

# Materia: Edición Electrónica y Multimedia

Departamento:

Edición

Profesor:

Piccolini, Patricia

## 1er. Cuatrimestre - 2016

Programa correspondiente a la carrera de Edición de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires

Programas



**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES**  
**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS**

DEPARTAMENTO: **EDICIÓN**

MATERIA: **Edición Electrónica y Multimedialización de Bibliotecas**

PROFESORA: **PATRICIA PICCOLINI**

CUATRIMESTRE: **primero**

AÑO: **2016**

PROGRAMA N°: **0921**

Aprobado por Resolución N° 1555/16

**MARTA DE PALMA**  
Directora de Despacho y Archivo General

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS

DEPARTAMENTO DE **EDICIÓN**

MATERIA **EDICIÓN ELECTRÓNICA Y MULTIMEDIA** U.B.A. Fac. F. y L. Dirección de Bibliotecas

PROFESORA: **PATRICIA PICCOLINI**

**1° CUATRIMESTRE DE 2016**

PROGRAMA N° 0921



**Carrera:** Edición

**Cátedra:** Edición Electrónica y Multimedia

**Titular a cargo:** Patricia Piccolini

**Programa de la materia 2016**

## **INTRODUCCIÓN A LA CÁTEDRA**

En 1997 fuimos convocados por la Carrera de Edición para tomar a nuestro cargo la cátedra de Edición Electrónica y Multimedia fundamentalmente por los antecedentes de docencia e investigación en el área de tecnología y educación, tanto en grado como en postgrado. Para la generación de nuestra propuesta docente nos guiaron los dos ejes que confluyen en la Carrera de Edición: un perfil profesionalista del egresado y, no menos importante, una inscripción en una Facultad humanística con centenaria trayectoria. Esta situación se plasmó en una estrategia de Cátedra donde los aspectos instrumentales de los contenidos mínimos del programa no se disocian de los aspectos más universalistas del conocimiento, en una apuesta a formar profesionales que no queden atrapados en la mera capacitación sino que puedan inscribir esos saberes en las problemáticas más actuales de la relación de las tecnologías de la información y la comunicación en su rol de transformación de las prácticas sociales. Esta situación se materializó también en las áreas de investigación y desarrollo, en la de producción de textos y presentación en congresos tanto nacionales como internacionales, como así también en asesoramientos y tareas de transferencia al ámbito de lo público.

## **II. OBJETIVOS GENERALES**

Que el alumno:

- adquiera fundamentos teóricos y conocimientos prácticos que le permitan discernir sobre la pertinencia de los desarrollos en el campo de la edición electrónica;
- utilice herramientas informáticas para la construcción de hipertextos e hipermedias en entornos cerrados, entornos abiertos (Internet e Intranet) y entornos mixtos;
- conozca los desafíos de la comunicación en línea para curar contenidos en entornos sociales virtuales
- produzca criterios de investigación y análisis de las posibilidades de la edición electrónica.

Estos objetivos se implementarán en base a dos ejes:

### **a) Eje teórico-conceptual**

Los temas vinculados a este eje pretenden transmitir un marco teórico que permita a los alumnos adoptar una metodología y, consecuentemente, su terminología respecto a los productos digitales. A su vez, profundiza en los procesos de toma de decisión que implica el campo de lo digital y su relación con el mundo editorial.

### **b) Eje práctico y de autoría**

En esta instancia se trabajará con información y contenidos propios del área de incumbencia de cada producto digital, de modo que en forma operativa se atraviesen sistemáticamente las etapas de un proyecto de edición electrónica y se desarrolle el guión de un producto para luego profundizar en las estrategias de seguimiento de un proyecto. Asimismo, se buscará que los alumnos reconozcan la interdependencia de roles y actividades dentro de este tipo de tarea, que reúne diversos perfiles profesionales.

### III. PROGRAMA

#### Módulo 1

#### De la galaxia de Gutenberg a las narrativas transmedias

##### a) Surgimiento de la edición electrónica

Antecedentes históricos. El campo de la edición digital y sus problemáticas: cambio de soporte, cambios en el modo de representación de la información, cambios en los procesos de lectura y escritura, cambios en el modo de producción y edición, cambios en el modo de distribución. Nuevos lectores y subjetividad. Deconstrucción e hipertexto. Perspectiva histórica y psicosocial de los conceptos de *autor* y *lector*. Diferentes tipos de narrativas hipermediales. De la lectura en papel al escaneo de la pantalla.

##### b) El E-book como soporte y como contenido

Formas de producción y distribución. El libro electrónico y su futuro (e-book y e-text, PDF, iPub). La batalla por el e-book. Los dispositivos. Desarrollo de contenidos para cada tipo de dispositivo: e-readers, tablets, celulares, E-readers vs tablets. Software de diseño. Conversión de formatos. Sistemas propietarios y sistemas abiertos. Las estrategias de Amazon y Google. Los casos de Estados Unidos y España. Situación y perspectivas del e-book en Argentina. ¿Cómo los grupos editores apuestan al e-Book? El PVP del e-book. El editor como motor cultural en la construcción de lectores. El paratexto digital.

##### c) Narrativas transmedia (*transmedia storytelling*).

Continuidad y discontinuidades entre libros, salas de cine, TV, Internet/web, videojuegos, móviles y eventos reales. Las lógicas 360°. Cruce de plataformas y desafíos al rol del editor. *Content curator*, *product manager*, *community manager* y otros nuevos perfiles de profesionales relacionados con la edición electrónica.

#### Bibliografía básica

- Benhamou, F. (2014) *El libro en la era digital. Papel, pantallas y otras derivas*. Paidós, Buenos Aires.
- Fernández Zalazar, D. (2012) "Video-juegos" en *Leer, escribir y compartir. Más allá de*

*los temores de la industrias culturales*. Biblos: Buenos Aires.

- Galia, N. (2012) "La apertura de la industria editorial al universo digital" en *Leer, escribir y compartir. Más allá de los temores de la industrias culturales*. Biblos: Buenos Aires.
- Gil, M y Rodríguez, J. (2011) *El paradigma digital y sostenible del libro*. Trama Editorial, Madrid.
- Landow, G. (1995). Capítulos I y II de *Hipertexto*. Paidós: Buenos Aires.
- Lebert, M. (2009). *Una corta historia del ebook*. NEF, Universidad de Toronto, 2009. Traducido por Anna Álvarez y revisado por Marie Lebert. Disponible en el campus.
- Neri, C. (2002) Prólogo y Capítulo 1 en *Bytes y papel*. Editando Lo Digital: Buenos Aires. Disponible en el campus.
- Neri, C. (2012). Prólogo y "Leer con los dedos" en *Leer, escribir y compartir. Más allá de los temores de la industrias culturales*. Biblos: Buenos Aires.
- Neri, C. y Fernández Zalazar, D. (2006). "La lectura en tiempos de Internet" en *No todo es click*. Libros y Bytes: Buenos Aires.
- Pellegrino, M. (2012). "El ejercicio en tiempo presente. Lectorcentrismo y autorcentrismo" en *Leer, escribir y compartir. Más allá de los temores de la industrias culturales*. Biblos: Buenos Aires.
- Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

## Módulo 2

### De la arquitectura de la información a la usabilidad

#### a) *Arquitectura de la información en entornos digitales.*

La arquitectura de la información como campo del editor. Ejemplificación sobre uso de nodos y enlaces en aplicaciones multimediales. Hipertextualidad e hipermedia en entornos cerrados, abiertos y mixtos. Programación y planificación. Integración de disciplinas. Modelo de Garret: Los dos planos. Modelo hipertextual y modelo de interfaz (orientación a la información vs. orientación a la tarea). Modelo de Aarhus. Metáfora del iceberg. Modelo de tríada fractal propuesto por la Cátedra. Diseño de sistemas de navegación. Diseño centrado en el usuario. Técnica de *card sorting* para el rotulado y organización de la información. Análisis de zonas de pantalla y estrategias de navegación.

#### b) *Usabilidad, accesibilidad y experiencia del usuario.*

Elementos para un análisis desde la perspectiva psicológica del usuario. Introducción al campo de la interacción computadora/humano (*human computer*). La noción de *usabilidad* como criterio editorial. Formas de la usabilidad: accesibilidad y visitabilidad. Los cinco principios de Nielsen para la usabilidad: facilidad de aprendizaje, facilidad de uso, memorabilidad, errores del usuario y agradabilidad. Normas internacionales. Normas ISO sobre diseño de sitios. El papel de la WC3 en la normalización de la web. Criterios de accesibilidad a los sitios web. La idea de diseño universal. Pautas Wai. Grupos

de población que afectan la aplicación de cada pauta. Modos de revisión de la accesibilidad de un sitio web. Criterios automáticos y límites del software de análisis de usabilidad. Experiencia del usuario y usabilidad. Modos preventivos y reparativos. Test de usabilidad. Alcances y límites. Operacionalización. Desarrollo de Plantillas con criterios de usabilidad.

### **Bibliografía básica**

- ▣ Fernández Zalazar, D. y Neri, C. (2008). "La web semántica. Estructura y modelos de representación del conocimiento. Clasificaciones: Taxonomías y folksonomías", "Los problemas de accesibilidad y usabilidad general de la web" y "Web semántica como forma dinámica de un mejor acceso para todos" en *Telarañas de conocimiento*. Libros y bytes: Buenos Aires.
- ▣ Neri, C. (2007). "Editando la interacción. Lectoescritura y participación a la luz de la Web 2.0" en *Revista espacios*. Facultad de Filosofía y Letras: Buenos Aires.
- ▣ Neri, C. (2005). "El concepto de usabilidad y sus avatares" en *No todo es click*. Libros y Bytes: Buenos Aires.
- ▣ Neri, C., Fernández Zalazar, D. y Karpicius, A. (2012) "Estudios de la usabilidad. Consideraciones sobre sitios para niños" en *Leer, escribir y compartir. Más allá de los temores de la industrias culturales*. Biblos: Buenos Aires.
- ▣ Ronselend y Morville (2000). Capítulos 1, 2 y 3 en *Arquitectura de la información*. Macgraw Hill: México.

## **Módulo 3**

### **El universo Internet: de lo estático a los flujos de información**

#### **a) De la Web 1 a la Web 2**

La lógica de la web. Cambios en el código hacia un concepto de diseño universal. El software de gestión de contenidos (CMS). Separación de formas y contenidos. Web semántica. Estrategia colaborativa y participación. Usuario prosumidor. La edición para teléfonos celulares. Convergencia de medios. Comunicaciones públicas y privadas. Análisis del impacto comunicacional. Rutinas de producción de contenidos web ¿Cómo se produce y reproduce el periodismo digital? Diarios electrónicos vs versiones digitales de los diarios de papel. El periodismo de autor, el blog periodístico y el periodismo ciudadano. El papel del editor en los nuevos entornos.

#### **b) Tecnología y promoción de productos culturales: estrategias de construcción de audiencias sustentables en redes sociales**

a) Estructura de las redes sociales. Entornos abiertos y cerrados. Medios lineales y no lineales. Microblogging. Los casos Facebook, YouTube y Twitter como paradigmáticos. Uso de otras redes como Vine, Instagram, Periscope, Pinterest en la promoción y producción de productos culturales y de entretenimiento. Escenario estadístico de consumo global, panregional y local.

b) Edición de flujos de información en el pasaje a la Web 3.0. Viralidad y edición/curación de contenidos. Diferencia entre trabajo orgánico y pago. Social talenting.



- c) Estrategias cruzadas entre la pantalla televisiva y la pantalla computacional. Indicadores de audiencia: reach/amplificación, engagement, impresiones, social buzz. ¿Existe el Social TV Rating? ¿Qué sucede con los lanzamientos mundiales cinematográficos? ¿Cuál es el cambio de consumo, producción y distribución en la industria editorial? ¿Cómo se construye un acontecimiento cultural en la nube?
- d) El escenario móvil y acercamiento a la generación campañas pagas en Internet relacionadas con redes sociales y conversación. Own Media, Paid Media, Gain Media

#### **Bibliografía básica:**

- ▣ Battelle, J. (2005). Capítulo 1 en *La base de datos de las intenciones. Buscar.* Tendencias: Madrid.
- ▣ Cobo, C.; Pardo, H. (2006). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food.* UVIC-Flacso México: México.
- ▣ De Ugarte, D. (2006) *El poder de las redes. Manual digital.* Editorial De las indias. Disponible en el campus.
- ▣ De Ugarte, D. *Breve historia del análisis de redes sociales. Manual digital.* Editorial De las Indias. Disponible en el campus.
- ▣ Fernández Zalazar, D. y Neri, C. (2008) "Análisis de los recursos y aplicaciones didácticas de la Web 2.0. Textos, redes y videos", "De la primera vida a la segunda vida. ¿Una perspectiva a futuro?" en *Telarañas del conocimiento.* Libros y Bytes: Buenos Aires.
- ▣ Jenkins, H. (2009). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración.* Paidós: España.
- ▣ Jenkins, H. (2006). Capítulos 1 y 2 en *Fans, Bloggers and Gamers.* University Press: New York.
- ▣ Neri, C. y Pellegrino, M. (2006). "Internet y la construcción del nuevo rol del periodista" en *No todo es click.* Libros y Bytes: Buenos Aires.
- ▣ Neri, C. (2009). "Aprender en la red: construyendo redes de aprendizaje, redes de sentido". *Memorias I Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVI Jornadas de Investigación Quinto Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. 1, Vol 1.* Facultad de Psicología: CABA pp. 565-567.
- ▣ Neri, C. (2001). "Singularidad en la red /Escenas del Chat" en *Bytes y papel.* Editando lo digital: Buenos Aires.
- ▣ Neri, C. (2001). "El museo del Prado: una visita virtual" en *Bytes y papel.* Buenos Aires. Editando lo digital: Buenos Aires.
- ▣ Pardo Kuklinski, H. (2010). *Geekonomía. Un radar para producir en el postdigitalismo.* Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona: Barcelona.
- ▣ Rheingold, H. (2004). Prólogo y Capítulos 1 y 2. en *Multitudes inteligentes.* Gedisa: Barcelona.
- ▣ Watts, D. (2008). *Mundos Pequeños. Seis grados de separación.* Paidós: España.

#### **Módulo 4**

**El desarrollo de un proyecto de edición digital.**  
**(módulo transversal a todos los temas)**



El proyecto de edición. Etapas. Pre-producción, producción y post producción  
Características. Pasos para la elaboración de un proyecto. El guión  
hipermedial. Metodologías de desarrollo. Diseño centrado en el usuario.  
Modelo de entrevista abierta y semiabierta para recolección de información con  
el cliente. Utilización de técnica de *Focus Group* para determinar necesidades  
de los usuarios. Metodologías persona y escenario. Formas del prototipado.  
Análisis heurístico de la idea al *Story-Board*. Mapa de navegación. Diferencias  
y semejanzas con los mapas conceptuales. Prototipado papel como fin de la  
pre-producción. Modelos cerrados, abiertos y mixtos.

#### **Bibliografía básica:**

- Caplan, G. (1999). Capítulo 3 en *Editar sin papel*. JVE: Buenos Aires.
- Fidanza, V. (2000) "Una apuesta con fundamento" en *Textos, tramas y dígitos*. CbC: Buenos Aires.
- Mouchon, E. *El concepto "persona" y el concepto "escenario"*. Disponible en: <http://ainda.info>
- Orihuela, J. y Santos, M. (1999). Capítulos 2,3 y 4 en *Introducción al diseño digital*. Anaya: Madrid.
- Orihuela, J. y Santos, M. (2005) *Guía para el diseño y evaluación de proyectos de comunicación digital*. 2005. Disponible en: <http://www.unav.es/digilab/guia/intro.htm>
- *Infodesign, What is a escenary?* Traducción de la cátedra. Original disponible en: <http://www.infodesign.com.au/ftp/Scenarios.pdf>

#### **IV. METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA**

Clases teóricas y prácticas. Uso del laboratorio. Investigaciones de campo.  
Desarrollo de proyectos de productos. Análisis de casos.  
En el transcurso del cuatrimestre, las clases teóricas plantearán la problemática  
del campo y desarrollarán demostraciones de los temas expuestos.  
En el espacio de los trabajos prácticos se desarrollará una actividad  
consistente en la simulación de la producción de productos digitales. En esta  
simulación se pondrán en juego los conocimientos pertinentes, así como se  
dedicará un espacio importante a la investigación y el relevamiento de las  
posibilidades del medio. La situación de desarrollo buscará simular las  
problemáticas reales que se generan en el hacer digital, desde el bosquejo al  
prototipo final.

#### **IV. CRITERIOS Y FORMAS DE EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN**

La evaluación se realizará a partir de la entrega de un examen parcial, un trabajo  
práctico de investigación final y una serie de trabajos prácticos referidos a cada una de  
las partes en que se divide el programa.

La primera de las evaluaciones consistirá en un trabajo monográfico basado en un  
recorrido conceptual que abordará las problemáticas reflexionadas a lo largo de la  
materia. Se trata de un examen de carácter domiciliario e individual basado en análisis  
de casos de sitios web.

La segunda evaluación consistirá en un trabajo práctico final de investigación y

desarrollo, de carácter grupal orientado, a la generación de un proyecto de edición. Esta tarea se desarrollará a lo largo del cuatrimestre en el marco de las clases prácticas y requiere una presentación formal.

El promedio de notas de los trabajos prácticos referidos a cada una de las partes del programa arroja la tercera nota en consideración.

El promedio de las tres instancias de evaluación deber ser de cuatro o más puntos para que el alumno consiga la regularidad de la materia.

El régimen de aprobación incluye la opción de promoción directa sin examen final. De acuerdo con la normativa vigente, serán promocionados sin examen final los alumnos que hayan asistido al 80 % (ochenta por ciento) de las clases dictadas y cuya calificación final alcance, en promedio, 7 (siete) o más puntos.

No aprobará el curso de promoción directa el alumno que resulte aplazado en alguna de las pruebas escritas, en algunas de las evaluaciones y/o coloquios o en los trabajos prácticos, monografías, informes, etc. que fije la cátedra y que no cumpla con el requisito de asistencia.

Los alumnos que promedien entre 7 y 4, habrán conseguido su regularidad y deberán rendir examen final.

#### **Composición de la Cátedra:**

Profesor a cargo: Patricia Piccolini

Jefa de Trabajos Prácticos: Ed. Mariana Pellegrino.

Ayudantes de trabajos prácticos: Ed. Nora Galia (ayudante de 1ra), Ed. Victoria Melieni (ayudante de 1ra), María Eugenia Orzanco (ayudante de 2da) y Pablo Quaini (ayudante de 2da).

#### **Áreas virtuales de contacto:**

- Campus virtual de la Cátedra: [campus.filo.uba.ar](http://campus.filo.uba.ar)
- Blog: <http://enmoebius.com.ar>
- Twitter: <https://twitter.com/catedraeeym> / @catedraeeym
- Fanpage: <https://www.facebook.com/CatedraEdicionElectronicaYMultimedia>
- Correo: [catedraeeym@gmail.com](mailto:catedraeeym@gmail.com)

#### **Bibliografía complementaria:**

- Augé, Marc. Los "no lugares". Espacios del anonimato. Ed. Gedisa. 1992.
- Barrett, E. / Redmond, M. Medios contextuales en la práctica cultural. Ed. Paidós. 1997.
- Barthes, R, S / Z. Introducción y cap I Siglo XXI. México.1990.

- Berners-Lee, T. Tejiendo la red. Introducción y Cap. 1. Ed. Siglo XXI. Madrid. 2000.
- Boersner, J. y Neri, C. La lectura entre dos blog en diálogo. Revista Tramas y Texturas. España. 2008.
- Bourdie, P. Sobre la televisión. Ed. Anagrama. 1997.
- Caplan, G.. Editar sin papel. Ed. JVE. 1999.
- Castells, M. La era de la información. Vol 1 Introducción. Cap 5. Madrid. Ed. Alianza. 1998.
- Castells, M. La era de la Información. Vol. 1. La sociedad red. Madrid. Ed. Alianza. 1998.
- Davis, J. y Merritt, S. Diseño de páginas Web. Cap 1 y cap 2. Ed. Anaya. 1999.
- Eco, H. Epilogo. Nunberg, Goffrey. El futuro del libro. Buenos Aires. Ed. Paidos. 1998.
- Fidanza, V. Bienvenido E-book. En No todo es Click. Ed. LyB. Bs As. 2005. Artículo disponible en plataforma.
- Finquelievich, S. y Schiavo, E. compiladoras (1998): La ciudad y sus TICs, Universidad Nacional de Quilmes, Quilmes, Buenos Aires.
- Finquelievich, S., Karol, J. y Vidal, A. Nuevas tecnologías en la ciudad. Información y comunicación en la cotidianeidad, Centro Editor de América Latina, Buenos Aires. 1992.
- Graham, S. y Marvin, S. Telecommunications and the City. Electronic spaces, urban places, Routledge, New York. 1996.
- Gubern, R. De la computadora al libro electrónico Cap. 5 de Metamorfosis de la lectura. Barcelona. Anagrama. 2010.
- Gubern, R. Del visonte a la realidad virtual. Ed. Anagrama. 1996.
- Heck, R., Owen, A., Rowe, B. Eds. Home-Based Employment and Family Life, Auburn House, Westport, CT. 1995.
- Hesse, C. Los libros en el tiempo. Nunberg, Geoffrey en El futuro del libro. Buenos Aires. Ed. Paidos. 1998.
- Jenkins, H. Adoración en el altar de la convergencia. Un nuevo paradigma para comprender el cambio mediático La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona, Paidós, 2008.
- La Ferla, J. La revolución del video. Ed. Eudeba. 1996.

- Landow, G. Hipertexto. Paidos. 1997.
- Literacy Conference at The University of London, 1-3 September 1994.
- Machado, A. El advenimiento de los medios digitales en El medio es el diseño. Ferla y Groisman. Buenos Aires. Ed. Eudeba.1998.
- Maig 98 Primer Congreso Internacional de Publicación Electrónica.
- Mc Luhan, M. La galaxia de Guttemberg. Ed. Paidos. 1994.
- Meyrowitz, J. No sense of place. Ed. Oxford University Press. 1985.
- Mitchell, J. Williams. City of bits. Ed. MIT Press. 1996.
- Murra, J. El futuro de la narrativa en el ciberespacio Hamlet en la holocubierta, Paidós, Barcelona, 1999.
- Nielsen, J. Homepage Usability: 50 Websites Deconstructed. Ed. New Riders Publishing. NY. 2001.
- Nunberg, G. El futuro del libro. Ed. Paidos. 1998.
- Papert, Seymour. La familia conectada. Ed. Emece. 1997.
- Prensa OM Latam. Informe Nuevas Profesiones.Nuevos desafíos del Mundo Digital. Red social de profesionales de marketing interactivo de América Latina. 2011. Disponible en campus virtual.
- Queau, F. Lo virtual.Virtudes y Vértigo. Ed.Paidos. España. 1995.
- Rosello, M.Los mapas del screener. El 'Wandersmänner' de Michel de Certeau y el detective hipertextual de Paul Auster, Teoría del hipertexto. Paidós, Barcelona, 1997.
- Sarlo, B. Escenas de la vida postmoderna en Buenos Aires. Ed. Ariel. 1994.
- Turkle, S. Vida en la pantalla. Paidos. 1998.
- Autores varios. Selección de trabajos sobre e-book Anales del XXVI Congreso Mundial de Editores. Buenos Aires. 2000.

**Bibliografía de referencia:**

- Caplan, G. Creación de sitios para personas con minusvalías Galería de diseño web. Ed. Inforbooks. ISBN: 84-95318-81. Madrid. 2002.
- Caplan, Graciela. Accesibilidad en la red. En No todo es Click. Ed Libros y Bytes. Buenos Aires. 2005.