, MangaPlus aunque no lo uso, se que existe Comixiology y también recuerdo a ComickRack.

Entrevistador: ¿Cuentas con las herramientas para poder utilizar los medios digitales para leer cómics?

Renzo: Si, tengo computadora y mi celular.

Entrevistador: ¿Consideras que es importante que un cómic tenga cierto nivel de presencia digital?

Renzo: Sí, porque estamos en la era de la tecnología, y todo debe avanzar junto

Entrevistador: ¿Qué apps utilizas en su día a día?

Renzo: Reddit y Disqus

Entrevistador: ¿De las apps que utilizas en su día a día, ¿reconoces algo que tengan en común?

Renzo: Se pueden discutir varios tipos de temas y dar opinión de obras subidas a la web

Entrevistador: ¿El diseño de una app influiría en si prefieres una app a otra?

Renzo: Si, bueno para mi es así, ya que la facilidad de opciones que me pueda brindar una app es determinante para ver si lo uso o no

Entrevistador: ¿Consideras que una app debe adaptarse a los cómics para ser leídos de forma digital o viceversa?

Renzo: Si puede hacerse, si

Entrevistador: Luego de la conversación previa a la entrevista y luego de la misma, ¿Qué opinión tiene sobre el proyecto?

Renzo: Me parece interesante, yo usaría una aplicación así, debido a que por temas de tiempo se me hace más cómodo leer en digital, creo que si se hace bien podría funcionar.

Anexo 5: Guía de entrevista no estructurada a Diego Sotelo, experto en UX/UI para conocer la importancia de la experiencia del usuario en la actualidad.

Fecha: 29/02/2020

Hora: 5:00 pm

Lugar: Por temas de horarios, se envió las preguntas por correo para que el entrevistado las pudiera resolver

Entrevistador: Bill Angel Agreda Delgado

Entrevistado: Diego Sotelo

Objetivo

Diego lleva varios años trabajando con la experiencia del usuario, además de ser profesor universitario por lo que su conocimiento sobre el tema es de vital importancia para el proyecto, el objetivo de la entrevista era conocer un poco más de que tan importante es la experiencia del usuario en la actualidad.

1- ¿Cuántos años de experiencia tiene trabajando en UX/UI?

6 años.

2- Según su experiencia, ¿lo considera algo de vital importancia en el mundo digital de hoy en día?

Sí, es muy importante ya que, en todo servicio, se tiene que trabajar en la experiencia del usuario frente al uso de un servicio y/o producto.

3- ¿En cuáles industrias se suele utilizar el UX/UI?

En las digitales tecnológicas, sobre todo.

4- Según su experiencia, ¿Considera recomendable que se usen plataformas digitales para la lectura?

Depende de cuál sea el propósito, si es para ahorrar tiempo, entonces estaría bien. Si es para reemplazar la lectura tradicional por solamente digital, entonces se perdería la esencia del buen lector.

5- ¿Conoce la existencia de plataformas digitales para leer cómics? ¿Cuáles?

La verdad que no. Me gustaría.

6- ¿Cuáles serían las ventajas y desventajas de utilizar alguna plataforma digital para leer cómics?

Para mí, leer cómics sería como un pasatiempo, y me imagino que una plataforma digital me ayudaría a leerlos como mayor rapidez. Ese aspecto sería positivo en mi caso.

7- ¿Considera importante la masificación de los cómics utilizando medios digitales? ¿Por qué?

Tendría que saber qué es lo que suma en nuestra sociedad para validar su importancia. En lo personal, sí me han gustado cuando tenía 20 años aprox. Hoy en día, no estoy leyendo comics.

8- ¿Considera que el cómic impreso puede estar perdiendo valor por la era digital? ¿Por qué?

Son muchos los rubros que están perdiendo mercado. Lo digital está reemplazando lo físico.

9- ¿Conoce el término E-Cómic?

No, desconozco.

(En caso de no conocerlo, leer la definición al final) *

10- Qué opina con respecto a todo el tema de E-Cómic

Interesante, estoy seguro que hay un grupo de personas que lo están utilizando actualmente.

11- Según su experiencia, ¿Qué ventajas tiene la distribución por plataformas digitales a comparación de la distribución por medios más tradicionales? (librerías, tiendas)

La llegada a más usuario es la principal.

12- ¿Considera que la distribución digital y la tradicional se ayudan mutuamente?

Sí

13- ¿Qué apps utiliza en su día a día y por qué?

Instagram, WhatsApp y Gmail. Por comunicación con el trabajo y amigos.

14- De las apps que utiliza en su día a día, ¿reconoce algo que tengan en común?

La comunicación instantánea, la ergonomía en el diseño y usabilidad simple.

15- ¿Cuántos pasos recomendados debe tener una app para que el usuario no lo sienta tedioso?

3 como máximo.

16- ¿Una app se puede adaptar indefinidamente a lo que el usuario necesite?
¿Por qué?

Se debería, pero demandaría estar siempre en constante reprogramación. Lo ideal es que una app tenga actualizaciones constantes de mejora.

17- ¿Es importante que una app para celular tenga una versión web? ¿Por qué?

Da confianza, a veces uno se queda sin carga en el celular y tiene que recurrir a un ordenador.

18- Según su experiencia, ¿La distribución mediante plataformas en línea, es algo favorable? ¿Por qué?

Super favorable porque está al alcance de cualquier y en cualquier momento.

19- Dependiendo del lugar de donde provenga el lector, ¿su experiencia con una app puede verse influenciada por eso?

El cansancio en la vista puede ser un factor en contra, muchos lectores, prefieren aún lo físico. La duración de la batería también sería otro factor a tomar en cuenta.

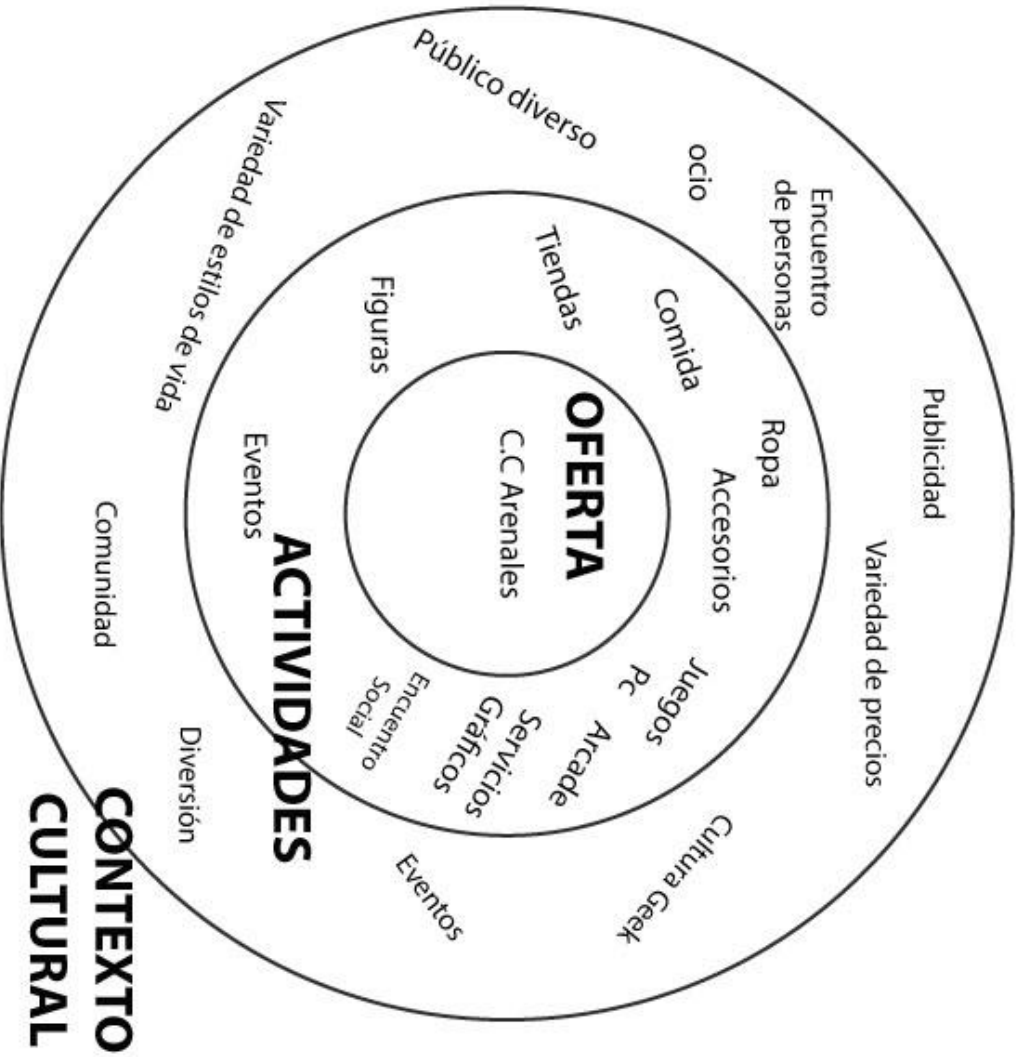
20- ¿El factor cultura puede ser utilizado para que la app tenga un estilo visual único? ¿O no sería recomendable centrarse en algo tan específico?

No sería recomendable.

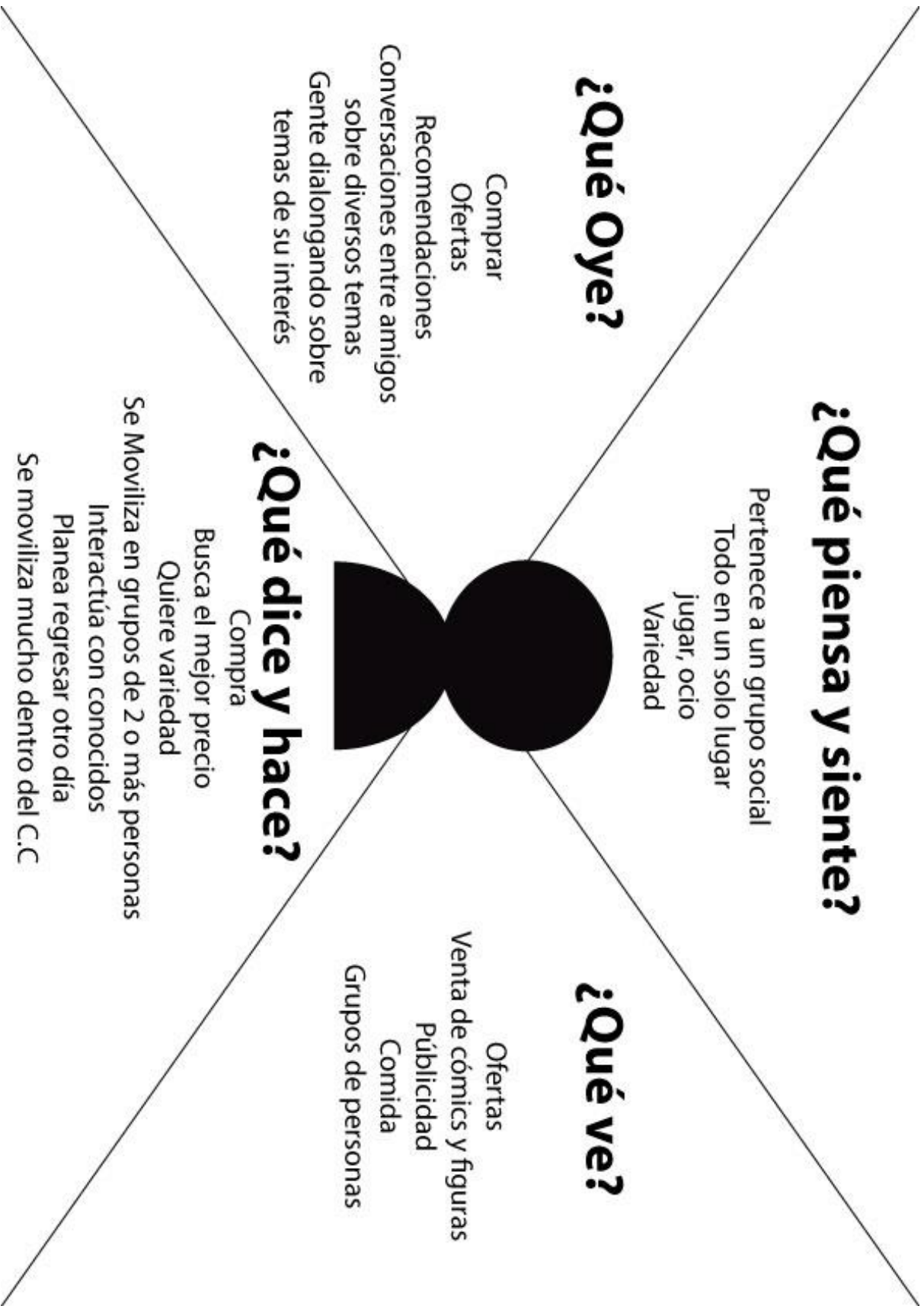
21- Una app independientemente del público al que vaya, ¿debería tener un diseño e interfaz con la cual, cualquiera pueda sentirse cómodo?

Exacto, la usabilidad de una app marca el éxito. El usuario debe de sentir cómoda al utilizarla.

Anexo 6: 1.13 de Sense Intent - Mapa de oferta-Actividad y Cultura



Anexo 7: Mapa de empatía lectores de cómics.



Actividad

Compra de cómics

● Descripción de la actividad

Recorren todo el C.C Arenales.
Conversan.
Juegan.
Ingresan a tiendas de figuras, ropa.
Ingresan a tiendas de cómics, algunos a mirar otros a comprar.

Actividad**Objetos****Ambiente****Mensajes****Servicios**

	F	M
Niño		
Joven		
Adulto		X
Anciano		X

Dinero
Mochila
CómicsSegundo
Piso
C.C ArenalesConversación
entre amigos
Regateo
Consulta por títulos
y preciosCompra y venta
de Cómics y figuras**Comentarios sobre la experiencia del usuario:**

- No suelen separarse de su grupo
- Se toman su tiempo para comprar, rodean toda las tiendas y dentro de las mismas tambien se quedan viendo
- Suelen tantear precios e incluso cambian sus opciones de que cosa iban a comprar en un inicio

Anexo 9: Registro fotográfico.

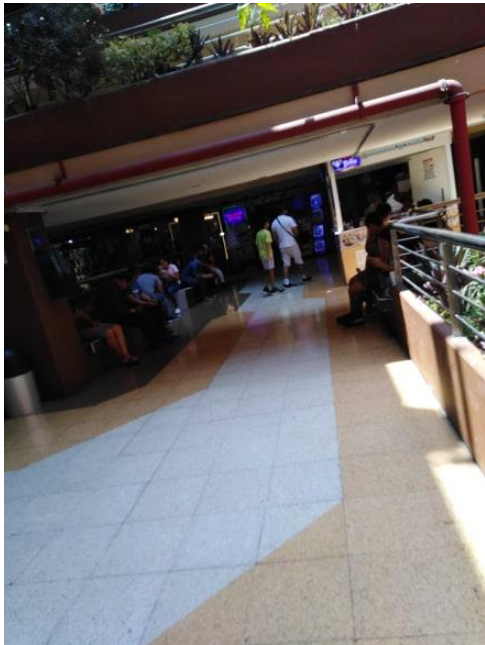


Figura 1: Segundo piso C.C. Arenales

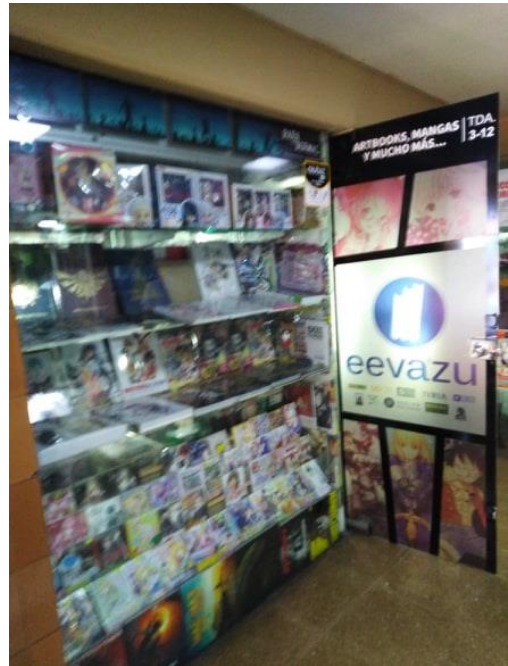


Figura 2: Tienda Eevazu Store

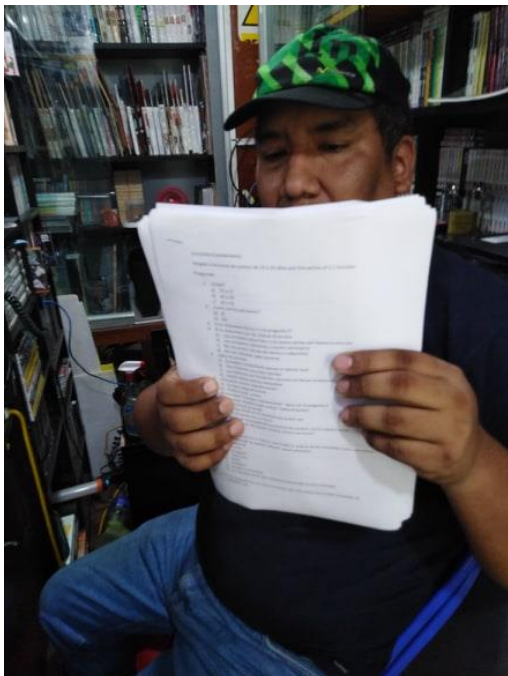


Figura 3: Entrega de cuestionarios al encargado de la tienda

Anexo 10: Matriz de consistencia.

Matriz de Consistencia para la Investigación Cualitativa

Título: El diseño de una app para promover la lectura de cómics peruanos resaltando su valor cultural en lectores jóvenes que frecuentan el C.C Arenales en el año 2019.

Problema general que atenderá la investigación	Objetivo general de la investigación	Supuesto General	Categorías de Investigación	Metodología
Se abordará el cómo el diseño de una app puede promover la lectura de cómics peruanos resaltando su valor cultural en lectores jóvenes que frecuentan el C.C Arenales en el año 2019. ¿Cómo una app puede impulsar la	Identificar como una app puede impulsar la lectura del cómic peruano en jóvenes limeños que frecuenten el C.C Arenales en Lince resaltando el valor cultural que poseen	Los lectores de comics que acuden al C.C. Arenales no leen comics peruanos debido a que no están enterados de los mismos debido a la poca difusión de los mismos	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de App <ul style="list-style-type: none"> ○ Plataforma ○ Diseño ○ UX/UI • Cómic <ul style="list-style-type: none"> ○ Editorial ○ E-Comic ○ Difusión • Valor cultural <ul style="list-style-type: none"> ○ Tradiciones ○ Identidad 	Tipo de Investigación: Básica (X) Aplicada () Métodos y Técnicas: Enfoque cualitativo ○ Exploratorio/Observación ○ Entrevistas a profundidad - guía de entrevista semi estructurada Enfoque cuantitativo
peruano en jóvenes limeños que frecuenten el C C Arenales en lince resaltando el valor cultural que poseen?				○ Encuesta/Cuestionario Instrumentos de Investigación: a. Entrevistas semi estructurada enfocada en autores de Cómics b. Entrevistas semi estructurada enfocada en lectores de Comics c. Entrevistas semi estructurada enfocada en un experto de UX/UI d. Cuestionarios/Encuestas enfocadas en lectores de Comics
Problemas específicos que atenderá la investigación	Objetivos específicos de la investigación	Supuestos específicos		
a. ¿Cómo una APP Promueve la lectura del cómic peruano en el C C Arenales? b. ¿De qué manera una app puede resaltar el valor cultural que	a. Identificar de qué manera una APP promueve la lectura del cómic peruano en el C.C Arenales b. Identificar el cómo una app puede ayudar a resaltar el valor cultural que	a. El diseño de una app es necesario para promover la lectura del cómic peruano en el C.C. Arenales b. El diseño de una app ayudará a resaltar el valor		
c. ¿Como una app facilita la exposición de comics peruanos? d. ¿De qué manera una app influye en la difusión de comics peruanos?	peruano. c. Identificar el cómo una app facilita la visibilidad de los comics peruanos d. Hallar de qué manera una app puede influir en la decisión de lectura e. Demostrar el cómo una app influye en la difusión de un cómic	los comics peruanos de una manera interactiva. c. El diseño de una app facilita la visibilidad de comics peruanos. d. El diseño de una app influirá de manera positiva en la decisión de lectura. e. El diseño de una app influirá en la difusión de comics peruanos.		

Anexo 11: Matriz del instrumento Lectores.

Matriz de validación de instrumento											
Línea de Investigación: Diseño de aplicaciones móviles											
"El diseño de una app para promover la lectura de cómics peruanos resaltando su valor cultural en lectores jóvenes que frecuentan el C.C Arenales en el año 2019."											
Categorías	Sub categorías	Indicadores	Preguntas	Criterios de evaluación						Observaciones	
				Relación entre la variable y el indicador		Relación entre el indicador y la dimensión		Relación entre el indicador y la pregunta			
				Sí	No	Sí	No	Sí	No		
Diseño de APP	Plataforma	Reconoce el uso de una o más plataformas	¿Conoce de la existencia de plataformas digitales para leer cómics? ¿Cuales? ¿Suele leer cómics mediante plataformas digitales ya sea apps móviles o web? ¿Por qué?								
		Identifica la importancia de su uso	¿Usted considera que es importante que un cómic tenga cierto nivel de presencia digital? ¿Por qué? ¿Cuenta con las herramientas para poder utilizar los medios digitales para leer cómics?								
		Reconoce el diseño de una app como algo de suma importancia	¿El diseño de una app ya sea por colores o formas, influye en si usted prefiere una app a otra? ¿Si una app le obliga a realizar varios pasos para llegar al punto de empezar a leer el cómic en cuestión? ¿dejaría de usarla? ¿Por qué?								
	Diseño	Conoce que es adaptable	¿Si una app no le agrada por su diseño, usted volvería a utilizarla si se realizan cambios en base al feedback del usuario? ¿Por qué? ¿Si una app le agrada más en su versión web que en celular, influiría en su continúa usándola o no? ¿Por qué? asumiendo que la recurrencia de uso de la app es en su día a día por ende en celular								
		UX/UI	Explora necesidades dentro de apps de uso cotidiano	¿Qué apps utiliza en su día a día y por qué? ¿De las apps que suele usar en su día a día, reconoce algo que tengan en común?							
	Cómics	Editorial	Identifica la experiencia como un factor determinante para el uso	¿Si una app que necesita usar le parece tediosa por su diseño o porque requiere muchos pasos para algo la seguiría usando? o ¿Buscaría otra opción parecida, aunque este menos completa? ¿Considera que los primeros días de uso de una app son vitales para fidelizar al usuario?							
			Reconoce el valor del cómic impreso	¿Considera que el cómic impreso está perdiendo valor por la era digital? ¿Por qué? A su opinión. ¿Prefiere un cómic impreso o uno digital? ¿Por qué?							
			Conoce el concepto de coleccionismo	¿Considera que el concepto de coleccionismo se está perdiendo con los años? ¿Por qué? ¿Considera al coleccionismo como un factor importante para que el cómic impreso aun este vigente? ¿Por qué?							
		E-Cómic	Lo considera una forma eficiente de distribución	En su día a día. ¿lee más cómics utilizando medios digitales o físicos? ¿Qué plataformas para leer e- cómics conoce?							
Reconoce el impacto del E-Cómic en el mercado			Que opina con respecto a todo el tema de E-Comic ¿Considera que el E-Cómic ha resultado a favor o en contra del comic impreso? ¿Por qué?								
Difusión		Conoce los canales de venta	¿Qué canales de venta de Cómics conoce? ¿Cuál canal de venta considera más efectivo? ¿Por qué?								
	Argumenta sobre la red de distribución	Para comprar cómics, utiliza librerías, tiendas online, tiendas especializas, ¿otros? ¿Por qué? ¿Considera eficiente la manera en que se distribuyen los cómics a nivel nacional? está enterado de las novedades y donde encontrarlas?									
Valor cultural	Tradiciones	La influencia de las tradiciones	¿Usted leería cómics con influencia en leyendas o tradiciones peruanas? ¿o necesitaría que tengan un estilo particular para que le atraiga?								
		El impacto de las costumbres en la sociedad	¿Considera que el contexto cultural local o mundial influye en que tipos de cómics se leen?								
	Identidad	Explora el sentimiento de pertenencia	¿lee comics peruanos? si / no ¿Por qué? ¿Considera que el sentido de pertenencia de una persona a un lugar ya sea su país, pueblo o lugar donde radica, influye en sus gustos con respecto a que cómic leer?								
		Define la diferenciación con otras culturas	¿Alguna vez le intereso algún cómic peruano debido a su trasfondo cultural? ¿Le han interesado cómics extranjeros por su trasfondo cultural?								

Anexo 12: Matriz del instrumento expertos en cómics

Matriz de validación de instrumento											
Línea de Investigación: Diseño de aplicaciones móviles											
"El diseño de una app para promover la lectura de cómics peruanos resaltando su valor cultural en lectores jóvenes que frecuentan el C.C Arenales en el año 2019."											
Categorías	Sub categorías	Indicadores	Preguntas	Criterios de evaluación						Observaciones	
				Relación entre la variable y el indicador		Relación entre el indicador y la dimensión		Relación entre el indicador y la pregunta			
				Sí	No	Sí	No	Sí	No		
Diseño de APP	Plataforma	Reconoce el uso de una o más plataformas	¿Conoce de la existencia de plataformas digitales para leer cómics? ¿Cuáles? ¿Alguna vez considero la idea de utilizar alguna para sus propias obras?								
		Identifica la importancia de su uso	¿Usted considera que es importante que su cómic tenga cierto nivel de presencia digital? ¿Por qué? ¿Usted ha querido tener mas presencia digital pero no ha tenido las herramientas para lograrlo?								
		Reconoce el diseño de una app como algo de suma importancia	¿Cree usted que el diseño ya sea por formas o colores, influye en si alguien prefiere una app a otra? ¿El diseño de una app ya sea por colores, forma o interfaz, influiría en la decisión de si usted aloja su obra ahí?								
	Diseño	Conoce que es adaptable	¿Usted considera que una app debe adaptarse a los cómics para ser leídos de forma digital o viceversa? ¿A opinión personal usted preferiría para su obra una app móvil que tenga una versión web o le basta solo con la primera?								
		UX/UI	Explora necesidades dentro de apps de uso cotidiano	¿Qué apps utiliza en su día a día y porque? ¿De las apps que suele usar en su día a día, reconoce algo que tengan en común?							
			Identifica la experiencia como un factor determinante para el uso	¿Usted considera más versátil a una app al momento de interactuar con el lector? ¿Por qué? ¿Considera un factor determinante la experiencia de utilizar una app para leer en todos lados? ¿Por qué?							
	Cómics	Editorial	Reconoce el valor del cómic impreso	Según su experiencia, ¿Considera que el cómic impreso está perdiendo valor por la era digital? ¿Por qué? ¿Qué opina con respecto al apoyo a las editoriales que aún creen en el cómic impreso? ¿Por qué?							
			Conoce el concepto de coleccionismo	Según su experiencia, ¿Considera que el concepto de coleccionismo se está perdiendo con los años? ¿Por qué? ¿Considera al coleccionismo como un factor importante para que el cómic impreso aun este vigente? ¿Por qué?							
			Lo considera una forma eficiente de distribución	¿Ha considerado trabajar en base a la modalidad de E-Cómic en vez de ir por el camino del comic impreso? ¿Por qué? Según su experiencia, ¿qué puede motivar a un lector a decantarse por usar una app en vez de leer en físico? ¿Por qué?							
		E-Cómic	Reconoce el impacto del E-Cómic en el mercado	¿Reconoce lo que es un E-Comic? y que opina al respecto Según su experiencia ¿Considera que el E-Cómic ha resultado a favor o en contra del cómic impreso? ¿Por qué?							
			Difusión	Conoce los canales de venta	¿Qué canales de venta de Cómics conoce? Según su experiencia, ¿Cual canal de venta considera más efectivo?						
				Argumenta sobre la red de distribución	Según su experiencia, ¿Considera que la red de distribución de cómics a nivel local y nacional está funcionando o considera que no se llega a todo el público por una ineficiente red de distribución? ¿Por qué?						
Valor cultural		Tradiciones	La influencia de las tradiciones	¿qué opina que le falta para ser eficiente o para que mejore?. ¿Mas apoyo a las tiendas independientes? ¿Por qué? ¿Considera que las tradiciones de diversas culturas, influyen en cuan popular se vuelve un cómic? ¿Por qué?							
			El impacto de las costumbres en la sociedad	Según su experiencia, ¿Considera que el contexto cultural local o mundial influye en que tipos de cómics se leen? ¿Por qué?							
		Identidad	Explora el sentimiento de pertenencia	¿Considera que el sentido de pertenencia de una persona a un lugar ya sea su país, pueblo o lugar donde radica, influye al momento que crea un cómic? ¿Por qué? En su opinión, ¿Considera que el de donde provenga un autor influirá en su manera de escribir y dibujar? ¿Por qué?							
			Define la diferenciación con otras culturas	¿Considera que el comic funge como herramienta para resaltar el valor cultural de un lugar? ¿Por qué? Según su experiencia: ¿El cómic tiene el valor diferencial de que puede ser usado no solo como entretenimiento sino también para enseñar? ¿Por qué?							

Anexo 13: Matriz del instrumento experto UX/UI

Matriz de validación de instrumento										
Línea de Investigación: Diseño de aplicaciones móviles										
"El diseño de una app para promover la lectura de cómics peruanos resaltando su valor cultural en lectores jóvenes que frecuentan el C.C Arenales en el año 2019."										
Categorías	Sub categorías	Indicadores	Preguntas	Criterios de evaluación						Observaciones
				Relación entre la variable y el indicador		Relación entre el indicador y la dimensión		Relación entre el indicador y la pregunta		
				Sí	No	Sí	No	Sí	No	
Diseño de APP	Plataforma	Reconoce el uso de una o más plataformas	¿Conoce de la existencia de plataformas digitales para leer cómics? ¿Cuales?							
			¿Cuáles podrían ser las ventajas y desventajas de leer utilizando alguna plataforma digital? ¿Por qué?							
		Identifica la importancia de su uso	¿Considera importante la masificación de los cómics utilizando medios digitales? ¿Por qué?							
			En términos de importancia para su conservación, ¿Considera que era un paso necesario que el cómic al igual que otros tipos de libros, se adapten a la era digital? ¿Por qué?							
	Diseño	Reconoce el diseño de una app como algo de suma importancia	¿El diseño de una app ya sea por colores o formas, influye en si el usuario prefiere una app a otra? ¿Por qué?							
			Según su experiencia, ¿una app con muchos pasos puede llegar a aburrir al usuario y no vuelva a utilizar la app? ¿Por qué?							
		Conoce que es adaptable	¿Una app se puede adaptar indefinidamente a lo que el usuario necesite? ¿Por qué?							
	UX/UI	Explora necesidades dentro de apps de uso cotidiano	¿Qué apps utiliza en su día a día y por qué?							
			¿De las apps que suele usar en su día a día, reconoce algo que tengan en común?							
		Identifica la experiencia como un factor determinante para el uso	¿Si una app que el usuario necesita usar le parece tediosa por su diseño o porque requiere muchos pasos para algo? el usuario buscaría otra opción parecida, aunque le brinde menos beneficios? ¿Por qué?							
			¿La primera semana de uso de una app es clave para que el usuario decida si la utilizara por mucho más tiempo? ¿Por qué?							
Cómics	Editorial	Reconoce el valor del cómic impreso	¿Considera que el cómic impreso puede estar perdiendo valor por la era digital? ¿Por qué?							
			¿Considera que la era digital ha perjudicado al formato impreso? ¿O lo ha favorecido de alguna manera? ¿Por qué?							
		Conoce el concepto de coleccionismo	¿Considera que el concepto de coleccionismo se está perdiendo con los años? ¿Por qué?							
			¿Considera al coleccionismo como un factor importante para que el cómic impreso aun este vigente? ¿Por qué?							
	E-Cómic	Lo considera una forma eficiente de distribución	Según su experiencia, ¿La distribución mediante plataformas online, es algo favorable? ¿Por qué?							
			¿La considera eficiente? ¿Por qué?							
		Reconoce el impacto del E-Cómic en el mercado	Que opina con respecto a todo el tema de E-Comic ¿Por qué?							
	Difusión	Conoce los canales de venta	Según su experiencia, ¿Qué ventajas tiene la distribución por plataformas digitales a comparación de la distribución por medios mas tradicionales?(librerías, tiendas)							
			Según su experiencia, ¿Consideraría un error que un cómic impreso deje ese formato para enfocarse enteramente en lo digital?							
		Argumenta sobre la red de distribución	¿Considera que la distribución digital y la tradicional se ayudan mutuamente?							
			¿Considera eficiente la manera en que se distribuyen los cómics a nivel nacional?							
Valor cultural	Tradiciones	La influencia de las tradiciones	¿Usted leería cómics con influencia en leyendas o tradiciones peruanas? ya sea por gusto propio o curiosidad							
		El impacto de las costumbres en la sociedad	¿Considera que el contexto cultural local o mundial influye en que tipos de cómics se leen?							
	Identidad	Explora el sentimiento de pertenencia	Dependiendo del lugar de donde provenga el lector, ¿su experiencia con una app puede verse influenciada por eso?							
			¿Considera que el sentido de pertenencia de una persona a un lugar ya sea su país, pueblo o lugar donde radica, influye en sus gustos con respecto a que cómic leer?							
		Define la diferenciación con otras culturas	¿El factor cultura puede ser utilizado para que la app tenga un estilo visual único? ¿O no sería recomendable centrarlo en algo tan específico?							
		Una app independientemente del publico al que vaya, ¿debería tener un diseño e interfaz con la cual, cualquiera pueda sentirse cómodo?								