

"2018 - Año del Centenario de la Reforma Universitaria"



UNR Universidad
Nacional de Rosario



FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA
Y RELACIONES INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO



Maestría en
**COMUNICACIÓN DIGITAL
INTERACTIVA**
Modalidad a Distancia

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales
Maestría en Comunicación Digital Interactiva
Modalidad a Distancia.

El libro electrónico expandido: una propuesta para una lectura digital potenciada.

Análisis y sistematización del proceso creativo de una plataforma de publicación de ebooks para la lectura transmedia.

Autora: Lic. Graciela Degraf

Directora: Mg. Sonia Benitez

Rosario, septiembre 2022

Secretaría de Investigación y Posgrado

Riobamba 250 Bis. Monoblock N° 1 - C.U.R. - 2000 EKF Rosario, Santa Fe.
Argentina

+54 341 480 8521/22. Fax +54 341 480 8520

<http://www.fcpolit.unr.edu.ar>

investigacionyposgrado@fcpolit.unr.edu.ar

Dirección Maestría en Comunicación Digital Interactiva

Córdoba 1814 - 2do. piso of. 124 - S2000AXD Rosario, Santa Fe. Argentina

+54 341 480 2620/22 int. 124

<http://www.unrinteractiva.com.ar/>

cdiunr@gmail.com

Resumen

El presente trabajo representa un estudio sobre el desarrollo de herramientas digitales que potencien o enriquezcan la experiencia de la lectura electrónica a través de un ebook denominado expandido. El mismo se funda en un contexto donde la accesibilidad a los contenidos es de fundamental importancia, como así también la interactividad generadora de experiencia, transformando la lectura y enriqueciendo el conocimiento.

Esta investigación cualitativa estudia, en primer lugar, las características de las publicaciones digitales y al ebook en particular como material de lectura. Al mismo tiempo analiza el proyecto de publicación de una plataforma de ebooks, incorporando otras textualidades que permite el formato digital. La plataforma propuesta tiene por objetivo reunir a autores argentino/as, con el fin de visibilizar su obra de manera federal.

Contribuyeron a este trabajo, la experiencia personal y de otros, junto al aporte de modelos estudiados a lo largo de la investigación, desarrollados por investigadores de diferentes líneas relacionadas tanto a la edición, diseño, generadores de contenidos, y aquellos que permite reconocer o motivar a la creación de un diseño mejorado o ampliado de la experiencia de lectura, y que recuperan los aportes del formato digital.

Como conclusión se presenta la maqueta de la plataforma guaybooks.com pensada para publicar y distribuir contenido de autores de diferentes lugares en principio de Argentina, para sumar en una segunda etapa otros países latinoamericanos de habla hispana. Cada obra contendrá aportes a la experiencia de lectura transmedia. Se presenta como propuesta de ebook expandido la creación de una plataforma propia, con la inclusión de diferentes textualidades a través de material audiovisual, audios, recorridos virtuales, y otras experiencias que compongan una narrativa transmedia de cada obra, y que aportarán al enriquecimiento de la lectura. Como así también otras formas comunicacionales que hagan que cada obra tome vida y sea parte de la experiencia de la audiencia.

Palabras claves: ebook, plataformas, experiencias de usuario, experiencia lectora, lectura digital, lectura transmedia, editorial, nuevos autores, textualidades, narrativa transmedia.

Abstract

This work represents a study on the development of digital tools that enhance or enrich the experience of electronic reading through an ebook called expanded. It is based on a context where accessibility to content is of fundamental importance, as well as experience-generating interactivity, transforming reading and enriching knowledge.

This research studies, first, the characteristics of digital publications and the ebook in particular as reading material. At the same time, it analyzes the publication project of an ebook platform, incorporating other textualities that the digital format allows. The proposed platform aims to bring together Argentine authors, in order to make their work visible in a federal way.

Personal and other experiences contributed to this work, together with the contribution of models studied throughout the investigation, developed by researchers from different lines related to editing, design, content generators, and those that allow recognizing or motivating to the creation of an improved or expanded design of the reading experience, recovering the contributions of the digital format.

As a conclusion, the model of the guaybooks.com platform is presented, designed to publish and distribute content by authors from different places, initially from Argentina, to add other Spanish-speaking Latin American countries in a second stage. Each work will contain contributions to the transmedia reading experience. The creation of its own platform is presented as an expanded ebook proposal, with the inclusion of different textualities through audiovisual material, audios, virtual tours, and other experiences that make up a transmedia narrative of each work, and that will contribute to the enrichment of the reading. As well as other communication forms that make each work come to life and be part of the audience's experience.

Keywords: ebook, platforms, user experiences, reading experience, digital reading, transmedia reading, editorial, new authors, textualities, transmedia narrative.

Agradecimientos

A Sonia por estar desde el saber y desde el afecto

A Chango por ser mi compañero de vida e ir a la par siempre

A Analía F. por su predisposición y acompañamiento, siempre e incondicional

A Mariano por su apoyo desde lo profesional y lo afectivo

A Cata por su Arte y por creer en el proyecto

A los autores por permitir transmitir su obra

A mis compañerxs de cohorte por el acompañamiento a la distancia y el compartir con generosidad

A cada uno de los docentes de esta maravillosa maestría que aportaron Todo y más

A la Universidad Nacional de Rosario por posibilitar tanta calidad académica y humana

A familiares y amigxs por estar siempre.

Índice

Resumen	1
Abstract	2
Agradecimientos	3
Índice.....	4
Índice de Gráficos	7
Introducción	9
Capítulo 1 Hablemos de libros. ¿ Qué es un libro?	16
1.1 Ciclo del libro	19
1.1.1 La decisión de publicar	20
1.1.2 Producción del libro (manufacturing)	21
1.1.3 La distribución	21
1.1.4 La recepción	21
1.1.5 La supervivencia	21
Capítulo 2 Acerca de eBook	26
2.1 Publicaciones digitales	28
2.2 Un camino recorrido en la línea de tiempo de ebooks	30

2.3 Nuevas lecturas	33
2.4 El eBook y la pedagogía	36
2.5 El eBook temerario	39
Capítulo 3 Las Narrativas Transmedia son lectoras.....	44
3. 1 ¿Qué es una narrativa transmedia?.....	46
3.1.1 Convergencia.....	50
3.1.2 Ubicuidad	51
3.1.3 Participación	51
3.2 eBook y narrativas transmedia	52
3.3 El lector transmedia es un lector multimodal	55
Capítulo 4 Hacia un diseño centrado en el usuario transmedia	56
4.1 Metáforas	61
4.2 Diseño de Interfaz	62
4.3 Mapa de navegación	63
4.4 Pantalla de esquema	63
4.5 Puesta en producción	65
4.6 Pantalla de inicio	66
4.7 Cuando de ebook se trata	66
4.8 Publicaciones digitales: Tipologías	67
4.9 Flujos de trabajo	68
4.10 Quien es el Autor	69
Capítulo 5 Maqueta	71
5.1 Definición del proyecto	71
5.2 Objetivos	76
5.3 Justificación	77

5.4 Análisis de la audiencia	83
5.5 Plataforma	86
5.6 Diseño estético	87
5.7 Requerimientos funcionales	90
5.8 Requerimientos técnicos	93
5.9 Niveles de interacción.....	94
5.10 Mapa de contenido y navegación	96
 Reflexiones finales	 101
 Referencias Bibliográficas	 104

Índice de Gráficos e Imágenes

Gráfico 1. Thomas R. Adams and Nicholas Barker, the whole socio-economic conjuncture, 1993.	19
Gráfico 2. Robert Danton, the communications circuit, 1982.....	22
Gráfico 3. Imagen Igarza (2010)	24
Gráfico 4. Imagen Cátedra publicaciones digitales. Diplomatura	29
Gráfico 5 Imagen Castells, N (2018) La guerra de los mundos	45
Gráfico 6. Imagen Cátedra de Diplomatura Publicaciones Digitales..... ..	56
Gráfico 7 Imagen Cátedra de Diplomatura Publicaciones digitales	67
Gráfico 8 Imagen de una obra con licencia Creative Commons.....	70
Gráfico 9. Imagen de la plaza San Antonio, Gualaguay, Entre Ríos.....	81
Gráfico 10 Imagen QR ebook Sentimiento de un entrerriano	82
Gráfico 11. Fuente Librandia, p. 16. Distribución en porcentajes del mercado del libro digital en lengua española por territorio en unidades.....	84
Gráfico 12. Fuente Librandia, pág 17. Crecimiento del mercado del libro digital en lengua española por territorio en 2020 en unidades.....	85
Gráfico 13. Fuente Librandia, pág 20.....	85
Gráfico 14. Logo horizontal de la plataforma	88
Gráfico 15. Logo vertical de la plataforma	89

Gráfico 16. ejemplos de los diferentes paneles de texto combinados con el encabezado en Raleway.....	90
Gráfico 17. Capturas de pantalla de tablet.....	91
Gráfico 18. Capturas de pantalla de tablet.....	92
Gráfico 19. Versión móvil.....	93
Gráfico 20. Mapa de navegación del sitio guaybooks.com	97
Gráfico 21. Capturas de pantallas del sitio guaybooks.....	99

Introducción

La revolución digital trae nuevos lenguajes que se mueven por espacios diferentes, ofreciendo múltiples voces y nuevos actores (Castells, 2009). Es así como la lectura lineal se aleja para dar paso a la posibilidad de lectura multimedia, hipertextual, a la realidad aumentada y multisensorial donde la interacción toma protagonismo convirtiéndose en el eje principal para el desarrollo en la adquisición de conocimientos a través de los ebooks, que constituyen una interesante propuesta en cuanto a los llamados ebooks enriquecidos, posibilitando la integración de esos recursos multimedia. Como así también extender la experiencia de la lectura a un ámbito que permita opinar, compartir, debatir o seguir a otros lectores, generando una cultura participativa y de aprendizaje enriquecido.

En este contexto la resolución del presente trabajo es el desarrollo de una plataforma para publicación de ebooks, donde se pueda conocer el trabajo de autores de diferentes lugares de Argentina, en principio, para luego sumar otros países latinoamericanos de habla hispana. Se aspira que la misma constituya un espacio de visibilización del trabajo de autores que transmitan a través de su obra literaria el conocimiento de lugares de pertenencia. Como así también un lugar donde confluyan las distintas disciplinas dedicadas al proceso editorial, conformando grupos de trabajos que logren el objetivo de edición.

La irrupción del mundo digital ha supuesto un cambio sustancial en cómo encaramos aspectos de la vida cotidiana como el trabajo, estudios, salud como así también el ocio. La experiencia vivida en los últimos tiempos transcurridos en pandemia lo demuestran, donde nuevas maneras de producir y de consumir, de aprender y de enseñar, de divertirse y de actuar, cambiaron las pautas de comportamiento que regían las relaciones sociales anteriores a esta aceptación e incorporación general de las tecnologías digitales.

La “sociedad de la información y de la comunicación” en la cual vivimos y que surgió a fines del siglo XX principios del siglo XXI, está potenciada por un escenario digital, el cual está conformado por un conjunto de herramientas que permiten una comunicación a través de múltiples dispositivos. Crear, producir y compartir contenidos, dan lugar a nuevos formatos narrativos a través de las hibridaciones de

medios. En paralelo se da un cruzamiento de los medios antiguos y los nuevos, generando un ecosistema en el cual el contenido se manifiesta en múltiples plataformas, superando límites tanto geográficos como lógicas tradicionales. Al mismo tiempo posee características particulares como la movilidad, conectividad ubicua, un constante cambio y evolución y un acceso ilimitado a la información.

Henry Jenkins (2006) en su libro *Convergencia Cultural*, analiza los cambios en las maneras en que los nuevos consumidores, devenidos en “prosumidores”, se relacionan con los medios tradicionales y nuevos, generando un cambio en las formas del consumo cultural.

Las plataformas móviles juegan un papel decisivo en la integración de los entornos de información en formas de acceso ubicuo personalizado, que facilitan la coordinación de acciones multidispositivo y multipropósito en diferentes contextos.

En el campo de la comunicación transmedia, los estudios teóricos marcan la necesidad de aceptar la complejidad de la mediatización contemporánea para así poder investigar sobre sus producciones y consecuente incorporación.

El presente trabajo, como proyecto final en el marco de la maestría en Comunicación Digital Interactiva, consolida su interés en la producción de contenidos transmedia, teniendo como eje a la lectura o su consecuente los libros. Busca explorar el fenómeno a partir de un abordaje cualitativo, tratando de rescatar las posibilidades que brinda el formato digital, para así a través de los distintos medios potenciar la lectura.

El interés por el objeto surge, en principio, por la pasión por la lectura, y como nuevas prácticas influyen en ella, a punto tal de generar una discusión entre formatos, papel o digital, sin dejar de pensar en la posibilidad de una convivencia enriquecedora. En esta experiencia se centra el objeto de estudio. Por otro lado, y en comunión, la posibilidad de dar a conocer obras de autores que por diferentes motivos resultan lejanos a través del esquema de distribución tradicional, y que el formato digital brinda la posibilidad de compartir la obra, e incorporar a las narrativas transmedia como medio de producción de conocimiento.

La presente investigación busca explorar entonces cómo el discurso se expande en el entorno virtual mediante los diferentes medios y la participación del usuario. Por esto los objetivos planteados buscan dar cuenta de las dimensiones y etapas implicadas en el desarrollo de una plataforma que visibilice el trabajo de autores argentinos, en principio, a través de un formato de libros electrónicos (ebooks). Al mismo tiempo que dicha plataforma sea el punto donde confluyan otras textualidades que lleven al mismo objetivo, e integren el guión transmedia a través del cual se conozca la obra literaria. Identificar como la unión de esta y nuevas formas de contar conjugan en una narrativa transmedia no convencional pero casi dada naturalmente, donde la lectura ya no solo se desarrolla en el ámbito individual, sino que forma parte de una cultura participativa donde booktuber, clubes de lectura, booktrailer, diversos formatos como audiolibros, libros interactivos, realidad aumentada y otros, forman parte de este nuevo ecosistema de lectoescritura. Así, para el desarrollo de esta es importante delinear los procesos de producción creativa, reconocer las características de las diferentes textualidades, analizar las relaciones que se establecen entre las historias a contar y las experiencias de usuarios para poder enriquecer el interés y la lectura en sí. Muchos lo dijeron alguna vez: no hay solo una manera de contar.

Con la revolución digital, el concepto de textualidad exclusivamente anclado a algo físico y concreto se ha transformado, ya que la realidad hace que nos encontremos con textos con dimensiones y formas distintas; la palabra escrita ya no es el centro en torno al cual se mueve la totalidad del saber. Ahora ésta comparte el escenario del conocimiento, de la diversión y de la creación con imágenes, sonidos, audiovisuales, recursos interactivos y otros.

En cuanto a la narrativa transmedia ya reflexionaba Arnau Gifreu (2016) en cómo se va posicionando como una forma de construcción textual que permite interpretar la información, navegar, compartir y aprender, proponiendo experiencias inmersivas en nuevas narrativas.

Para estas nuevas narrativas Denis Renó (2014) propone las siguientes categorías: El modelo estructurado: cuya característica principal es una navegabilidad limitada, con una presentación en forma de scroll bar vertical, lo cual permite una lectura

“casi” lineal. Es un modelo recomendado para contenidos periodísticos, dado que los usuarios pueden avanzar en la profundización de la información, pero sin participación.

Luego el modelo análogo-digital: este combina ambos lenguajes, y resulta favorable para adaptaciones de obras en sistema audiovisual que pasan a ser transmedia, las cuales adhieren información a través de variados formatos.

Modelo de visualización navegable: aunque sus contenidos se encuentran en múltiples plataformas, propone su navegación en un único ambiente (web) que el usuario puede navegar.

Y por último Renó suma el modelo de navegación territorial: el cual incorpora la dimensión territorial, además de la digital, como una plataforma narrativa. La territorialidad es fundamental en la definición de transmedialidad de Irigaray (2014), quien considera a la misma como una expansión de los relatos, donde conviven una multiplicidad de tramas narrativas que conviven con prácticas urbanas diversas. Así a los tradicionales y nuevos medios se suman los espacios urbanos que hacen a las relaciones entre dispositivos y prácticas sociales, a partir de la movilidad, conectividad y la ubicuidad.

Un dato importante es que para Renó, estos modelos no son definitivos, y tiene relación con la definición que propone Jenkins acerca de si el transmedia storytelling se construye basado en una diversidad de plataformas de lenguaje, o si esa construcción se realiza a partir de la incorporación de diversas plataformas físicas.

Como experiencia, por un lado, en el marco de mi trabajo en el área académica del departamento de Informática en Salud del Hospital Italiano de Buenos Aires, donde se dicta la maestría en Informática en Salud, y desde donde se desarrolla la edición de ebooks como parte de una plataforma de desarrollo propio, he integrado equipos de trabajo para la producción de proyectos de comunicación digital, audiovisual y multimedia, como así también diferentes narrativas para múltiples plataformas.

Asimismo la formación en la diplomatura en proyectos editoriales y culturales, como la carrera de edición, ambas en la Universidad de Buenos Aires (UBA), junto a una multiplicidad de cursos, seminarios, conferencias, congresos e investigaciones, y cada uno de los módulos cursados en la maestría en Comunicación Digital Interactiva, me abrieron camino en la profundización del objeto de estudio.

El presente trabajo intenta organizar el conocimiento adquirido para lograr implementar una plataforma de ebooks con narrativa transmedia que permita conocer autores de literatura argentina.

Se trata de una investigación cualitativa, dado que el enfoque se relaciona más con la interpretación subjetiva que con la exploración numérica de datos, de corte inductivo y descriptivo, que persigue la comprensión e interpretación del fenómeno bajo análisis, y se sostiene en la adquisición de conceptos surgidos de una exhaustiva revisión bibliográfica, revisión y análisis de plataformas relacionadas, observación participativa, entrevistas abiertas a participantes del proyecto delhospitaleiciones, como así también a los autores a quienes les interesó el proyecto y autorizaron la publicación de sus trabajos, y la recolección de datos en la experiencia.

Se organiza en un recorrido narrativo en cinco capítulos. En el primero, que tiene por título: Hablemos de libros. ¿Qué es un libro?, se analizan diferentes autores que llevan a una definición de “libro”, conformando una breve genealogía del término con el objetivo de incluir al formato digital. Con el mismo fin se desarrolla el ciclo de vida del libro por Thomas Adams y Nicolas Barker, como así también el esquema creado por Robert Danton, cuyo objetivo es mostrar una visión conjunta del proceso del libro y los diferentes eslabones que encadena, incluyendo la comunicación de los mismos. Y cerrando el capítulo se recuperan algunos conceptos de Igarza (2010) referentes a la incorporación de la digitalización y los cambios en el consumo cultural.

En el segundo capítulo, cuyo título es Acerca de eBook, la temática se funda básicamente en las publicaciones digitales y ebooks en particular. Así se rescatan diferentes conceptos de autores especialistas en el tema como Scolari, Manovich, Bonsiepe, McLuhan, Chartier, Eco.

Un recorrido por la línea de tiempo de ebook por Marie Lebert, que dará una visión de su evolución, y se suma un repaso por los principales formatos de ebooks y un recorrido por la genealogía con las características de cada edición.

Aquí reaparecerá Scolari y otros autores como Piscitelli, Albarello. Fidler, Borsuk, para analizar cómo la red nos permite otras textualidades y una lectura más abierta.

En el tercer capítulo titulado Las Narrativas Transmedia son lectoras, se analizan conceptos que nos acercan a una definición de las Narrativas Transmedia y cómo estas contribuyen al encuentro de nuevas formas de contar una historia, con la conciencia plena de que no hay solo una manera. Y por otro lado cómo la era digital dió origen a la relación entre lectura y Narrativas Transmedia, dejando entrever las diversas textualidades y formas de “lectura” posible, y cómo las Narrativas Transmedia se expanden a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.).

En el cuarto capítulo, Hacia un diseño centrado en el usuario transmedia, se analizan las bases del diseño centrado en el usuario en producciones digitales, con sus particulares características y componentes a tener en cuenta. Aquí aparecen autores especialistas en el tema y particularmente lo desarrollado como práctica en el módulo Diseño Digital Interactivo de la maestría en Comunicación Digital Interactiva de la Universidad Nacional de Rosario. Cabe aclarar que cada capítulo se desarrolló basándose en la experiencia de cada módulo que conforman la currícula de la maestría, y en la proyección del trabajo final.

En el quinto capítulo y último, se encuentra la maqueta como resolución del proyecto planteado y como resumen y requisito para la finalización del trabajo final de esta maestría. En este capítulo se define el proyecto en sí, los objetivos del mismo, su justificación, análisis de audiencia, plataformas, requerimientos funcionales y técnicos, niveles de interacción, mapa de contenido y navegación, y el porqué del diseño estético del sitio.

A modo de cierre, se incluye una serie de reflexiones finales que intentan resumir los puntos más sobresalientes del presente trabajo y a partir de los cuales delinear nuevos desarrollos de investigación y producción.

Anahi Lovato (2018) en su propia tesis nos decía: “El horizonte creativo transmedia es promisorio y excitante: nos invita a experimentar, (re)crear y mixturar aplicaciones, contenidos, lenguajes y tecnologías libremente para desarrollar

historias y experiencias enriquecidas, inmersivas, profundas y significativas. En definitiva, de eso se trata contar". (Lovato, 2018: 17).

Capítulo 1. Hablemos de libros. ¿Qué es un libro?

De los diversos instrumentos inventados por el hombre, el más asombroso es el libro; todos los demás son extensiones de su cuerpo...

Sólo el libro es una extensión de la imaginación y la memoria.

Jorge Luis Borges

Emilio Burucúa (2018) decía que el libro es un vector, un vehículo de los significados, de los sentidos, y le planteaba a Chartier hablar de ejemplos concretos de cómo se llegó a la determinación del significado a partir de las características materiales del libro.

Todos tenemos una idea aunque sea mental de lo que es un libro, y esa visualización material del concepto nos lleva a “una” de las formas conocidas como es el código. Para poder definirlo recurrimos a un conocido buscador y encontramos una definición primera: “Un libro es una obra impresa, manuscrita o pintada en una serie de hojas de papel, pergamino, vitela u otro material, unidas por un lado y protegidas con tapas, también llamadas cubiertas. Un libro puede tratar sobre cualquier tema”. [Wikipedia](#)¹.

Simil a esta, una recomendación de la Unesco a los estados miembro, redactada en 1964, donde se define el libro como “una publicación impresa no periódica que consta como mínimo de 49 páginas, sin contar las de cubierta”. Esta definición parte de pensar el libro solo como un objeto, no incluyendo los libros infantiles, más reducidos en extensión, ni los libros manuscritos y aquellos que se apartan de la forma habitual – rollos, biombos, cortinas venecianas– ni, obviamente, los libros en soporte electrónico.

Por su parte la [Real Academia Española \(RAE\)](#) ² define libro como:

1. m. Conjunto de muchas hojas de papel u otro material semejante que, encuadernadas, forman un volumen.
2. m. Obra científica, literaria o de cualquier otra índole con extensión suficiente para formar volumen, que puede aparecer impresa o en otro soporte.

¹ Disponible en <https://es.wikipedia.org/wiki/Libro>

² Disponible en <https://dle.rae.es/libro>

Definiciones predigitales y en ellas solo cabe la definición del libro que se ajusta a su formato tradicional, la que se conforma con sus límites físicos, sin prever, que un día esos contornos mutarian a otras formas volviendo insuficiente la concepción previa.

La [nueva Ley del libro en España](#)³, consciente de la necesidad de expandir el alcance de la definición, propone la siguiente: "Libro: obra científica, literaria o de cualquier otra índole que constituye una publicación unitaria en uno o varios volúmenes y que puede aparecer impresa o en cualquier otro soporte susceptible de lectura. Se entienden incluidos en la definición de libro a los efectos de esta ley los libros electrónicos y los libros que se publiquen o se difundan por Internet o en otro soporte que pueda aparecer en el futuro, los materiales complementarios de carácter impreso, visual, audiovisual o sonoro que sean editados conjuntamente con el libro y que participen del carácter unitario del mismo, así como cualquier otra manifestación editorial". (Ley 10/2007, de 22 de junio, de la lectura, del libro y de las bibliotecas: 7)

Hoy disponemos de soportes que han ido más allá de ese objeto libro, y esta propuesta nos traslada a un contexto de actualidad, donde los textos pueden concebirse de distintas formas y maneras, sin que sean excluyentes, lo que obliga al editor actual a pensar desde el comienzo en la convivencia de los diferentes flujos de trabajo.

Sabemos que el libro es un elemento esencial para el desarrollo cultural de las sociedades. Un medio de transmisión del conocimiento, del arte y la memoria de los pueblos. Estas interpretaciones lo han convertido en un objeto estético simbólico, pero también un producto con valor económico. El libro posee dos lógicas incorporadas en su propia definición: una cultural e intangible, casi imposible de valorar, y otra absolutamente material, vinculada al soporte de este contenido.

Tal como señala Pierre Bourdieu, el libro es "un objeto de doble faz, económica y simbólica, es a la vez mercancía y significación; el editor también es un personaje

³Disponible en <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-12351-consolidado.pdf>

doble, que debe saber conciliar el arte y el dinero, el amor a la literatura y la búsqueda del beneficio” (Bourdieu, 1999: 242).

En este sentido, podemos sostener que el libro es un elemento de desarrollo cultural y social, pero también de desarrollo económico en su carácter de producto.

En esta red de sentidos que se encuentran en permanente movimiento, la palabra (instrumento humano que posee el poder de nombrar el objeto de la realidad mientras este permanece ausente) nos desafía a una lectura aún más asombrosa: la lectura del mundo de los símbolos y de nuevas textualidades.

Por su parte Amaranth Borsuk (2020) reflexiona acerca del libro, tal como se lo conoce, ser un objeto sólido pero que hoy pareciera estar amenazado con su desaparición por parte del libro electrónico o ebook.

No entraremos en esta discusión solo esta breve introducción al imaginario desencadenante del término libro para llegar al objetivo que es el libro electrónico.

La revolución cultural tecnológica que vivimos hoy, ha cambiado nuestra manera de consumir información y comunicarnos, transformando nuestra forma de interactuar con la realidad y la manera de materializar el discurso.

Al mismo tiempo estas transformaciones han originado preocupaciones en la industria del libro, desatando un debate respecto al futuro. Sin embargo, este debate quedó sujeto en posturas rígidas sin fundamento cierto que, no permiten visibilizar las posibilidades dadas por un momento con potencial tecnológico sin precedentes.

Así, es posible comprender que, aunque transitamos tiempos donde las personas leen y escriben más que nunca en la historia, los libros y publicaciones impresas ya no son el primer punto de referencia a la hora de comunicarnos, la relación con la información es radicalmente diferente.

Así mismo, los medios digitales poseen características propias y diferenciadas ofreciendo posibilidades también propias como: cruce de información, interacción directa con los textos, la creación de redes interconectadas, una transformación en la figura del autor y del lector, entre otras.

Por su parte, los dispositivos de lectura digitales existían antes de los lectores electrónicos, pero ninguno había desafiado la definición de libro. Estos dispositivos

se ven diferentes a lo que denominamos hasta ahora como libros: papeles impresos, encuadernados por un lado y encerrados entre dos tapas.

“Un libro no es una cosa inerte que exista antes de la interacción, sino que se crea desde cero por la actividad de cada lectura. Entonces al pensar en un libro, ya sea literal o virtual, deberíamos parafrasear a Heinz von Foerster y preguntarnos “cómo hace” lo que hace en lugar de “que es” un libro “. Johana Drucker. The virtual codex: from page space to e-space. (Borsuk, 2020: 127).

1.1 Ciclo del libro

En 1993, Thomas Adams y Nicolas Barker, dos bibliógrafos británicos, publicaron un esquema que representaba el ciclo de vida de un libro. El mismo está conformado por cinco instancias: la decisión de publicar, la manufactura, la distribución, la recepción y la supervivencia, relacionadas entre sí, y que en la interrelación generan otros vínculos.

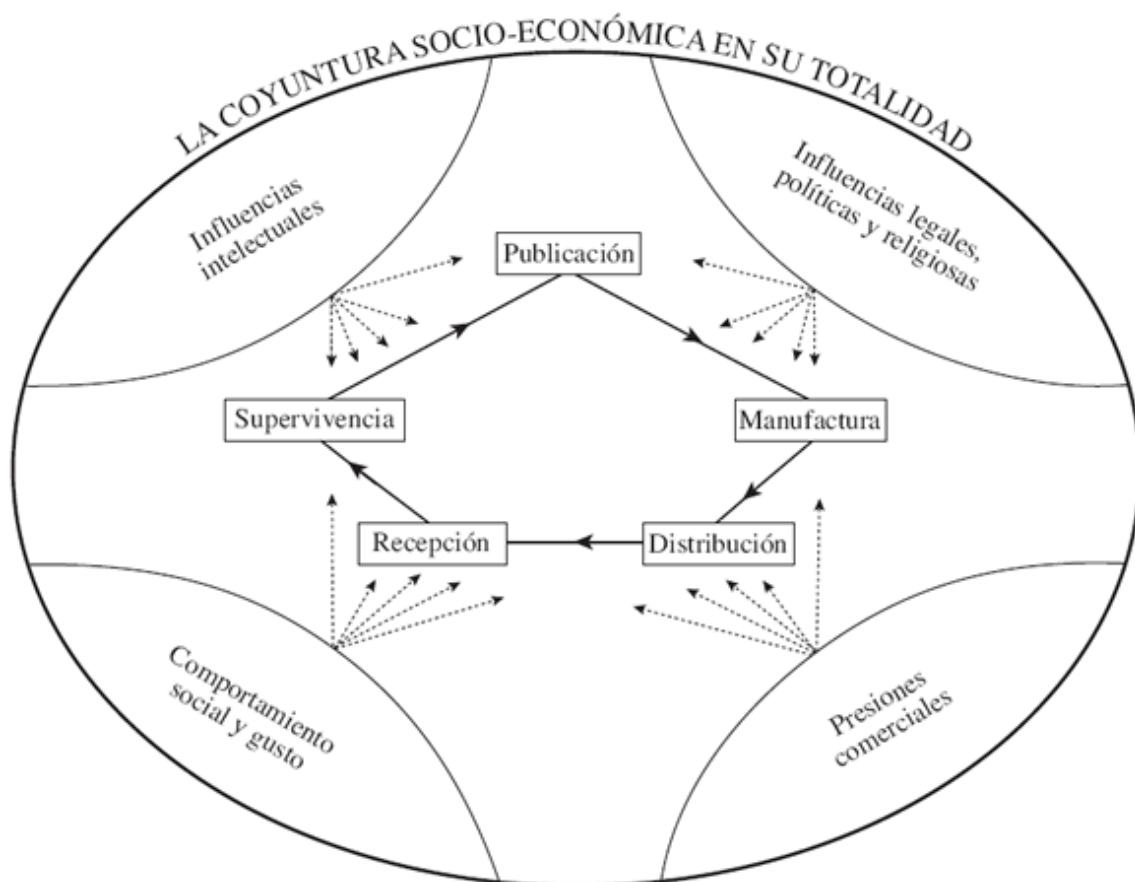


Gráfico 1, Fuente: Thomas R. Adams and Nicholas Barker, the whole socio-economic conjuncture, 1993.⁴

1.1.1 La decisión de publicar

La palabra editar deriva del latín *edere*, que significa “dar a luz”, “hacer público”. Este hacer público es parte constituyente de la actividad editorial, y puede entenderse como la decisión de producir, en algún soporte, un conjunto organizado de textos o imágenes, y hacerlo público, e introduciéndolo en un circuito de manera tal que llegue a los lectores. Cabe aclarar que en este esquema la vida de un libro comienza con la decisión de publicar, y no con la escritura de un original por parte de un autor como en la mayoría de los esquemas.

Entonces el original puede haber sido escrito, o escrito e ilustrado, tiempo antes de la decisión de publicar. No hay un puente natural entre escritura y publicación, y seguramente habrá muchos textos que nunca se convertirán en libros.

El original puede ser inédito y directo de su autor o agente literario, o puede haber sido editado antes.

Otra opción: el original puede no estar escrito en el momento de la decisión de publicar, ya que la obra surgirá del acuerdo hecho con el autor en cuanto a la temática, el carácter, la extensión y el tiempo de entrega, un procedimiento cada vez más común en libros no ficcionales. O se escribirá a pedido del editor o por pautas especiales.

El original puede no estar escrito en el momento de tomar la decisión de publicar, y surgirá de la selección y organización de materiales preexistentes: recopilación de material, y otros.

Para Borsuk (2020) la publicación podría suponer un público: lectores que reclaman ese texto. Pero en un nivel esencial la publicación implica el agregado de una cantidad de elementos por fuera del texto que nos ayudan a reconocerlo como libro, aún cuando esté publicado en formato digital.

⁴ Disponible en https://www.researchgate.net/figure/Thomas-R-Adams-and-Nicholas-Barker-the-whole-socio-economic-conjuncture-1993_fig1_319150609

Adams y Barker señalan que la decisión de publicar puede estar fundamentada en razones como: el deseo de hacer conocer la obra y de que esté disponible para los lectores, y la búsqueda de beneficios –económicos o simbólicos– u otros.

1.1.2 Producción del libro (manufacturing)

La decisión de publicar es seguida en el esquema por la producción (manufacturing), donde tienen gran peso la tecnología y las cuestiones económicas. Esta etapa incluye, por un lado, el proceso de edición, o sea aquel que da como resultado la elaboración del prototipo de la publicación –el archivo electrónico que se envía a la imprenta o se convierte en una publicación digital–, y por otro, la producción industrial, en el caso de los libros de papel.

El proceso de edición comprende una serie de pasos fundamentales y comunes a todas las publicaciones –preedición, editing, corrección de estilo, armado de páginas y corrección de pruebas–, y otros que varían según el tipo de publicación –edición fotográfica, ilustración, elaboración de mapas, edición de audiovisuales, y otros–.

1.1.3 La distribución

Como se mencionó anteriormente publicar, es “hacer público”, motivo por el cual es necesario que el libro terminado llegue a sus potenciales lectores. En el medio editorial se entiende por distribución el abastecimiento de las librerías con los títulos convenidos, pero para Adams y Barker esta instancia incluye todo aquello que tiene que ver con la comercialización, con la circulación del libro.

1.1.4 La recepción

Los editores no dejan de ver y analizar la recepción de los libros editados, además del desarrollo de los autores, y el encuentro del libro con sus lectores. Trabajan en función de la lectura, planean, proyectan, planifican qué harán los destinatarios, mediante planteos tales como ¿Se entenderá? ¿No falta un paso? Convendría incluir un glosario. Tiene que estar acompañado por un esquema, y otros. Dada la experiencia los editores suelen tener ideas acerca de lo que funcionó, o no, utilizando esta información para el trabajo a futuro.

1.1.5 La supervivencia

Es la etapa en la que el libro sigue estando disponible para posteriores ediciones, aunque su circulación sea limitada. Un libro que ha sobrevivido es aquel que ha pasado la etapa de uso y que luego fue “descubierto” y reeditado. Dentro de esta categoría se encuentran los clásicos, objetos siempre de nuevas ediciones.

Por su parte Robert Darnton (1982), realizó un esquema que tenía como objetivo mostrar la amplitud de los temas que involucra el proceso del libro, mostrando una visión conjunta de este como medio de comunicación. Dicho circuito, tiene como eslabones principales al autor, el editor, el impresor, los transportistas, los libreros mayoristas y minoristas y los lectores –personas individuales, bibliotecas, clubes de lectura–. Se cierra con una línea que representa la comunicación –comentarios, críticas, comunicación de los “efectos” de la lectura– de los lectores reales con el autor. Para Darnton el lector completa el circuito porque influye sobre el autor tanto antes como después del acto de composición.

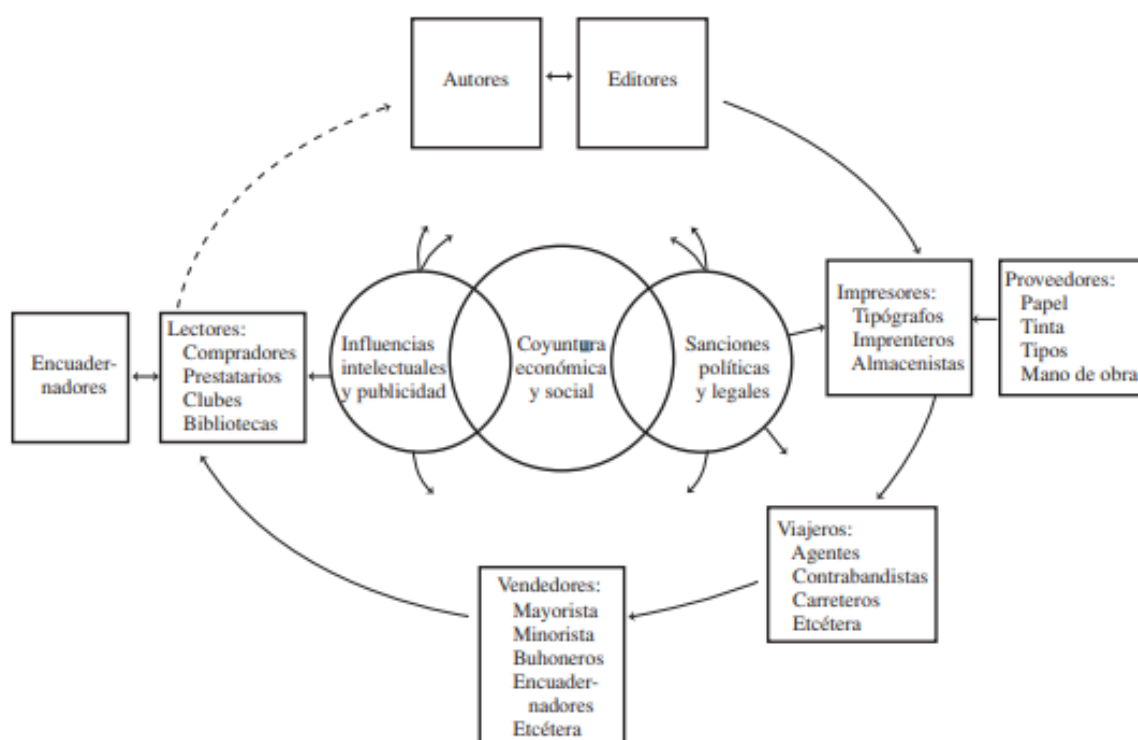


Gráfico 2. Robert Danton, the communications circuit, 1982.⁵

⁵ Disponible en http://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/3403039/darnton_revisited.pdf?sequence=2

El circuito está pensado para un libro que surge de un original de autor, y un editor decide publicar. Cabe mencionar que en el artículo original Darnton escribe publisher y no editor, porque refiere al editor empresario y no al editor que está al cuidado de un libro o de una colección.

En un esquema actual habría que ubicar en el segundo eslabón a editores, correctores de estilo, diseñadores, responsables de prensa y de marketing, con la aclaración de que muchas veces el editor (publisher) desempeña, en las editoriales más pequeñas, varias de las funciones.

El cuarto eslabón del esquema corresponde a los transportistas. En la edición en papel el traslado físico de los ejemplares no se puede obviar: los libros deben llevarse de la imprenta al distribuidor y luego a las librerías.

El quinto eslabón es ocupado por los actores del comercio mayorista y minorista. El librero, como otros actores del universo del libro, es un individuo de dos mundos, el de la cultura y el de los negocios: debe atender tanto a la relación con editores y distribuidores como al perfil del local; a las estrategias para organizar tantas tareas administrativas como a la organización de actividades culturales que fomenten la lectura, y por sobre todo el conocimiento propio fundamental para su transmisión. Hoy se debe incluir en este eslabón a las librerías virtuales, distribuidores que abastecen a las librerías, como así también plataformas de suscripción, booktuber, y otros personajes que van formando parte del ecosistema del libro.

El último eslabón del circuito corresponde a los lectores individuales y las bibliotecas, clubes de lectura y otras instituciones que compran libros.

Los autores proponen entender los textos no como abstracciones, sino representados en ciertos objetos –libros– con características propias, no sólo en términos de soporte material, sino también de lo que ahora se denomina puesta en página, que comprende el diseño y estilo editorial. Es importante reconocer que hay un trabajo, siempre colectivo, que da materialidad a los textos y que interviene, junto con la práctica de lectura en la producción de sentido. Para cada lector el significado de un texto se produce en el cruce entre sus propias competencias y expectativas, el texto en cuestión y el soporte que lo da a leer.

Más acá en el tiempo, Igarza (2010) propone que a partir de cada eslabón se reflexione pensando en cómo incluir a la digitalización y las nuevas formas de consumo cultural, y sugiere que los interrogantes suelen centrarse en los siguientes aspectos:

la llegada de nuevos jugadores, la optimización (capacidad, polivalencia, ergonomía, seguridad) creciente de las tecnologías de la desmaterialización, las nuevas generaciones y las formas de relacionarse con el sistema mediático-cultural, y la influencia de las políticas públicas en la evolución de las variables económicas de las industrias de contenidos.

Como se mencionó anteriormente la Convergencia de Medios supone un nuevo escenario para las industrias de contenidos, incluida la industria del libro, ya que comprende una multiplicación de contenidos enriquecidos, nuevos canales o plataformas de distribución, y por lo tanto nuevas formas de consumo. Al mismo tiempo, esas nuevas plataformas exigen una transformación en contenidos para satisfacer las condiciones de recepción y lectura.



Gráfico 3. Imagen Igarza (2010) ⁶

⁶ Disponible en

<https://drive.google.com/drive/folders/1AOXB-471jcDjrKaZY4o1LTLdT80wY6G6>

Por otro lado, Igarza (2010) sostiene que en la Convergencia de Medios la competencia se intensifica dado que en el espacio común, web, todo se asemeja, motivo por el cual se pierde la originalidad. Así las plataformas y distribución de contenidos son similares. La digitalización hace a la homogeneidad del desarrollo.

Por su parte, el libro siempre ha compartido con otras “industrias de la lectura” la información, ocio y entretenimiento, además de la lógica de los medios impresos, sobre todo, de los lectores de periódicos.

Si bien entre los medios de comunicación impresos y los sectores del libro las diferencias son tan importantes como las similitudes, los cambios de comportamiento de los lectores afectan a unos y otros, ya que ambos están vinculados a formas de comunicarse e informarse y con cánones de lectura compartidos.

Esta transformación se vincula con nuevas formas de acceso al conocimiento, nuevos lenguajes y, un uso diferente de los tiempos de esparcimiento y de lectura, más distribuidos a lo largo del día y de compartimiento con otros tiempos como los laborales y de traslado.

Por otro lado, en la convergencia de medios todas las pantallas y contenidos compiten entre sí. Por esto Igarza (2010) opina que “las plataformas de distribución son una condición necesaria para el desarrollo del mercado del ebook”. (Igarza, 2010: 20)

“Para que haya oferta debe haber contenidos y para que haya contenidos debe haber una estrategia que contemple en un lugar privilegiado la producción en escala que le permita al sector industrial local competir en la red con contenidos multimediáticos, ubicuos y adaptados a los tiempos actuales de estudio, ocio y entretenimiento, y a las nuevas formas de consumo cultural”. (Igarza, 2010: 2)

Capítulo 2. Acerca de eBook

“Entonces lo que está más allá del libro sigue siendo libro”.

Edmond Jabes. “Sand” en the little book of unsuspected subversion

Dado los cambios tecnológicos que han surgido en las últimas décadas, junto con la masificación de tecnologías de comunicación, sobre todo en el contexto actual, donde la circulación de las publicaciones digitales ha ido en aumento, adquirir variadas herramientas y conocimiento para la publicación en múltiples plataformas de manera adecuada, es indispensable en el mercado editorial actual. Como así también la incorporación de otras herramientas que acompañen a la lectura digital y por lo tanto al aprendizaje.

Estos nuevos modos traen aparejadas nuevas técnicas de apropiación de los contenidos de las que surgen nuevas relaciones entre estos y el lector. Textos que eran “estáticos”, ahora el lector puede transformarlos, reordenarlos y, en muchos casos, cambiarles el sentido.

Entonces, lo primero a plantear podría ser: ¿Qué es una publicación digital? A simple vista es un término bastante claro, que si realizamos una búsqueda online rápida encontramos definiciones básicas como la de [wikipedia](https://es.wikipedia.org/wiki/Publicaci%C3%B3n_digital)⁷: “es aquella obra cuyo formato, almacenamiento y distribución está basado en medios electrónicos”, aunque el término es más profundo. Una publicación digital propone, además, incorporar relaciones hipertextuales, hipermediales, transmediales, como así también en términos de interactividad y navegación. Entonces la siguiente pregunta podría ser ¿Desde dónde pensamos la publicación? En un mundo con multiplicidad de información, nuevos contenidos, nuevos formatos, nuevas redes, esta pregunta constituye el punto de partida, donde los conceptos de interfaz y dispositivos se vuelven fundamentales.

Podemos definir interfaz a la conexión funcional y física entre dos sistemas o dispositivos. Carlos Scolari (2004 y 2008) la define como un lugar de intercambio, de transferencia de información y de acciones. Para él, las interfaces forman parte de un sistema y no se limitan al mundo digital.

⁷ Disponible en https://es.wikipedia.org/wiki/Publicaci%C3%B3n_digital

Lev Manovich (2006), por su parte, diferencia entre "interfaz gráfica", "interfaz de navegación" e "interfaz cultural", definiendo a la primera como a la utilización de imágenes y objetos gráficos para representar la información, la segunda como aquella que permite que el usuario se desplace por el sitio web, y la "interfaz cultural", como la forma en que los medios le muestran al lector el contenido cultural y le permiten interactuar con ellos.

En cuanto a la noción de dispositivo Oscar Traversa (2011), lo define como una entidad que gestiona el contacto entre el individuo y las múltiples configuraciones signílicas de la discursividad social, y analiza cómo la dimensión material del dispositivo tiene un carácter formante en la producción social de sentido.

En la actualidad hay una profusión de dispositivos que cuentan con diversas interfaces y características. Según Ong (2006) estamos en un proceso de reacomodamiento a los nuevos medios, adquiriendo nuevas experiencias de lectura y construcción de conocimiento.

Bonsiepe (1999) plantea que, a partir del surgimiento, desarrollo e implementación de nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TICS) que revolucionaron el conocimiento, se dio una mutación del diseño del objeto al diseño de la interfaz, es decir se pasó del diseño del objeto físico al objeto digital.

McLuhan (1994) por su parte, afirma que se transformaron las condiciones sociales y materiales de las prácticas de lectura y escritura, y que los usuarios abandonaron su rol pasivo para convertirse en productores y consumidores de contenido al mismo tiempo, inaugurando el rol de prosumidores.

Roger Chartier (1996), afirma que la revolución actual es mayor que la de Gutenberg ya que no sólo modifica a la técnica de reproducción del texto, sino también las estructuras y las formas del soporte. Para Chartier, la lectura en diferentes soportes implica diferentes modalidades de lectura, generando una doble revolución: de la técnica de producción y reproducción de publicaciones, que implica las innovaciones tecnológicas, y del soporte y prácticas de lectura.

En referencia, Umberto Eco (1988) sostiene que los procesos de producción e interpretación de sentido deben hacerse extensivos a los soportes materiales. Plantea una semiótica de las interfaces, donde estas son analizadas como

dispositivos que aportan a la construcción de sentido. Al mismo tiempo afirma que aunque los soportes cambien o desaparezcan, no implica que las prácticas de lectura mueran. Las interfaces no mueren, se transforman y aparecen en otros soportes. Según Eco, con el advenimiento de nuevas tecnologías los soportes materiales se van transformando, pero las interfaces y los procesos semióticos de producción de sentido e interpretación permanecerán intactos.

2.1 Publicaciones digitales

Las publicaciones digitales generaron nuevos desafíos en la producción del sentido, e impulsaron el surgimiento de herramientas que facilitaron y transformaron el acceso al contenido en relación con el dispositivo, produciendo cambios sociales y culturales, que abarca una transformación en los hábitos de lectura y escritura. Hoy, las diferentes publicaciones digitales se leen desde una multiplicidad de aparatos (tabletas, teléfonos inteligentes, lectores de publicaciones electrónicas, computadoras portátiles, computadoras de escritorio, etc.), con características propias (tamaño de pantalla, sistema operativo, resolución de pantalla, capacidad de memoria, etc.). Dada esta variabilidad una de las herramientas a tener en cuenta en las publicaciones web, es el diseño web responsive o adaptativo, que consiste en una técnica de diseño web que persigue la correcta visualización de una misma página web o publicación electrónica en diferentes dispositivos. Dicha tecnología permite detectar desde qué dispositivo accede el usuario/lector al contenido y, en base a dicha información, se puede mostrar la versión más optimizada para ese medio. Hasta la creación de dicha tecnología, en el diseño web primaba el diseño web estático, que no tenía en cuenta el dispositivo o pantalla con el que el usuario accedía, es decir el contenido de la publicación no se readaptaba según su dispositivo. La solución parcial que se aplicaba a esto era realizar diferentes diseños de la misma página o publicación web, tomando como referencia algunos dispositivos. Por esto es importante tener en cuenta la multiplicidad de pantallas desde las que se podría acceder a la publicación.



Gráfico 4. Imagen Cátedra publicaciones digitales.
Diplomatura proyectos editoriales y culturales.

También es indispensable explorar el desarrollo de flujos de trabajos, y la constante revisión y actualización de programas y aplicaciones disponibles para la toma de decisiones en relación a una determinada publicación o proyecto editorial digital. En referencia a este objetivo, y dada la variedad de pantallas que existe en la actualidad —en contraposición de la página estática de papel— supone un desafío desde el punto de vista del diseño en sí, es decir es importante considerar desde el principio que la publicación sea adaptable, para garantizar una buena experiencia de lectura en la mayor cantidad de pantallas posible. A esto se agrega la particularidad de la forma de lectura en pantalla, que generalmente es discontinua, con búsqueda a través de palabras o rúbricas temáticas, sin que sea necesariamente la totalidad textual que contiene este fragmento. (Chartier, 2018).

Estos cambios también conllevan la reformulación del perfil del editor, ya que este necesitará sumar conocimientos particulares y específicos sobre el tema y concebir la publicación y las diferentes relaciones que de ella se generan, desde otro lugar y con otras herramientas.

Es necesario y fundamental no perder de vista lo que está pasando a nuestro alrededor para poder adaptarnos a nuevas tecnologías, teniendo en cuenta las necesidades del lector o usuario.

2.2 Un camino recorrido en la línea de tiempo de ebooks

1971: El Proyecto Gutenberg es la primera biblioteca digital.

1990: La web impulsa el desarrollo del internet.

1993: La Online Books Page inventaría los ebooks gratuitos.

1994: Cada vez más textos están disponibles en la web.

1995: Amazon.com es la primera gran librería online.

1996: Algunos editores se lanzan al internet.

1997: La convergencia multimedia es objeto de un coloquio.

1998: Las bibliotecas se instalan en la web.

1999: Les bibliotecarios se convierten en cibertecarios.

2000: La información se hace multilingüe.

2001: Copyright, copyleft y Creative Commons.

2002: La web se convierte en una vasta enciclopedia.

2003: Las novedades están disponibles en versión digital.

2004: Los autores están creativos en la web.

2005: Google se interesa por el ebook.

2006: Vamos hacia una biblioteca digital planetaria.

2007: Podemos leer en varios aparatos electrónicos.

2008: Los ebooks están omnipresentes.

2011 se implementan los ebooks 3.0 como respuesta a algunas problemáticas presentadas (interactividad, videos, audios, y otros).

Según Marie Lebert (2009) ⁸ como se ve en esta línea de tiempo, el ebook nace con el Proyecto Gutenberg, en julio de 1971, creado por Michael Hart con el objetivo de distribuir gratuitamente las obras del dominio público de manera digital. Lebert describe el proceso histórico y los acontecimientos que fueron sucediendo de forma cronológica desde su origen, y donde podemos visualizar, a grandes rasgos, que se fue desarrollando de acuerdo al contexto. En esta línea faltaría agregar las

⁸ Disponible en <http://www.gutenberg.org/ebooks/29803>

evoluciones dadas a partir del 2020 y cómo la tecnología, en este caso aplicada al ebook fue condicionando su despliegue.

En un sentido etimológico, se denomina eBook o e-book, a la versión electrónica o digital de una publicación. Es importante aclarar que esto no significa que un ebook sea la versión electrónica o el complemento de una publicación en formato impreso. De hecho, existen libros puramente digitales que son pensados y desarrollados sin su contraparte impresa y, a la inversa, existen libros impresos que no cuentan con una versión digital.

Los ebooks requieren de un software específico para su lectura en un dispositivo, si bien en la actualidad se puede acceder a la lectura de ebooks en diferentes aparatos con softwares instalados para ese fin, tales como computadoras, tablets, celulares, etc, existen dispositivos de lectura específicos para este tipo de publicaciones, denominados e-readers. A veces se confunde este último con el término ebook, cabe aclarar que el ebook es la publicación electrónica y el e-reader es el dispositivo que nos permite llevar adelante la práctica de lectura. Estos ofrecen múltiples ventajas para llevar a cabo la lectura de publicaciones digitales, entre las que se destaca la portabilidad, la gran capacidad de almacenamiento, el uso de tinta electrónica que no cansa la vista, la duración de su batería, entre otras. Por su lado los ebooks pueden adquirir múltiples formatos finales, fluido o fijo, dependiendo del flujo de trabajo que se utilice para su obtención. El formato final es importante porque determinará los dispositivos electrónicos y/o softwares compatibles para la lectura.

Los formatos más utilizados son:

- ePub: es el acrónimo de la expresión inglesa electronic publication y es uno de los formatos más extendidos y empleados para ebooks en la actualidad. Utiliza la extensión de archivo “.epub”, es de código abierto –esto quiere decir que cualquier desarrollador puede modificarlo– y es interpretado por casi todos los softwares de lectura para la mayoría de las tablets, computadoras y teléfonos inteligentes, y, excepto por Kindle, es soportado por la mayoría de los e-readers.

- Mobi: creado por la empresa Mobipocket SA, y es la abreviatura de la misma. Utiliza la extensión de archivo “.mobi” y fue adoptado por Amazon Kindle para la mayoría de sus dispositivos de lectura.

- AZW: Utiliza la extensión de archivo “.azw”, es un formato creado por Amazon y desarrollado específicamente para las últimas versiones de sus dispositivos de lectura Kindle.

- KF8: (o AZW3) también de Amazon, tiene estándares actualizados de HTML5 y CSS3 por lo que posee mayor versatilidad en relación con la adaptación a diferentes pantallas y soporte de elementos interactivos.

A las primeras generaciones de ebooks se las conoce como 2.0, las cuales presentan algunas limitaciones en cuanto a interactividad, video, audio, anotaciones, y otras. En 2011, se implementaron los ebooks 3.0, que actualizo el formato para dar respuesta a algunas de las problemáticas mencionadas. Hoy la mayoría de los lectores soportan ambas versiones, aunque no existe un formato universal de ebook legible por todos los aparatos y, si bien los formatos cuentan con limitaciones, en general soportan la admisión de audio, vídeo, imágenes, y otros contenidos como publicaciones interactivas. Si bien los e-readers cuentan con un programa dentro del dispositivo, la lectura se puede realizar en otros aparatos electrónicos (computadoras, celulares, tablets y otros), pero para ello es necesario contar con softwares específicos para la lectura de publicaciones digitales entre los que podemos mencionar: Google Play Books, Apple Books, Aldiko, Kindle Cloud Reader.

Otra característica de los ebooks, a diferencia de las publicaciones impresas y de otros tipos de publicaciones digitales con formatos cerrados como los PDF, es que cuentan con texto fluido, que se reacomoda y “fluye” según el tamaño de la pantalla y las configuraciones de formato que el lector realice. Se puede optar por un formato cerrado, en el que el lector no realice modificaciones significativas, puede optar o por formato abierto que le da al lector la posibilidad de ajustar el formato a sus preferencias de lectura. Dependiendo del dispositivo de lectura o el software, también se puede modificar el tipo de fuente, tamaño, la orientación vertical u horizontal, alineación del texto, el interlineado, el color de fondo, y otros. También,

algunos permiten realizar comentarios en el ebook, utilizar diccionarios o traductores, resaltar contenido, navegar a través de la tabla de contenidos interactiva, proponiendo una práctica de lectura completamente diferente a la de otras publicaciones.

Estas posibilidades, de que el texto se adapte a la pantalla y al gusto del usuario, sumado a poder “interactuar” con el contenido, cambia la experiencia de lectura y vuelve personalizable al ebook.

2.3 Nuevas lecturas

Durante mucho tiempo el núcleo central del conocimiento ha sido el saber escrito de los libros dejando de lado la enseñanza derivada de otros lenguajes o medios. Actualmente esto cambió, produciendo una dicotomía entre la superioridad de la cultura escrita de los libros, que parece ser la ideal para el estudio y aprendizaje, y la cultura actual de pantallas compuesta por imágenes, multimedia y audiovisuales que educan, cautivan e informan de manera conjunta con los libros. Como consecuencia de esto va mutando la manera de interactuar con las nuevas formas de lectura, generando una nueva relación y participación entre creadores y re-creadores de significado, o sea entre escritores y lectores. Por texto se puede considerar cualquier forma de comunicación que viene expresada a través de un sistema de signos. Una página, una imagen u otros elementos pueden existir en diferentes lugares a la vez, considerando que se pueden enlazar en sitios y momentos diferentes.

Carlos Scolari (2013) sostiene que en el esquema tradicional el conocimiento estaba en el libro, y el educador tenía un rol de mediador. Hoy el conocimiento se concibe de manera diferente, como un trabajo colectivo basado en el diálogo, y es allí donde las tecnologías ocupan un rol central, en el fomento de la interacción a partir de nuevas herramientas.

El libro electrónico o ebook puede ser tanto de orden literario como académico, técnico o especializado. La lectura informativa y formativa va a representar un importante porcentaje del ebook para todos los niveles educativos, desde primaria a la universidad. Y en este ámbito se están preparando las editoriales porque va a suponer el grueso del mercado de la edición en versión digital, sobre todo a partir de

la pandemia que modificó los hábitos cotidianos en todo sentido, y que fortaleció la incorporación de la tecnología a nuestras vidas.

Alejandro Piscitelli, en *“La imprenta del siglo XXI”* dice que Internet es un soporte intelectual, como en su momento lo fueron la inscripción en piedra, el papiro, el papel, y recientemente los soportes electromagnéticos. Lo que sucedió en Internet, que en principio fue el espacio privilegiado del texto y del blanco y negro, pero terminó estallando en una paleta de nuevas formas expresivas y de nuevas formas de enseñar, aprender, negociar y entretener, similar a lo que sucedió con todas las tecnologías de los medios, aceptando así la gran transformación que constituye, también, en la industria editorial la introducción del libro electrónico.

Por su parte Francisco Albarello opina que debido a los cambios tecnológicos, introducidos por las tecnologías de la información y la comunicación y a la proliferación de dispositivos digitales para la producción, circulación y consumo de contenidos, ha puesto en crisis el concepto tradicional de lectura, encontrándonos frente a una revolución que abarca también a las formas de leer. Para dar cuenta del aspecto interactivo que se pone en funcionamiento cuando se lee es necesario añadir la idea de navegar, conformando así la idea de leer/navegar.

Al libro electrónico (ebook) se le considera el tercer gran hito de la edición en el orden histórico tras el paso de la cultura oral a la escrita (manuscritos) y el posterior nacimiento de la imprenta de Gutenberg, en el siglo XV, que nos ofreció, por primera vez, el libro impreso sobre papel que venimos leyendo desde entonces, y que seguiremos tras sus pasos por un buen tiempo.

Roger Fidler (1998) plantea que los medios no se reemplazan unos a otros, sino que “coevolucionan” en forma interdependiente en virtud de la “mediamorfosis”, que hace que los rasgos predominantes del viejo medio se propaguen al nuevo. En un momento inicial el nuevo medio parece cumplir funciones similares al viejo, para luego diferenciarse y ocupar un nicho particular en el sistema de medios. Al mismo tiempo, el medio viejo se adapta al nuevo ecosistema para sobrevivir. Y así cada medio tiene su “lugar” en este ecosistema, que como tal su sistema es de retroalimentación.

En la actualidad, y hace ya un tiempo, los entornos en los que leemos son básicamente digitales, y entre las nuevas oportunidades que se abren, se destaca una posible transformación de la lectura en un proceso más democrático, donde las nuevas formas de leer se hibridan y funden con las tradicionales. En la misma línea en la que Fidler definió con el concepto «mediamorfosis» (1998), el lector ya no tiene el único papel de decodificar e interpretar información textual, como ha estado haciendo durante más de quinientos años, ahora tiene un perfil cognitivo y actuaciones muy distintas, moviéndose en un vals constante de intervenciones, donde todos sus sentidos están involucrados y donde el escribir y el leer se hacen cómplices en la acción.

Proyectos de todo tipo han intentado reconceptualizar el libro a través de diferentes medios, actualizando la interfaz a través de la cual nos encontramos con él según los nuevos desarrollos. La digitalización facilita muchas de las posibilidades ya inherentes al libro impreso. El código es un mecanismo de almacenamiento y recuperación. Un dispositivo digital puede almacenar enormes cantidades de libros. Los libros pueden indexarse, traducirse y establecer concordancia de términos para facilitar la investigación, los libros digitales también. Tanto el libro físico como el digital pueden resultar experiencias multimedia interactivas.

En líneas generales los dispositivos digitales de lectura van buscando proporcionar acceso a la literatura, a materiales de referencia y de conocimiento, a través de interfaces que apuntan a generar una experiencia de lectura con valor agregado, basada en las utilidades del código y tomando como experiencia las conductas adquiridas. (Borsuk, 2020).

La Red nos brinda la oportunidad de leer desde una perspectiva potencialmente más abierta y con múltiples lentes, donde las reglas del juego cambian y los factores involucrados se multiplican, gracias a una experiencia generadora de conocimiento, emociones y creatividad.

En la lectura hipertextual el construir y de-construir se hacen constantes y son partes del devenir. Para moverse por sus caminos son necesarias atención, destrezas cognitivas, flexibilidad y memoria. Para hipervincular toda la información y así generar una nueva manera de leer.

2.4 El eBook y la pedagogía

En los escenarios educativos contemporáneos las tecnologías de la información y la comunicación proponen nuevas posibilidades. Enseñar, hoy, aprovechando estas nuevas oportunidades implica pensar, básicamente, en su sentido didáctico de modo tal de acercarnos a la creación de propuestas originales, a planteos que permitan pensar en el ensamble de la tecnología y la educación, a mirar en perspectiva considerando las variables de los públicos. Desde el punto de vista pedagógico, Núria Molas Castells (2018) analiza el conocimiento desde la tecnología. Según la autora, aquello que caracteriza a la revolución tecnológica actual no es el carácter central del conocimiento y la información, sino la aplicación de ese conocimiento e información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de la información/comunicación, en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos. Las nuevas tecnologías de la información no sólo son herramientas a aplicar, sino procesos a desarrollar.

En el escenario pandémico mundial estos procesos se manifestaron aceleradamente dado la rapidez en el accionar requerido para continuar no solo con la educación como parte importante del desarrollo, sino también con todas las actividades que hacen a la cotidianeidad y que se vieron coartadas por la no presencialidad.

Así las posibilidades que otorgan los entornos de aprendizajes ubicuos constituyen un camino hacia un modelo pedagógico innovador en el campo de la enseñanza en general. Al mismo tiempo, este nuevo contexto, trae nuevas prácticas de aprendizaje alejadas de la lectura lineal y más cercanas a nuevas narrativas que traen consigo la hipertextualidad, multimedia, realidad aumentada y otras experiencias que abren nuevos escenarios para la adquisición de conocimientos que facilitan la interacción, la exploración y la investigación.

En este universo conviven los ebooks, o libro electrónico, Por su parte, algunos autores consideran importante diferenciar un ebook de un hipertexto, considerando a este último como destinado a la estructuración de la información a través de enlaces, mientras que un libro electrónico se ha definido, anteriormente, como la versión digital de un libro.

La praxis de una lectura digital implica una reflexión crítica sobre los movimientos en la web, y una acción constructiva coherente gracias a una educación que enseñe a buscar y a focalizar apropiadamente en los espacios virtuales, y que sepa crear las condiciones para que ciudadanos y ciudadanas del siglo XXI sean parte activa de su comunidad y generen discursos propios. Una cuestión directamente vinculada con las sociedades que pretenden ser auténticamente democráticas.

La tecnología ha creado la era de la información, pero sigue dependiendo del uso que hagamos de ella la consecución de una verdadera sociedad del conocimiento.

Así Francisco Albarello desde sus libros *“Leer / navegar en Internet”* (2011) y *“Lectura Transmedia. Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas”* (2019) realiza un enfoque centrado en la ecología de los medios y cómo los cambios tecnológicos producen cambios culturales en los modos de transmitir y recibir información. Albarello rescata las nuevas capacidades que desarrollan los lectores en este nuevo ecosistema a través de la pantalla, que al mismo tiempo genera un nuevo tipo de lectura más inclusiva con diversos tipos de textos como son los escritos, sonoros y lúdicos.

Por su parte, Cristóbal Cobos (2019) realiza una crítica respecto a los límites de la tecnología y expresa la necesidad de facilitar herramientas tecnológicas que favorezcan el pensamiento crítico y permitan enfrentar nuevos problemas.

Los seres humanos atesoran un pensamiento que acumula datos e información por asociación de ideas, de imágenes, de percepciones y sensaciones. Así que el entorno digital parece ser el ambiente privilegiado para poder fomentar aprendizajes y construir conocimientos colectivos utilizando distintos códigos lingüísticos.

En este sentido hay que indicar una de las teorías con más relevancia sobre la interconexión en Internet, el conectivismo, definido por uno de sus principales exponentes, George Siemens, como «La integración de principios explorados por las teorías del caos, redes, complejidad y autoorganización. El aprendizaje es un proceso que ocurre en el interior de ambientes difusos de elementos centrales cambiantes, que no están por completo bajo control del individuo» (Siemens, 2004:7).

El hipertexto se configura como el «supuesto terreno fértil» para que todos estos elementos se puedan conectar, activando y permitiendo una lectura que tiene parte de su razón y de ser gracias a los múltiples factores que convergen en la red.

Al mismo tiempo los diferentes protagonistas involucrados en el proceso educativo, tales como docentes, investigadores y pedagogos deben repensar la adaptación del aprendizaje a los dinámicos cambios que vienen de la mano de la incorporación de las tecnologías, incorporando los dispositivos móviles en la enseñanza y en los diferentes contextos formativos como así también culturales, ya que a través de los ebooks se incorporan conocimientos y se desarrollan nuevas competencias introduciendo a los lectores en un aprendizaje social, y promoviendo así una socialización digital.

Así Silvia Coicaud introduce un análisis acerca de la enseñanza y aprendizaje a través de materiales tecnológicos, y los desafíos de las Tics en los escenarios actuales. Y reflexiona que, los recursos multimedia surgidos a partir de los años 90 parecían augurar el fin del reinado del libro. Sin embargo se observa que los avances de la informática no son incompatibles con el soporte en papel, tal como lo demuestran las actuales tendencias de las imprentas y cadenas gráficas. Se suma a esto que los recursos multimedia requieren de una infraestructura más o menos compleja para poder funcionar y la incomodidad, por parte de algunas personas de leer en pantalla cuando se trata de textos largos. Lo importante a destacar, y que resulta criticable, es el pensar que los diferentes medios son antagónicos sin poder llegar a convivir unos con otros.

Actualmente, investigadores de la Universidad de Surrey desarrollaron un nuevo proyecto bajo el nombre Next Generation Paper (NGP), un formato híbrido entre el papel y lo digital, que permite al lector obtener información de ambos formatos, permitiendo activar contenido digital con un simple gesto como deslizar un dedo por la página de papel y recuperar contenido multimedia en un dispositivo.

George Bairaktaris, investigador de la universidad , e integrante del equipo de Next Generation Paper, asegura que este modelo 3G brinda la posibilidad de utilizar libros aumentados para diferentes áreas, entre ellas la educación.

Los materiales comunican contenidos y sirven para transmitir teorías, también para motivar a los alumnos, orientarlos en los procesos cognitivos y así adquirir destrezas y conocimiento. Por esto es importante resaltar que más allá de las particularidades que aportan los nuevos desarrollos tecnológicos, la lectura crítica que puede efectuarse de los materiales para la enseñanza y el aprendizaje de los campos del saber, no se circunscriben tan sólo a las impresiones en papel, sino que abarca también a los diversos medios electrónicos. El acceso a los conocimientos mediante sistemas de hipertexto está constituido por diferentes canales -escrito, oral, audiovisual, animación, gráfico- que debido a su alta capacidad de almacenamiento permite utilizar de manera flexible una enorme cantidad de textos escritos, imágenes, gráficos como así también material audiovisual a través de técnicas de comprensión.

Esta nueva alfabetización, denominada multimedia, es la capacidad de decodificar, evaluar y comunicarse en una variedad de medios tanto actuales como tradicionales, para poder comprender el mundo actual.

2.5 El eBook temerario

Igarza (2010) sostiene que la desmaterialización del objeto libro tal como se lo conoce provoca naturales resistencias y ambigüedades, aún hoy. Un libro es algo que físicamente está, un objeto de valor, y aunque lo que cambie sea solo el objeto y no el transmisor de significado, el ebook es considerado inapreciable para una amplia mayoría de lectores. Las razones son múltiples y a analizar, y dependen de factores personales vinculados a las prácticas de lectura, discapacidades para la lectura en pantalla, acceso a la tecnología, tipos de dispositivos, formas de relación con el sistema cultural- mediático y con los nuevos medios.

“Ante la hibridez de los mercados futuros donde convivirán libros en diversos soportes, la materialidad seguirá siendo importante si aporta a la experiencia del usuario.” (Igarza, 2010: 47).

Hay muchos temores en torno al libro electrónico o eBook, que si bien son lógicos frente al cambio cultural que producen, conforman también una gran oportunidad para facilitar la lectura, ayudar en la educación, y otras experiencias comprobadas en la situación transcurrida durante la pandemia mundial. De modo similar ocurrió con

la prensa electrónica y no se ha dejado de leer periódicos, sí, las empresas de prensa se han resentido económicamente teniendo que acomodarse a las nuevas formas, y transformándose junto a los cambios impuestos por la tecnología. Con los libros ocurrirá lo mismo, aplicando la creatividad para lograr la convivencia de los medios. Lo fundamental es que los ciudadanos sigamos leyendo sin perder la libertad de elección de contenidos.

El libro electrónico es una gran herramienta para la cultura y la educación para cualquier ciudadano del mundo que quiera leer, investigar o enseñar de manera globalizada. Lo que es responsabilidad del conjunto de protagonistas es evitar que la digitalización nos lleve a un poder omnipresente que controle la edición, la distribución digital de títulos y su preservación, que controle los contenidos, teniendo en cuenta los inconvenientes técnicos para lograr los objetivos.

En Argentina, dada la trascendencia del libro para los procesos educativos y culturales, la relación entre el Estado y el sector editorial se encuentra vinculada con aspectos crediticios, impositivos y de fomento asociados a la industria editorial. Las políticas más significativas al respecto son: exención del IVA, [ley de fomento del libro y la lectura \(No 25446\)](#), [ley de precio único](#) (o ley de defensa a la actividad librera, No 25442)⁹, imposición a la industria editorial del envío de ejemplares a bibliotecas públicas nacionales ([Ley 25442](#), Art 11), políticas que garanticen la diversidad cultural, estímulos a la creación literaria.

En este contexto, las bibliotecas públicas nacionales, son ejemplos representativos de la relación entre el Estado y la ciudadanía. Vale aclarar que en la era digital, conviven obras intelectuales impresas (consensuadas como libros) con aquellas que son sostenidas en otros soportes, como los servidores y los formatos digitales.

La evolución primera se asocia con la transición y mutación del libro. A pesar de la ruptura perceptible, los nuevos soportes no dudan en identificarse como libros. Los libros electrónicos o ebooks irrumpen en el escenario editorial como consecuencia directa de la desmaterialización y desterritorialización que permiten las nuevas tecnologías y transforman el soporte en el cual se materializa. Por otra parte los modos de lectura varían en función de las finalidades de cada lector, es decir de

⁹ <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/70000-74999/71549/norma.htm>

acuerdo al objetivo que persiga el mismo, como así también de acuerdo a la situación en que se encuentre y de acuerdo a esto desplegará la estrategia que puede incluir cuestiones como elegir textos largos o cortos, un determinado dispositivo u otro, o que esa lectura cumpla con determinadas funciones (estudio, entretenimiento, información). Es decir que el lector circula en un texto según sus necesidades.

Por su parte el libro electrónico está transformando profundamente el ámbito editorial. Establece una nueva manera de escribir, leer y organizar los fondos bibliográficos, piezas clave en la cultura y la educación del ciudadano (Armañanzas, 2000). A pesar del temor al libro electrónico, éste ofrece una gran oportunidad para la alfabetización de las personas de todas las edades. Como otros medios, el eBook se suma a otras herramientas y recursos de comunicación que nos facilitan el acceso a la información que habremos de convertir luego en conocimiento (Armañanzas, 2000).

Las bibliotecas, por su parte, se van sumando a la nueva etapa de lectura digital que estamos viviendo. Además de digitalizar sus fondos, ofrecen información y servicios sobre los mismos vía digital. De esta manera, los lectores tienen acceso a las grandes bibliotecas del mundo y pueden recorrer los ficheros electrónicos de millones de libros y encontrar, por ejemplo, ejemplares agotados y descatalogados. Es posible consultar catálogos completos de bibliotecas (también de editoriales) y leer en su integridad revistas de ciencia, negocios, artes, que se encuentran completamente digitalizadas en bancos de datos. Aunque todavía hay fondos cuya consulta electrónica no es posible, se están abriendo nuevos servicios que estrechan relaciones entre lectores y centros, como el envío al investigador por correo electrónico de informes detallando los últimos artículos publicados en las revistas seleccionadas (Armañanzas, 2000).

Definir cómo leemos en los espacios digitales, con qué códigos, es un proceso aún por desarrollar: las aportaciones colectivas, millones de usuarios conectados en la Web creando inéditas formas, serán imprescindibles a la hora de generar una gramática digital. Efectivamente esta lectura «tridimensional» es algo totalmente nuevo tanto para autores, como para las personas acostumbradas, desde siempre,

a las dos dimensiones. Resulta fundamental, antes que nada, aproximarse a definir las características de nuestras formas de leer en un mundo de signos evanescentes y cambiantes.

La relación entre el lector (estudiante, profesor, ciudadano) y los libros está cambiando de manera acelerada y significativamente, y se modificará mucho más. Ahora, consideramos como importante que el acceso al material para leer sea rápido, continuo, extenso, fácil, que se pueda repetir, imprimir, “que nos lo guarden” en vez de almacenarlo u ordenarlo nosotros en una biblioteca o en archivos. Y esto nos lo facilita Internet. Hay que tener presente la cantidad de hogares, incluso del llamado mundo desarrollado, en los que no hay físicamente una biblioteca, menos aún que sea rica, que esté estructurada, es decir, que suponga un conjunto de libros que guardan un orden interno y que alguien de la familia la domine por haber leído las obras y sepa cuáles son las interesantes. En este sentido es importante el acceso a una biblioteca que puede ser física, pero, al menos, que sea virtual y que acerque los libros al lector si no los posee.

Igarza (2010), proponía resolver algunas tensiones producidas ante el advenimiento de las transformaciones dadas por la digitalización, considerando que el análisis debía centrarse en:

- Valorización de los contenidos, o sea los derechos de autores y editores y la preservación de la remuneración frente a los proveedores de acceso a esos contenidos, quienes pretenden organizar y modificar la cesión de derechos de uso de lectura en el mundo digital. El autor menciona dos elementos esenciales a tener en cuenta: la propiedad intelectual y la fijación de precios por parte de los editores.
- También la tensión entre un sistema que preserve cada uno de los actores de la cadena de valor o el principio darwiniano que considera que se es más rentable o eficiente si algunos de los actores predominan sobre el resto.
- la tensión fundada en la elección de publicación de libros en papel, o electrónicos, o fórmulas más innovadoras como los híbridos, una combinación entre ambos. Aquí la definición consiste en qué producto y qué fórmula para cada mercado investigado previamente y sin dejar de perder en foco la dinámica de las variables y las condiciones autorales.

- Y por último, menciona la tensión en cuando comenzar a invertir en nuevas producciones digitalizadas para su distribución en plataformas, esto tuvo una aceleración “natural” cuando la pandemia sorprendió al mundo entero.

Capítulo 3. Las Narrativa Transmedia son lectoras

“Narrativa transmedia: EXPANSIÓN del relato a través de varios medios, COLABORACIÓN de los usuarios en ese proceso expansivo”.
(Scolari, 2013: 61)

Con el surgimiento de la sociedad digital, se renueva el interés por la narrativa y en especial por su relación con los medios digitales y el aumento exponencial de las opciones de creación, difusión y distribución de la información. Una consecuencia es la aparición de narrativas digitales y otras formas textuales posibles a partir de la digitalización, como lo es el hipertexto.

“¿Una historia siempre es una historia sea digital o analógica? Sigue vigente un debate sobre si un relato es independiente de la técnica que se utiliza para explicarlo y si, por lo tanto, podría ser transportado de un libro a un blog sin perder su esencia. O, por el contrario, si la herramienta o la técnica utilizada puede variar la naturaleza de la narración”. (Molas Castells, 2018: 21)

La narrativa digital se diferencia en la narrativa analógica, en los procesos de creación, los lenguajes, las herramientas, en los canales mediáticos. Diversos trabajos se han centrado en describir las características específicas de la narrativa digital, el grado de interactividad y las nuevas formas de vinculación de los lectores, que analizan las opciones de creación colectiva que ofrecen las herramientas digitales en contraposición a las narraciones impresas (Murray, 1999).

Tabla 1. Comparativa entre narrativas impresas y narrativas digitales

Narrativas impresas	Narrativas digitales
Preconstruidas.	Maleables. La navegación depende del propósito del lector.
Integración de secuencias (presentación, desarrollo, cierre).	Pueden no tener un inicio ni un final preestablecido o no ser igual para todos los lectores.
Argumento lineal.	Argumento segmentado o combinación de líneas argumentales.
El autor es sinónimo de creador.	El lector puede optar a ser creador al mismo tiempo.
Se experimenta en un modo de lectura pasiva.	Se experimenta de forma activa, pues se realizan acciones que afectan al desarrollo de la narración.
Tiene un final cerrado no modificable.	El desarrollo y el final pueden variar en función de las decisiones de los lectores.

Fuente: elaboración propia.

Gráfico 5. Castells, N (2018) La guerra de los mundos.
Narrativa transmedia en educación.

Esto permite observar que hay dos elementos -la interactividad y la multimodalidad-, y describe las opciones que ofrece la narrativa digital respecto a la tradicional.

La interactividad, dado las opciones que propone relacionadas a las posibilidades de participación de los lectores que contribuyen al desarrollo y distribución de la narración, es uno de los elementos más notables de las narrativas digitales. Cabe recordar que existen narraciones digitales que son secuenciales, que pueden ser multimediales, pero que cuentan una historia lineal, con un argumento no modificable y sin opciones de interactividad.

Una narración digital puede utilizar de forma concomitante elementos visuales o verbales, música o sonidos, entre otros. Kress (2010) pone de manifiesto los cambios en las relaciones entre la imagen y el lenguaje, fácilmente integrados en las narrativas digitales. Un libro, como narración textual también puede incluir imagen, pero, a diferencia de la narración digital, la relación entre los distintos modos es

generalmente jerárquica. En el libro impreso, el texto tiene una relevancia central y el dibujo lo acompaña. En cambio, en las producciones digitales, los diferentes modos pueden tener el mismo nivel de representación. La digitalización ofrece nuevas posibilidades que llevan a pensar en nuevas formas de crear, reproducir y difundir relatos, generando redes de audiencias, de imágenes, de sonidos, de narrativa originando una dimensión más profunda en cuanto a los personajes, historias y puntos de vista.

Producir narrativas digitales permite a las personas crear sus propias historias, conjugando las prácticas comunicativas de la vida cotidiana con el lenguaje audiovisual, transformando así esa experiencia personal en un producto reconocido en la cultura pública compartida.

3. 1 ¿Qué es una narrativa transmedia?

Cuando en 1990 Tim Berners-Lee, investigador del CERN en Ginebra, compartió un paper entre colegas en el cual proponía la creación de una «web of notes with links», no imaginaba que daba comienzo a la revolución mediática más importante desde la invención de la imprenta. Pero Internet no solo es «la imprenta del siglo XXI» (Piscitelli, 2009) ya que esta transformación es mucho más profunda y rápida que el proceso iniciado por Gutenberg en el siglo XV.

Por otro lado, la Web no es «un medio más», es un gran nicho dentro del ecosistema de medios que, desde su aparición, no paró de generar nuevas formas disruptivas de comunicación. En ella surgieron y siguen surgiendo diferentes redes sociales, también Wikipedia y los blogs, así la Web es un espacio abierto a la innovación donde se generan nuevos entornos y experiencias comunicativas. Al mismo tiempo esta profusión de nuevos medios y plataformas ha transformado el consumo mediático.

En cuanto al concepto de narrativa transmedia (transmedia storytelling) fue introducido por Henry Jenkins en un artículo publicado en enero del 2003 en Technology Review, la revista del MIT de Boston (Jenkins, 2003). Podemos decir que una narrativa transmedia tiene dos rasgos que la caracterizan: expansión narrativa y cultura participativa (Scolari, 2013).

Al mismo tiempo una narrativa transmedia es un relato que se cuenta a través de múltiples medios y plataformas, y un componente importante es que una parte de

los lectores no se limitan solo a consumir el producto cultural sino que amplían el mundo narrativo con nuevas piezas textuales.

En el texto “ADN de las narrativas transmedia” de la unidad 1 del módulo homónimo, Denis Renó opina que las NT fueron desarrolladas naturalmente por la sociedad contemporánea, y es un cambio que está transformando los procesos mediáticos.

Las Narrativas transmedia se van conformando a partir de cambios comportamentales y contemporáneos como la movilidad, interactividad, la participación, junto a la construcción de espacios, nuevos canales y sus consecuentes contenidos mediáticos.

Por su parte las teorías tradicionales de la comunicación no llegan a comprender, aún, dichos cambios, y el protagonista sigue siendo el emisor y las posibilidades de interactuar con el contenido están limitadas a las interpretaciones de los mensajes.

Entre las principales corrientes académicas relacionadas al estudio de los medios y a la comunicación, la que más se acerca a la transformación en una sociedad transmediática es la Ecología de los Medios, compartida especialmente por Marshall McLuhan y Neil Postman, para quienes en su momento era inimaginable que la sociedad pasaría a comunicarse de manera tan “líquida”, no estructurada y libre de barreras físicas e independiente de los medios de comunicación masiva.

Así Renó opina que Transmedia es un lenguaje contemporáneo que posibilita al usuario una navegación física y/o virtual, de retroalimentación y participación a través de contenidos distintos, complementarios y que se relacionan entre sí.

Por su parte, Crossmedia es una estrategia narrativa que a partir de distintas plataformas de lenguaje, adapta el mismo mensaje a las características de cada plataforma. El mensaje es el mismo “adaptado-adoptado” por las distintas plataformas. Tanto transmedia como crossmedia son pensadas para proyectos multiplataformas, que pueden ser de lenguaje o físicas.

Al hablar de los mundos narrativos, se hace referencia a un espacio explorado por los destinatarios e integrado por diversas tramas narrativas. Al hablar de narrativa transmedia el mundo narrativo se materializa a través de diferentes medios,

lenguajes y plataformas, tanto digitales como analógicos. Es una única historia en la que se interrelacionan líneas argumentales, personajes, lugares y momentos que se presentan en diferentes medios y en distintos momentos. Videojuegos, novelas, películas, cómics o cualquier otro medio son piezas de una única narración que puede quedar completa si se encajan todas las piezas dispersas. Cada uno de los medios, posiblemente a través de distintos lenguajes, permite expandir la narración, conformando así un mundo narrativo que puede ampliarse tanto como la complejidad de la historia o de sus producciones lo permitan. Al mismo tiempo las aportaciones que cada uno de los medios realiza pueden ser únicas; cada pieza contribuye a desarrollar el hilo narrativo de una forma diferente y específica, y cada medio aporta una información o una parte distinta de la historia.

Entonces, las Narrativas Transmedia se expanden a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.). Un lenguaje no se adapta al otro y la historia no es contada igual en todos los medios, sino que cada cual emplea su propio lenguaje para constituir el relato.

El concepto de mundo transmedia nos lleva a una teoría de los mundos narrativos, donde cada uno de estos conceptos trata de nombrar una misma experiencia interpretativa basada en historias que se expresan a través de una conjunción de lenguajes, medios y plataformas.

Entonces, la narrativa transmedia es una historia dispersa en diferentes medios, pero que mantiene coherencia y consistencia en cada una de sus partes en la unión de todas ellas. Un detalle importante y como se mencionó antes, es que dentro del mundo narrativo caben piezas producidas tanto por autores determinados y originales como por la propia audiencia.

Aunque hay un cierto acuerdo acerca de una definición de las narrativas transmedia no es una definición única o cerrada que permita determinar o excluir qué es o qué no es una narrativa transmedia de manera determinante. Hay muchas narrativas transmedia y cada una pone el foco y el interés en alguna característica concreta que puede ser común, mientras coexiste con otras diferenciadas. Esto nos hace replantear colectivamente si es posible una única definición de narrativa transmedia.

Como se mencionó antes, otra fórmula para designar propuestas parecidas a la narrativa transmedia es el crossmedia, que propone una implicación más elevada por parte de la audiencia, para interaccionar con la experiencia y vincularse a ella de una forma más directa. Según Scolari (2013), las características definitorias del crossmedia son:

- La producción del mundo narrativo incluye más de un medio y existe un traslado entre canales, medios y dispositivos.
- La producción está integrada entre todos los medios.
- El uso de más de un medio tiene que servir de apoyo a las necesidades de una historia o de un mensaje.

También podrían añadirse otras características propias del crossmedia, como la integración de espacios reales, así como la distribución de contenidos no solo a través de dispositivos digitales, sino también analógicos. El crossmedia incluye la implicación de los usuarios como un motor para el desarrollo de la historia, entendiendo que sus acciones y decisiones pueden condicionar, en mayor o menor grado, la evolución del mundo narrativo.

Denis Renó plantea que crossmedia es un término que significa la transmisión de un mismo contenido por diferentes plataformas. A diferencia, la narrativa transmedia es un lenguaje que se da a partir de la interactividad en las diferentes plataformas, redes sociales y diversos dispositivos. (Renó Flores, 2012).

Castell (2018) propone tres grandes dimensiones que permiten distinguir una narrativa transmedia de otras narrativas:

- En primer lugar, refiere a la convergencia de diferentes medios, es decir, un relato que entrelaza diferentes hilos narrativos explicados a través de varios medios, dispositivos o plataformas. Aunque cada hilo contenga una parte de la narración, es necesario unirlos todos para tener la forma completa del mundo narrativo de manera holística.
- En segundo lugar, la ubicuidad de la narrativa; lugar y momento en el que se presenta, es decir una historia que, parcialmente, puede desarrollarse en cualquier sitio y en cualquier momento, ya sea por la disposición del usuario o por los canales a través de los cuales se presenta y el contexto en el que se sitúa.

- Y el tercero es el papel de los usuarios y las formas en las que contribuyen a desarrollar la narrativa. El papel de los destinatarios determina y condiciona las otras dos características, y la narrativa transmedia despierta interés por las diferentes formas de contribución de la audiencia, las cuales pueden modificar, ampliar o transformar la narración, y por las prácticas y habilidades que se requieren para poder comprender y crear significado del relato y también para producir, difundir y compartir sus contribuciones.

Más allá de su finalidad de entretenimiento o de aprendizaje, el objetivo es obtener el máximo nivel de implicación de los usuarios, ya sea de tipo cognitivo como también emocional y social, que permita alcanzar una experiencia inmersiva satisfactoria.

3.1.1 Convergencia

Por su parte, convergencia refiere a la acción de converger, de confluir o unir en un único punto. En narrativa transmedia convergencia remite al proceso de juntar los diversos contenidos distribuidos en diferentes medios y momentos para construir e interpretar el relato. El objetivo es que el lector de la narrativa transmedia, pase de una plataforma a otra, construyendo la convergencia donde el relato fluye en múltiples plataformas.

“Convergencia” también puede referirse a la vertiente digital y multimedial del término, que permite el uso simultáneo de voz, texto, datos e imágenes que convergen en un mismo canal”. (Castell, 2018: 40).

La convergencia, nos lleva a pensar en la ecología de medios, entendiendo que la comprensión debe hacerse bajo una mirada sistémica, que permita comprender la relación de los distintos medios e interfaces. Como propone McLuhan (1987) identificar el significado de los medios en relación con otros medios, esto es fundamental para comprender la narrativa transmedia, y que no se trata de unir físicamente medios sino de construir significado.

A modo de resumen, podemos decir que en la narrativa transmedia el concepto de convergencia puede entenderse como la forma de construir significado del mundo narrativo, que a su vez está estrechamente relacionada con la ubicuidad a través de

la cual se presenta y experimenta, y todo ello junto a las exigencias que plantean los usuarios.

La convergencia de medios también puede definirse como una competencia, cuyo objetivo es concentrar la atención de la audiencia en una única historia que proviene de diferentes medios.

3.1.2 Ubicuidad

Cada contribución que forma el mundo narrativo transmedial se realiza desde diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, interactivo), así como medios (cine, cómic, televisión). Cada uno realiza una aportación diferente. Los medios se eligen teniendo en cuenta características y posibilidades en función de lo mejor que sabe hacer cada uno. Pueden presentarse a través de diferentes plataformas y ser, o no, interactivos, y no se limitan a medios digitales, sino que también incluyen medios analógicos y localizaciones reales. Lo importante es que sean estratégicamente planificados para contribuir a la inmersión de la audiencia.

La ubicuidad se relaciona con el tiempo y el espacio en los que se desarrollan las narrativas transmedia, cuándo y dónde se consumen. Las diferentes líneas argumentales que forman el universo narrativo se expanden en distintos medios y plataformas, con nuevos personajes o situaciones que sobrepasan el universo de ficción.

La ubicuidad, tal y como describe Burbules (2009), implica el acceso continuo a la información y a la localización física. El momento de experimentación puede variar según cada destinatario.

3.1.3 Participación

Fernando Irigaray dirá que un relato transmedia supone un acceso desde diferentes puntos de entrada a la historia.

Por su parte, Igarza (2012) plantea cada medio como vías de mediatización que incluyen experiencias que a su vez conllevan maneras diferentes de recepción y apropiación de significado, y que al mismo tiempo pueden mutar la obra original en otras.

En sintonía con esto, en el capítulo la ciudad como plataforma narrativa Fernando Irigaray opina que en una nueva ecología de medios, emergen también nuevos modelos narrativos, donde los diferentes relatos se incorporan a ese ecosistema

habitado por audiencias participativas, dispuestas a interactuar y formar parte de la trama. así los contenidos comienzan a expandirse, se retroalimentan y circulan en múltiples plataformas. (Irigaray, 2014) .

Por esto es fundamental crear y desarrollar producciones orientadas a la participación de las audiencias, que se sientan parte del relato motivando a la interacción que es el objetivo primordial de una narrativa transmedia.

Scolari (2013) dirá que lo que más llamó la atención a Jenkins, que junto a la diversidad de medios por donde circulan los relatos, estos eran expandidos a su vez por los consumidores. Y según Jenkins esta es otra de las características que define a las Narrativas transmedia: el aporte de los usuarios a la expansión transmedia.

Entonces, las narrativas transmedia precisan ser pensadas desde una mirada holística, cada narrativa hacia un todo como relato, sin dejar de reconocer que son más que un relato multiplataforma, enriquecido o participativo. Es un conjunto de relatos que se conforman de manera colaborativa, con el objetivo de multiplicar la experiencia a través de la participación del público.

3.2 eBook y narrativas transmedia

Albarello (2019) define a la lectura transmedia como una evolución de la lectura digital, ya que en las pantallas leemos diferentes tipos de texto, en distintas circunstancias y con diversos objetivos, perspectivas y estrategias de lectura. Si estas prácticas las reunimos dentro del concepto de lectura transmedia podemos definir a esta como una lectura inclusiva de todo tipo de textos, y de soportes que a su vez se relaciona con las prácticas de producción o prosumo del lector.

Las narrativas transmedia comienzan a tener mayor protagonismo a partir de la posibilidad de crear una estrategia que permita contar una historia o transmitir conocimiento de una manera más interactiva. Los lectores en este caso dejan de ser meros consumidores del conocimiento y pasan a ser productores de los contenidos.

Los cambios en el ecosistema mediático han transformado casi un siglo de teorías de la comunicación inspiradas por el modelo del broadcasting, entonces conceptos como «audiencia», «medio» o «comunicación de masas» deben ser revistos. Existe cierta similitud con los nuevos procesos de lectura e interpretación. Néstor García

Canclini (2007) publicó un pequeño volumen titulado *Lectores, espectadores e internautas* donde daba cuenta de estas transformaciones.

Por su parte, el concepto de lector fue trabajado en el marco de una teoría de los campos, ya sea de forma restringida como lector de literatura (Iser, Jauss) o en sentido más sociológico como destinatario del sistema editorial (Chartier, Eco). Por su parte, la definición de espectador, está relacionada al cine, teatro, recitales o televisión. En cambio al hablar de internauta, refiere a un actor multimodal que lee, ve, escucha y combina materiales diversos, procedentes de la lectura y de los espectáculos (García Canclini 2007: 31-32). El autor opina que «ser internauta aumenta, para millones de personas, la posibilidad de ser lectores y espectadores (...). Las pantallas de nuestro siglo también traen textos, y no podemos pensar su hegemonía como el triunfo de las imágenes sobre la lectura. Pero es cierto que cambió el modo de leer» (op. cit.: 78-83).

En el mismo sentido, Scolari propone así el concepto de translector quien debe activar una serie de competencias y experiencias que no están presentes en la lectura tradicional ya que este nuevo lector podría calificarse de multimodal o sea que debe dominar, o al menos conocer, diferentes lenguajes, que van desde el escrito hasta el interactivo.

Los lectores dejan de ser meros consumidores del conocimiento y pasan a ser productores de los contenidos. Al respecto, Carlos Scolari (2010), reflexiona sobre las narrativas transmedia y el aporte de la tecnología cuando “todos los medios cuentan”.

El hipertexto demuestra que, lo que nos han enseñado desde niños en cuanto a leer y a escribir siguiendo un orden secuencial, no es el único sistema apropiado, sino que existe otra dimensión que implica ambas actividades a la vez, con un orden indistinto, y donde se nos presenta la posibilidad de ser co-autores. De este modo, el concepto de autoría se ha modificado tanto con la narrativa digital que Landow, uno de los máximos expertos de hipertextos, se pregunta: «si cabe todavía hablar de una figura tan unitaria en un medio tan disperso» (Landow, 2009: 435). La red nos brinda esta original posibilidad donde una pluralidad de voces conectadas, genera conocimiento. La dimensión interactiva, que es la puerta de acceso a una

nueva figura de “prosumidor”, donde se une el rol de productor al de consumidor, transferido a la producción literaria, modifica completamente el fenómeno lector ofreciendo a las personas la posibilidad de colaborar con el proceso de escritura (y usando cualquier lenguaje) dejando así su huella en la construcción del significado de un hipervínculo, que no termina donde empieza la primera semilla de significado, sino que se mueve en la compleja narrativa construida colectivamente.

En Hacia una comunicación transmedia Irigaray y Lovato (2014) dirán que “Múltiples lenguajes, soportes, dispositivos y géneros son puestos al servicio de un ecosistema de relatos convergentes”. (Irigaray y Lovato, 2014: 116).

Al mismo tiempo en este complejo ecosistema de medios conviven la hipertextualidad, considerada esta como la capacidad de realizar conexiones entre nodos de información, la multimedialidad o medios con características diferentes y la interactividad como la capacidad del usuario para interactuar con el contenido (Canavilhas, 2007: 7).

Estas transformaciones en la lectura no deberían sorprendernos, desde que se inventó la «escritura», las formas de leer han cambiado: de una lectura grupal y declamada en voz alta se pasó, después de muchos siglos, a una lectura silenciosa e individual de textos de autores. Esta manera era considerada «normal», hasta el siglo XXI, donde cada vez más se lee escribiendo y modificando, ya sea cortando, desplazando, cambiando el orden o introduciendo la propia escritura.

Por su parte la interpretación de mundos narrativos transmedia implica conocimiento de las gramáticas de los diferentes sistemas de significación (escrito, audiovisual, interactivo, etc.) de las competencias narrativas, como así también una serie de saberes vinculados a la reconstrucción de las diferentes piezas textuales que lo componen.

En resumen las narrativas transmedia promueven los llamados multialfabetismos, o sea la habilidad para interpretar e integrar en un único mundo narrativo discursos provenientes de diferentes medios y lenguajes.

En esta nueva ecología mediática surge un hiperlector que no solo se limita a integrar e interpretar los diferentes componentes textuales de forma activa sino que,

además, se convierte en un prosumidor (productor + consumidor), concepto introducido por el futurólogo Alvin Toffler (1980) y popularizado en los últimos tiempos.

Para interpretar este nuevo universo narrativo el «lector» debe considerar una serie de competencias y experiencias previas que no están presentes en la lectura tradicional. Debe dominar diferentes lenguajes y sistemas semióticos, desde el escrito hasta el interactivo, incluyendo el mundo audiovisual en todas sus formas.

3.3 El lector transmedia es un lector multimodal

La existencia de relatos fragmentados, que se despliegan a través de varios medios, hace que el lector adopte una nueva forma de interpretación.

Así los datos que existen sobre el nivel de lectura deben ser reinterpretados, ahora la lectura tradicional ha sido complementada por otros medios, y se lee y escribe de variadas maneras. A lo largo de la historia de la humanidad nunca se habían producido o consumido tantos textos escritos, audiovisuales o interactivos.

Los sujetos protagonistas de estas nuevas prácticas pueden ser nombrados de diferente manera: hiperlectores, lectoespectadores, prosumidores, produsuarios, translectores, y otros por venir. Estos conceptos no son más que un intento de aprehender lo nuevo con los esquemas del pasado.

Al mismo tiempo estos cambios nos proponen reflexionar sobre las prácticas culturales desde una perspectiva más transmedia y menos librocéntrica. Cada nueva tecnología presenta nuevas contradicciones y desafíos. Cuando un ecosistema introduce cambios los agentes involucrados y las relaciones entre los mismos también se transforman. Como sostenía Paulo Freire hace medio siglo atrás, quizá lo más saludable sea defender un «optimismo crítico» que permita a las sociedades reflexionar sobre sus propias prácticas y descubrirse «inacabadas, con un sinnúmero de tareas por cumplir» (Freire, 2007:47). Entre esas tareas se encuentra incorporar las nuevas prácticas de lectura, promoviendo los multialfabetismos para consolidar una cultura más libre y democrática.

Capítulo 4. Hacia un diseño centrado en el usuario transmedia

“La novela definió la cultura del siglo XIX,
el cine la del siglo XX,
y la interfaz definirá la del siglo XXI”
Lev Manovich

Las publicaciones digitales, representaron un cambio no solo físico, sino también cultural y social radical para el lector. En cuanto a las particularidades de estas que determinan la producción de significados, diferentes estudios han encontrado patrones de lectura que se repiten, como así también similitudes y diferencias. A partir de esto, por ejemplo en el mundo occidental se lee de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, constituyendo un patrón Z.

En cambio cuando navegamos en la web el patrón más utilizado es F, descubierto en 2006 y vigente aún.¹⁰

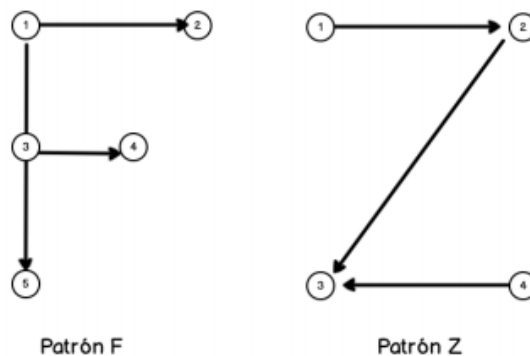


Gráfico 6. Cátedra Publicaciones digitales / Diplomatura

Primero se escanea visualmente la primera línea horizontal de la parte superior de la pantalla, y luego hacia abajo reduciendo hacia la izquierda.

¹⁰ Disponible en <https://www.ionos.es/digitalguide/paginas-web/disenio-web/lectura-digital-como-leen-l-os-usuarios-en-la-web/>

El conocimiento de este patrón es importante para poder organizar la arquitectura de la información, estableciendo jerarquías en cuanto a la importancia de los contenidos. Dada la relevancia de la experiencia del usuario en los proyectos digitales, esta debe ser buena interaccionando con el sistema donde la interfaz sea casi invisible y pensada de manera holística, es decir considerando cada aspecto con un sentido de conjunto, de diálogo, conjugando el diseño funcional y el visual con aspectos que clarifiquen las funciones y así la interfaz resulte intuitiva.

Sin perder de vista esta consigna, Daniela Gonzalez, docente en la maestría en Comunicación Digital Interactiva de la Universidad Nacional de Rosario, considera en la etapa de planificación, diseño y desarrollo de productos digitales interactivos los siguientes pasos a seguir:

- **Planificación, diseño y desarrollo desde la perspectiva del usuario:** previo análisis del público objetivo.
- **Indización de contenidos:** considerando a ésta como la ordenación de datos e informaciones de acuerdo a un criterio común, para facilitar su consulta y análisis, se plantea rediseñar los ítems del menú de forma tal que se presenten de acuerdo al interés del usuario por categorías.
- **Estilos y paradigmas para el diseño de interfaces:** tomar en cuenta cada punto y en conjunto, con un hilo conductor en cuanto a la estética y el contenido.

Como aclara Daniela González en el texto de la unidad 2, “la etapa de pre-producción será la más ardua y es necesario dedicarle el tiempo necesario, todo lo que no hagamos en esta etapa se nos volverá en contra en el avance del proyecto, obligandonos a volver al inicio”.

Para comenzar con el análisis es interesante tener en cuenta las etapas propuestas por José Luis Orihuela y María Luisa Santos en su libro Introducción al Diseño Digital (Anaya 1999). Guía para el planteamiento de proyectos considerando las diferentes áreas involucradas:

Área de redacción

Objetivos

¿Cuál es la finalidad del proyecto? ¿Qué utilidad va a tener? ¿Qué necesidades se propone cubrir?

Género

¿En qué consiste el proyecto? ¿En qué categoría temática se ubica? ¿Engloba el proyecto más de una categoría temática?

Contenidos

¿Qué es lo que se quiere transmitir? ¿Es adecuado utilizar para ello un medio interactivo? ¿Resulta disponible la información necesaria para el proyecto? ¿Hay que elaborar los contenidos originales? ¿Hay que adaptar contenidos ya existentes? ¿Están esos contenidos protegidos por derechos de autor o de copia?

Navegación

¿Cuál es el modelo de hipertexto más adecuado? ¿Cómo accede el usuario a la información? ¿Cuál es el sistema de ayuda previsto? ¿Estará siempre presente el sistema de ayuda? ¿Cuáles son las metáforas más apropiadas? ¿Es posible representar gráficamente los contenidos? ¿Qué grado y tipo de interactividad se ofrece a los usuarios?

Área de Producción

Cliente/Patrocinador

¿Quién es el cliente patrocinador? ¿Puede haber un patrocinador para el proyecto? ¿Coinciden el cliente y el patrocinador? ¿Qué argumentos pueden motivar? ¿Qué target le resulta más atractivo? ¿Cómo se orienta el proyecto hacia ese target? ¿Qué familiaridad tiene con la comunicación digital? ¿Qué limitaciones temporales y económicas plantea?

Usuario

¿Quién es el usuario del interactivo? ¿Qué motivación tiene para utilizarlo? ¿Qué familiaridad tiene con la comunicación digital? ¿Qué equipamiento informático posee? ¿Qué disposición tiene hacia ese equipo? ¿Cuánto tiempo dedicará a navegar la aplicación?.

Presupuesto

¿Qué recursos humanos se requieren para el desarrollo? ¿Hay que contar con especialistas externos? ¿Cuál es la estimación global de horas de trabajo previstas?

¿Qué recursos técnicos son necesarios para la producción? ¿Qué parte del equipamiento hay que adquirir o alquilar, y durante cuánto tiempo? ¿Debe contemplarse una partida para derechos de autor y de copia? ¿En cuánto se estiman los costos de estampado y distribución de soportes off-line? ¿En cuánto se estiman los costos de hospedaje (hosting) y acceso en el caso de soportes on-line? ¿En cuánto se estiman los costos de marketing y publicidad? ¿Qué costo global suponen estos requerimientos? ¿Cómo se ha previsto financiar el proyecto?.

Marketing y Distribución

¿Cómo conoce el usuario la existencia del interactivo? ¿Cómo y dónde accede el usuario a la aplicación? ¿Qué utilidad podría aportar la Red en las estrategias de marketing? ¿Se contempla el uso de la Red como soporte de distribución? ¿Es compatible la comunicación por este medio interactivo con la comunicación a través de un medio tradicional?

Navegación

¿Se ha elaborado una relación de las tareas necesarias para el desarrollo del proyecto? ¿Se han planificado estas tareas en un calendario? ¿Se ha contemplado la utilización de herramientas de planificación para representar gráficamente el plan de trabajo?

Área de Técnica Soporte

¿Existe predisposición o condicionamiento del cliente hacia alguno de los soportes? ¿Coinciden los intereses del cliente con las posibilidades del usuario? ¿Qué ventajas e inconvenientes supondría cada soporte para el proyecto? ¿Se ha contemplado la utilización complementaria de soportes on-line y off-line?

Formatos

¿Qué formatos son especialmente relevantes para la aplicación? ¿Resulta fundamental la utilización de audio, video, animación? ¿Cómo limitarán la capacidad de almacenamiento y la velocidad de acceso? ¿Cómo afecta a la elección de formatos la decisión acerca del soporte?

Maqueta

¿Qué elementos del interactivo conviene desarrollar en la maqueta? ¿Cuáles son los recursos, costos y tiempo necesarios para su implementación? ¿Cuál es el soporte más adecuado para la maqueta?

Área Artística

Estilo

¿Cuál debería ser el aspecto general (gráfico y audiovisual) de la aplicación?

¿Cuáles y quién toma las decisiones sobre estilo del contenido, género y usuarios de la aplicación? ¿Cómo se manifiesta el estilo en el packaging del proyecto?

Diseño Gráfico de Interfaz

¿Qué tipo de interfaz resulta más efectiva para facilitar la navegación? ¿Con qué criterios se ha decidido el tamaño y la disposición de los elementos en la pantalla?

¿Debe adecuarse necesariamente el diseño gráfico de la aplicación a la imagen corporativa del cliente?

Por otro lado siguiendo las etapas sugeridas por Blum:

- Reunión de arranque: para encarar el proyecto presentado se realizan reuniones periódicas según lo requiera el ritmo de trabajo.
- Análisis del público: es fundamental determinar el público objetivo ya que esto determinará el contenido y uso de las piezas comunicativas.
- Análisis del ambiente: Recolección de información disponible sobre el tema a tratar, si se ha desarrollado o realizado algo similar, e Investigar proyectos similares.
- Análisis del contenido: en cuanto a los contenidos se debe considerar que deben también ajustarse a ese público teniendo en cuenta su presentación de manera más audiovisual que en textos, interactivos, innovadores de acuerdo a la disciplina y con buena accesibilidad.
- Análisis del sistema: Investigar qué disponibilidad de equipos tiene el público al que llegará el producto, asegurando que este pueda acceder dados los requerimientos del desarrollo multimedia.
- Decisiones de contenido: Definición de los contenidos del proyecto, conexión que existirá entre ellos, asegurarnos que el contenido cumple con el modelo planteado.

- **Modelo cognitivo:** Para lograr los objetivos es necesario definir el modelo cognoscitivo que se le plantea a los usuarios del multimedia.
- **Diseño educativo.** Este punto es de vital importancia desde y cada uno de sus componentes: metas educativas, objetivos de aprendizaje, decisiones de contenido, modelo cognoscitivo. Cada uno y en conjunto tienen que velar para que el espacio cumpla con la transmisión de conocimiento.
- **Diseño interactivo:** Aquí se determina qué nivel de interactividad se le otorgará al usuario y analizar que la misma esté relacionada con los objetivos planteados.

La interactividad, se puede clasificar en tres niveles:

- **Interactividad baja:** limitada acción sin posibilidad de elección.
- **Interactividad media:** el ejemplo típico sería la navegación que realizamos en la red, donde se puede elegir el recorrido de acuerdo a los intereses.
- **Interactividad alta:** cuando no sólo navegamos por la información, sino que tenemos la posibilidad de intervenir autores de esa información.

Al mismo tiempo se van definiendo qué medios son los más adecuados para desarrollar los contenidos planificados, es decir que textos, imágenes fijas o en movimientos y sonidos.

4.1 Metáforas

Definir una metáfora ayuda significativamente a que la comunicación con el usuario sea más fluida y rápida.

Lo primero y fundamental a tener en cuenta es que si un usuario ingresa en un producto multimedia y los primeros 15 o 20 segundos no logra comprender que debe hacer, donde se encuentra la opción de salida, la opción de ayuda y los movimientos que puede realizar en el producto, lo más probable es que abandone la aplicación y no vuelva a intentar utilizarla. Por esto es importante conocer en principio al público al que nos dirigimos.

De acuerdo con autores como Lakoff y Johnson (1998), las metáforas, nos dan la posibilidad de entender el mundo de manera relacional. Por esto, y en relación a la web, cabe reflexionar de qué otra manera podríamos entenderla si no es en términos de navegación. Esta reflexión a su vez es importante al momento de considerar el primer paso como lo es la accesibilidad de los usuarios al contenido publicado, es fundamental que esta sea intuitiva.

También es elemental considerar los modelos mentales y conceptuales de los usuarios, así Susan Weinschenk (2011) define los modelos mentales como “las representaciones que construimos mentalmente de los objetos con los que interactuamos”. En cambio los modelos conceptuales son “los modelos reales que percibimos a través del diseño y la interfaz de los productos”.

La diferencia es significativa: creamos un modelo mental para intentar predecir cómo funcionará y parte del proceso de diseño implica entender que producirá en el usuario al enfrentarse a una experiencia de uso. Entonces prejuicio o no, antes de ingresar en un sitio el usuario tiene una idea acerca de lo que encontrará. Por lo tanto es necesario el uso de metáforas para poder concretar esa idea previa que el usuario ya generó y que no sabemos cual es, pero que seguramente tenga alguna referencia al tema.

4.2 Diseño de interfaz

Es una instancia de importancia dado que la Interfaz es quien representará a la metáfora gráfica planteada. Una vez diseñada la arquitectura de los contenidos el siguiente paso es “vestirlo de marca”, es decir diseñar la estética en consonancia con la imagen que se quiera dar del sitio.

Un buen diseño de interfaz también tiene que tener en cuenta que no todos los usuarios siguen el mismo camino ni aplican una misma estrategia para llegar a su destino. Algunos recorren los contenidos hasta dar con algo, otros saben exactamente qué quieren optando por el camino más corto introduciendo una URL o buscando en un campo de búsqueda, o los que aterrizan en la página buscada sin indagar demasiado. Más allá de cómo lleguen o naveguen siempre quieren saber donde están, que pueden encontrar, y encontrarlo fácilmente, y sobre todo que pueden hacer y cómo volver atrás. Además de como llegan o navegan, los usuarios

quieren saber donde están, que pueden encontrar y cómo encontrarlo fácilmente, que más pueden hacer y cómo volver.

4.3 Mapas de navegación

En esta etapa se desarrollan los mapas de contenido y navegación, o sea la estructura de la información.

De acuerdo a lo visto en el módulo de Diseño Digital Interactivo de la maestría, se pueden señalar básicamente cuatro estructuras diferentes:

- **Lineal:** es la estructura que ordena la información como en el libro tradicional, podemos avanzar una pantalla o retroceder nada más.
- **Jerárquica:** organiza la información en forma de árbol, por ejemplo la pantalla inicial presenta un menú, según el punto de ingreso, la navegación se realiza por esa rama del contenido, y al querer pasar a otro tema se debe volver al menú principal para elegir una nueva rama a recorrer.
- **No lineal o laberíntica:** esta estructura permite acceder desde cualquier área a otra. Son las más utilizadas en la red, y las más complejas a la hora de analizar dado que se debe buscar la relación para poder saltar de un área a otra.
- **Combinadas:** son el resultado de la combinación de dos o más de las anteriores.

4.4 Pantallas de esquema

Es una primera visualización del proyecto, los primeros bocetos, donde no es necesario que los diferentes elementos gráficos, audiovisuales, animaciones, estén listos.

Se puede realizar un prototipo del trabajo, donde lo que se intenta crear es una versión demostrativa para poder testear cómo funciona la interfaz, la metáfora, y tomar definiciones acerca de cómo seguir teniendo en cuenta la interactividad del sitio.

En el sitio presentado como proyecto se denota una estructura jerárquica en cuanto a la presentación de la información. La misma presenta un menú y está organizada de manera que al punto que ingresemos podremos navegar por esa rama del contenido y al querer pasar a otra rama se debe volver al menú.

En publicaciones digitales interactivas se recomienda volver al papel para el bocetado o prototipo de publicación, instancia relacionada con el diseño centrado en el usuario que permitirá visualizar el proyecto, su organización, estructura y navegación. Se dibujan las diferentes pantallas, los elementos que incluyen las mismas, como se llega a cada una, etc. Esto dará una idea de lo proyectado como así también de las dificultades. Por otro lado, esta técnica permite probar con lectores reales y obtener respuestas a través de la experiencia, y así poder realizar ajustes y minimizar los problemas planteados de manera objetiva, sin el sesgo propio de la inmersión en el desarrollo.

Al análisis aportado por Blum, se suma el material del capítulo 8 Agesic, Guía para diseñar un portal estatal¹¹, como elemento fundamental a la hora de rediseñar un sitio.

Algunas de los puntos importantes a rescatar y sumar a lo anterior:

Considerar:

- las necesidades de la organización,
- las expectativas de nuestro público objetivo,
- cuál es el mensaje a comunicar,
- la calidad de los contenidos,
- los requerimientos y limitaciones tecnológicas,
- la creatividad y el diseño, la imagen corporativa,
- criterios de usabilidad, de accesibilidad,
- las normas legales que se deben cumplir,
- los cuidados que tenemos que tener para no infringir derechos de propiedad intelectual,
- el equipo de trabajo que permitirá llevarlo adelante,

¹¹ Disponible en

https://www.gub.uy/agencia-gobierno-electronico-sociedad-informacion-conocimiento/sites/agencia-gobierno-electronico-sociedad-informacion-conocimiento/files/documentos/publicaciones/Guia_Completa_doble_faz_0.pdf

- la posterior gestión de los contenidos y los procedimientos de publicación,
- aprobación y control de calidad,
- el equipo de trabajo que permitirá llevarlo adelante,
- aprobación y control de calidad.

Al mismo tiempo, comparativa y coincidentemente, el siguiente plan de actividades presentado por Agesic (Agencia para el Desarrollo del Gobierno de Gestión Electrónica y la Sociedad de la Información y el Conocimiento) muestra una organización similar al análisis de Blum:

1. Relevamiento interno: objetivos, público a atender, expectativas, benchmarking, contenidos a incluir.
2. Relevamiento de diseño
3. Diseño de la nueva arquitectura de los contenidos
4. Diseño de los bocetos o wireframes
5. Aprobación por la organización de los bocetos
6. Devolución al diseñador para la realización de ajustes
7. Inicio del plan de desarrollo de contenidos
8. Maquetación del nuevo portal
9. Implementación del portal
10. Carga y/o migración de contenidos a. Determinar procedimiento. b. Diseñar formulario para recolección de contenidos. c. Definición de roles y permisos
11. Validación del nuevo portal por el equipo de desarrollo
12. Testeo de Seguridad por el equipo encargado de infraestructura
13. Validación del portal por la organización
14. Devolución para ajustes
15. Capacitación al equipo de gestión de contenidos y administración del portal
16. Validación final y ajustes a los contenidos.

4.5 Puesta en Producción

Navegar por una aplicación es parecido a moverse por un espacio físico, con varias habitaciones que en el ámbito se conocen como páginas o modos, y cada una tiene una información y una funcionalidad específica.

Para acceder o moverse los usuarios tienen diferentes caminos, botones, enlaces o campos de búsqueda. Como se mencionó anteriormente, el primer paso es

aprender a ubicarse en una aplicación, saber exactamente por donde entrar, adonde se puede ir y cómo se vuelve al punto de inicio. Un ejemplo sería el diseño de la señalética de un aeropuerto, el mismo proporciona señales e indicadores que ayudan a saber la ubicación exacta, dando la suficiente información para prever adonde lleva un enlace y al mismo tiempo facilita el retroceso en caso de que el camino no sea el esperado.

4.6 Pantalla de inicio

Para comenzar es fundamental tener en cuenta y recordar lo antes mencionado, que para los usuarios es relevante que al ingresar a una plataforma multimedia sea fácilmente reconocible el menú, la salida, y los contenidos, si estos no son accesibles en su recorrido, seguramente abandonará la misma. Por esto es importante la metáfora a utilizar. Una metáfora es un lenguaje visual y/o audiovisual a través del cual el usuario se comunicará con los contenidos del proyecto. En ocasiones la interfaz se construye desde una metáfora que simplifica y acelera la comprensión del entorno. El cambio, en principio se generaría en la presentación del menú, que sin dejar de disponer todo el contenido, no sea avasallante al ingresar al mismo.

La idea de desarrollo del presente trabajo es una plataforma que reúna las diferentes textualidades para lograr una lectura digital interactiva, donde se mezcla texto, imagen y sonido invitando al lector a interactuar. En principio se presenta la información organizada en un menú, y diferentes vías de llegada a los contenidos: por autor/a o por ebook, y a su vez el contenido explícito en la página de ingreso.

4.7 Cuando de ebooks se trata

En el caso particular de este trabajo final cuyo objetivo es la publicación de una plataforma de ebooks, además de considerar lo hasta acá desarrollado en el presente capítulo, se deberá considerar la instancia de preparación de publicación de los originales seleccionados, donde se trabajará por un lado con archivos de textos, y cuando corresponda con archivos de sonido, imágenes, videos y otros.

En referencia a los textos se recomienda mantener una estructura lo más simple para poder seguir la misma en cualquier dispositivo, siendo los formatos de archivos recomendados .doc, .docx, .rtf, .odt, y otros.

En cuanto a las imágenes estas deberán estar en formatos de archivos compatibles para la publicación en formato digital y para su descarga: .jpg, .png, .gif y en una resolución de 72ppp, que es la óptima para pantalla.

En caso de audio y/o video, lo recomendable es alojar el archivo en un servicio especializado que garantice el streaming de manera correcta.

4.8 Publicaciones digitales: Tipologías

Formatos finales			
PDF (interactivo)	EBOOK	APP	WEB
Requiere de un programa de lectura	Requiere de un dispositivo particular o programa de lectura	Requiere de un dispositivo particular (dependiendo del SO para el que fueron diseñadas)	Cualquier navegador
Formato cerrado	Formato abierto o cerrado	Formato cerrado	
Admite inserción de video, sonido, interactividad	Admite imágenes y otros contenidos	Admite inserción de video, sonido, interactividad	Admite inserción de video, sonido, interactividad
	2.0 vs 3.0 Compilación HTML	Programador	Programador
.pdf (interactivo)	.epub .mobi .azw otros	.apk .ipa otros	.html .php

Gráfico 7. Cátedra de Diplomatura Publicaciones digitales / Diplomatura

El tipo de publicación digital dependerá a su vez del contenido a publicar, como también de la forma de acceso al mismo, o sea el dispositivo final y los recursos con los que se cuenta. Así nos encontramos con:

- libros digitales o ebooks, que comprenden epub y mobi, y requieren un programa específico o dispositivo (como Kindle, por ejemplo) para su lectura.
- publicaciones periódicas: esta tipología comprende los sitios web de revistas, diarios y otros, donde se pueda actualizar el contenido periódicamente.
- revistas científicas: contiene publicaciones seriadas y cuyo contenido es evaluado por pares.
- PDF: son archivos digitales, en general son una exportación en calidad para pantalla de una versión en papel o física de esa publicación. Es en el pdf interactivo donde se pueden generar galerías de imágenes, etc., repensando

su contenido, estructura y relaciones, y por esto que consideramos su tratamiento y enfoque de igual modo que para los ebooks.

- Publicaciones restringidas a un dispositivo particular como puede ser iPad
 - Publicaciones para apps: restringidas a un sistema operativo particular.
- Estas dos últimas tienen un flujo de trabajo más complejo que incluye programación.

4.9 Flujos de trabajo

Cada una de las publicaciones vistas anteriormente, a su vez, tendrán un flujo de trabajo particular y distinto.

A modo comparativo, mientras que el flujo de trabajo para una publicación impresa tradicional será el siguiente:

- Originales (texto o imagen)
- Edición
- Corrección
- Diseño
- Diagramación (armado)
- Corrección de prueba
- Distribución y ventas

El de un ebook:

- Originales (texto o imagen)
- Edición
- Corrección
- Diseño
- OpenOffice+writer2epub o Indesign
- editor ePub (Sigil)
- validación de código
- Corrección y prueba en dispositivo
- Distribución y ventas.

El de una publicación periódica digital web:

- Definición del CMS
- Diseño

- Originales
- Edición
- Corrección
- Revisión
- Puesta en línea y distribución.

En todos los casos, algunas etapas se superponen o requieren de una nueva revisión volviendo a la etapa anterior cuando hay correcciones.

4.10 Quien es el Autor

Al igual que las publicaciones en papel, las publicaciones electrónicas, requieren un registro formal: los libros tendrán número de ISBN —en tanto identificador internacional estándar único de libros que se registrará en la agencia nacional correspondiente, que sirve para identificar datos básicos del objeto tales como título, editorial, tirada, extensión, materia, país, traductor, lengua original, etc.— y las publicaciones periódicas digitales tendrán número de ISSN— identificador internacional estándar único de publicación seriada, también registrable a través de la agencia nacional—. En los dos casos, la publicación tendrá un número identificador (ISBN o ISSN según corresponda) para cada soporte en el que se encuentre; es decir, si un mismo libro estuviera publicado en formato papel y también en ebook, cada uno tendría su ISBN. Lo mismo ocurre en las publicaciones periódicas: corresponde que la versión en papel tenga un identificador ISSN y la versión digital otro. Aunque tengan validez internacional, ambos tipos de código se tramitan a nivel de cada país: en el caso particular de Argentina, el ISBN se solicita a través de la Cámara Argentina del Libro y el ISSN —de manera gratuita— a través del Caicyt.

En cuanto a las licencias, son herramientas que permiten otorgar permisos de derechos autorales a obras creativas de manera estandarizada. Si el sitio cuenta con una licencia Creative Commons (en general se coloca un apartado especial o figuran en el pie o en la portada), esta dirá exactamente cómo se puede utilizar este contenido. Cabe aclarar que es recomendable explicitar la reutilización —o no— que se puede hacer de nuestras propias publicaciones simplemente entrando en

este sector del sitio de Creative Commons, seleccionando la licencia de mi interés y colocando el ícono, el código html o el texto en la publicación.



Gráfico 8. obra con licencia Creative Commons

Esta imagen, por ejemplo, es una licencia que permite:

- Compartir: copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato.
- Adaptar: remezclar, transformar y crear a partir del material para cualquier finalidad, incluso comercial.

Aunque se deben respetar las siguientes condiciones:

- Reconocimiento: Debe reconocer adecuadamente la autoría, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de una manera que sugiera que tiene el apoyo del licenciador o lo recibe por el uso que hace.
- Si remezcla, transforma o crea a partir del material, deberá difundir sus contribuciones bajo la misma licencia que el original.

Capítulo 5. Maqueta: Guaybooks

URL: guaybooks.com

5.1 Definición del proyecto

Achilli (2002) establece que un proyecto de investigación se organiza mediante un plan de trabajo que lleve a una construcción sistemática de conocimientos, rescatando como aspectos importantes el problema a investigar, objetivos claros y el diseño.

Por su parte Sautu (2003) dice que los objetivos de una investigación -para qué- están en continua tensión con el método y la teoría que se ponen en juego al formular el problema de investigación. Es decir, cual es el objetivo del trabajo, su función y para qué servirá. Esta instancia Sabino (1996) la caracteriza como el “momento lógico”, cuando se define los objetivos de la investigación, el marco teórico desde el cual serán abordados los mismos y las técnicas o instrumentos a emplear para su estudio.

En el presente trabajo se incorpora además un recorrido por cada uno de los módulos cursados en el marco de la maestría en Comunicación Digital Interactiva: conceptos, saberes, teorías y experiencias teóricas y prácticas, que nos permiten realizar la propuesta del proyecto de investigación como proyecto de tesis final.

Como punto de partida en la unidad 2 del módulo de Laboratorio I de la maestría, se presentaron las **dimensiones de la producción digital interactiva** a tener en cuenta a la hora de encarar un proyecto de estas características. Ellas son:

Hipertextualidad: es la capacidad de realizar conexiones entre nodos de información a través de enlaces.

Multimedialidad: los nodos de información pueden ser de características diferentes.

Interactividad: capacidad del usuario para interactuar con el contenido.

Audiovisualidad: característica de contenidos que integran e interrelacionan lo auditivo y visual para generar un relato.

Documentalidad: contribución sustantiva en la aportación de información como fuente.

Georreferenciabilidad: posicionamiento con el que se define la localización de un objeto o sujeto en la representación cartográfica.

Adaptabilidad: de adecuación a un entorno.

Adicionalidad: espacio que sobreimprime capas de información virtual a la información física ya existente (Realidad Aumentada).

Ubicuidad: posibilidad de estar presentes en diferentes lugares al mismo tiempo, o de tener acceso a contenidos desde diferentes lugares, desde diversos dispositivos a toda hora.

Movilidad: capacidad de circular, no es atributo accidental o circunstancial sino más bien esencial, somos Homo mobilis (Amar, 2011).

Religancia: como el acto de creación de relaciones fecundas como centro del análisis del cambio de paradigma que atañe a la movilidad, las tecnologías de la información y la vida urbana en general.

Convergencia: como unión de varios puntos, es más cultural y transmediático que tecnológico. “la cultura de la convergencia es una cultura en la que la circulación de la información trasciende los medios, en la que el entretenimiento y la fruición -Placer o gozo intenso que siente una persona al hacer algo.- son transmedios”. (Igarza, 2009).

Transmedialidad: atraviesa diversos productos en diversas pantallas medios tradicionales y acciones territoriales que traccionan usuarios entre sí y potencia la participación.

Las últimas décadas trajeron de manera inherente la evolución de los medios en su forma, desarrollo tecnológico y conectividad, y una transformación precipitada de los medios digitales y las interfaces, modificando las maneras de producción y las características de los contenidos puestos en línea, contando además con otra característica fundamental como es la posibilidad de actualización de la información, donde los relatos pueden reformularse permanentemente (Irigaray, 2016).

Es fundamental que el punto de partida del proyecto sea una investigación profunda para poder lograr los objetivos de una narración coherente y con sentido, y a través de la misma poder determinar desde donde se abordará y poder interpretar en todo sentido.

Dada la condición de no linealidad, es importante que los productores de proyectos transmedia organicen, detalladamente, la arquitectura de la información de cada pieza. Desde lo hipertextual, cada una de estas se constituyen de una serie de lexías interconectadas, donde cada una funciona, al mismo tiempo, de manera autónoma y relacional. Por esto es importante mantener la coherencia y cohesión tanto en cada lexia en particular como en la relación entre cada una de ellas, considerando los posibles recorridos narrativos.

Por su parte con la estructura narrativa definida comienza la organización del espacio de navegación: especificaciones funcionales de la plataforma, la experiencia de usuario, elementos de la interfaz como reglas de participación, lenguajes de programación, aplicaciones, niveles de interactividad y diseño visual. Conjuntamente la definición del equipo de trabajo que acompañará en la realización de la propuesta.

A su vez, la coherencia y la continuidad de las historias que se narran, se sostiene en los usuarios ya que, si bien los productores delimitan posibles recorridos narrativos, habrá tantas navegaciones posibles como usuarios recorran el contenido interactivo.

Así como la lectura lineal invita al lector a tener solo una experiencia de interpretación y reflexión acerca del contenido, las textualidades interactivas suman diferentes maneras de participación: física, operaciones en la interfaz (usuario-consumidor) y a la incorporación de nuevo contenido como prosumidor, adoptando un rol activo en el consumo de medios. Además en las textualidades interactivas el relato es multimedia, se nutre de diferentes medios como el video, la fotografía, el texto, la animación, el audio, el juego y otros, para contar una historia en una plataforma digital.

A lo largo de la presente investigación cualitativa, y a través del desarrollo teórico y analítico de la misma, se logra entrever las ventajas y desventajas de cada plataforma de lectura digital. Es a partir de este reconocimiento que se plantea el desarrollo de una plataforma propia para publicación de ebooks digitales, enriquecidos con otros formatos como audios, imágenes y videos, realidad aumentada o recorridos virtuales. Identificando al mismo tiempo algunas de las

características positivas del formato digital, como lo es la accesibilidad y la interactividad.

El proyecto, denominado guaybooks.com propone un espacio de publicación de contenidos de autores de habla hispana que den a conocer su literatura o trabajo, como así su lugar de pertenencia. Autores de diferentes lugares de Argentina y otros países latinoamericanos, podrán compartir su trabajo y el conocimiento de otros autores como de lugares. Cabe aclarar que el sitio en una primera fase comenzará con autores argentinos/as.

Para ello el sitio pondrá a disposición diferentes posibilidades: en principio una plataforma de publicación de contenidos digitales (ebooks) con una primera posibilidad de entrega del original para su publicación, comunicación/ difusión de dichos contenidos por los canales de la misma plataforma (redes sociales, mailing a base de datos de suscripción) y eventualmente comercialización de los mismos a través de la plataforma.

En una segunda instancia se propone cumplir con el proceso editorial completo o a elección de las diferentes etapas: edición- corrección del material- ilustración- grabaciones auditivas o audiovisuales- maquetado- publicación- comunicación/ difusión y comercialización.

Interrelacionando las etapas de la edición para obtener como resultado el producto final.

El sitio partirá de los aprendizajes obtenidos de la revisión de las experiencias de las plataformas tomadas como ejemplo: delhospitaleediciones¹² como desarrollo de plataforma propia, y en su primera versión, y [SoyAutor](http://soyautor.com.ar/)¹³ como plataforma que reúne las diferentes disciplinas que abarca el proceso editorial. Como así también el sitio [Salvaje Federal](http://salvajefederal.com/)¹⁴, que es una librería virtual que pretende contribuir a la circulación de literatura escrita y editada en las diferentes provincias de Argentina, que si bien se ocupa de libros en impresión en papel, coincide en el objetivo de

¹² Disponible en <https://www.hospitalitaliano.org.ar/#!/home/mis/libros>

¹³ Disponible en <https://www.soyautor.com.ar/>

¹⁴ Disponible en <https://www.salvajefederal.com/>

multiplicar el conocimiento de autores argentinos. Estas plataformas constituyeron la fuente de inspiración para idear una propuesta diferente.

Así, [Guaybooks](https://guaybooks.com/)¹⁵ conformará un espacio sobre una temática específica (proyectos editoriales) con el objetivo de alcanzar a un público con un interés en particular, tanto desde la autoría de textos, como consumidores de los mismos. Buscando generar contenidos de calidad y rescatando las “virtudes” de la lectura digital, buscando reunir las diferentes maneras de enriquecer la misma, y cumplir el objetivo en la convergencia de los diferentes medios.

Las tecnologías de la información y la comunicación cambiaron la manera en que leemos, escribimos y pensamos, y es aquí donde surgen nuevos escenarios, nuevas estructuras y nuevas formas de perfilar textos.

La concepción de escritura es expandida por los entornos digitales: junto a las palabras se pueden incorporar audios, imágenes, audiovisuales, y otros elementos interactivos.

Como se mencionó anteriormente, el diseño de contenidos para el sitio se fundamenta en trabajos de publicación de autores argentinos con cierta referencia al lugar de pertenencia, que quieran dar a conocer su obra de manera interrelacionada entre los diferentes lugares del país, así un autor/a de un lugar podrá compartir con personas de otro lugar y dar a conocer el mismo a través del relato.

Las publicaciones se sustentarán en los ejes fundamentales de los medios digitales: **multimedialidad, hipertextualidad e interactividad.**

Es estratégica la utilización de los diferentes medios como potencial de los medios digitales en la producción de contenidos, y una oportunidad para enriquecer la experiencia de los usuarios, los cuales podrán elegir su recorrido hipertextual en busca de sentido. Para Carlos Scolari (2008) el hipertexto además, dispone a los usuarios en un rol activo, requiriendo su participación en la interacción con la interfaz y los contenidos.

¹⁵ Disponible en <https://guaybooks.com/>

La **multimedialidad** supone la integración en el hipertexto de distintos medios. Los documentos hipertextuales pueden ser textuales, gráficos, sonoros, animados, audiovisuales o una combinación de parte o de todas estas morfologías; por lo que el término hipertexto puede tener características multimedia.

El proyecto [Guaybooks](#) tiene como intención utilizar los elementos multimedia para narrar de forma complementaria y enriquecida cada propuesta literaria. Que el libro digital no sea solo una traslación del libro en papel. Para esto la propuesta integrará textos, videos, imágenes, audios, testimonios y otros, que aportarán a la narración total sin dejar de ver individualmente el potencial de cada medio.

En cuanto a la noción de **hipertextualidad** es una estructura que permite enlazar, compartir, agregar y generar información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos y redes. La articulación de las piezas hipermediales junto al hipertexto conecta al usuario dándole la posibilidad de diferentes lecturas a elección o posibles.

Las hipertextualidades son el resultado de procesos no secuenciales a través de un ordenador, ya que estos permiten crear estructuras generales de mayor complejidad con ramificaciones hacia distintas direcciones. (Scolari, 2008).

Por su parte la **interactividad** es un proceso de comunicación entre humanos y computadoras, que se utiliza para referir a la relación de participación entre los usuarios, sistemas informáticos, libros y cualquier otro medio. Esta interacción va desde hacer click hasta comentar, debatir, modificar, compartir, el contenido expresado.

El presente proyecto tiene como objetivo la interactividad desde autor/ contenido al lector, como así también entre lectores, motivando la participación a través de comentarios y debates en el propio sitio y a través de redes sociales, desde la interrelación de las diferentes disciplinas del proceso editorial.

5.2 Objetivos

- Visibilizar el trabajo de autores argentinos que transmitan a través de su obra literaria el conocimiento de sus lugares de pertenencia, reconociendo el potencial de los medios digitales a través de una lectura transmedia.
- Construir una plataforma de distribución de contenidos literarios que contribuya al conocimiento y circulación de literatura de autores argentinos.
- Utilizar los elementos multimedia para narrar de forma complementaria y enriquecida cada propuesta literaria.
- Brindar un recorrido distinto, a través de los diferentes medios, que contribuya al enriquecimiento de la lectura digital.

En una segunda etapa:

- Construir un repositorio de intercambio de ideas y experiencias desde lo profesional para la concreción de proyectos editoriales.
- Generar una comunidad de interrelación e intercambio entre las diferentes especialidades dentro del proceso editorial.
- Favorecer el crecimiento de una comunidad colaborativa entre los diferentes actores, desde el público lector, que pueda palpar la generación de contenidos, hasta la reunión de autores, ilustradores, editores, y otros, desde lo profesional.
- Visibilizar la producción tanto de los autores desde su obra, hasta otros actores del proceso editorial, reconociendo su experiencia y trabajo.
- Dar a conocer el trabajo que conlleva todo el proceso editorial.

5.3 Justificación

Basado en las dimensiones de la comunicación digital interactiva, el objetivo fundamental del presente proyecto es valerse de las potencialidades del formato digital para el enriquecimiento de la lectura. Al mismo tiempo aspira convertirse en un espacio de intercambio que considere a todos los actores participantes del proceso editorial, partiendo de una obra u original a publicar para compartir la experiencia de lectura transmedial.

Así ese compartir conlleva al flujo de trabajo de ese proceso editorial, y entonces los actores se multiplican, considerando en el mismo autores, correctores, diseñadores, ilustradores, editores, y otros.

Los contenidos publicados pretenden, por un lado, un espacio de lectura, de conocimientos de autores de Argentina y de Latinoamérica, el acceso a lugares con su cultura tan diversa, todo esto mediante una obra literaria. Y por otro lado visibilizar y concretar el proceso que lleva a que esa obra se concrete, reuniendo las diferentes disciplinas en un mancomunado trabajo.

La obra se concreta así no solo partiendo del autor sino de todos y cada uno de los participantes del proceso editorial, fundando la participación de cada uno desde su expertise y obteniendo una visión completa del desarrollo.

Busca acercar las distancias para conformar el ecosistema perfecto que dé como resultado la obra dispuesta a la lectura y a la participación por parte del usuario, sin que deje de ser consciente lo que conlleva la misma.

Si bien frente a una obra literaria se considera como principal protagonista al autor/a, quizás este sea el eje sobre el cual este ecosistema gira y mediante el cual puede concretar que la obra llegue a otro de los grandes protagonistas que son los lectores, usuarios, público o como se considere llamar.

En esta propuesta, además, se consideran los diferentes medios de construcción del relato, las diferentes textualidades donde el texto es solo el principio a partir del cual se construirá las diversas posibilidades de llegada a ese público “lector”. Lector de texto, de imágenes, de videos, de los relatos posibles que se irán construyendo a partir de ese primer “texto original” o quizás idea.

La expansión de la lectura es la apertura a la expresión transmedia, donde un mismo relato puede construirse partiendo de la esencia de cada medio, sin que este

pierda su especificidad y que al mismo tiempo contribuya a la comunicación del objeto primero.

Entre las fortalezas esenciales de la propuesta se destaca la idea de reunir e interrelacionar autores y lugares, para lograr el conocimiento de ambos. Esto se logra mediante un trabajo de curaduría, partiendo de la selección y puesta en valor de proyectos propuestos a partir del intercambio con expertos y autores que quieran visibilizar su obra, bajo los más variados y posibles formatos (multi)médiaticos.

En principio la idea de [guaybooks](#) es reunir a esos autores en comunión con el [programa de relevamiento de autores de la Biblioteca Nacional](#)¹⁶, al tener este una relación y objetivo gubernamental no se presenta un modelo de negocio, previsto quizás para el futuro de acuerdo al desarrollo del mismo

Como idioma [Guaybooks](#) elige el español dado que la propuesta está orientada a una obra de Argentina y países de habla hispana, y como consecuente autores y demás actores también.

La idea original de publicación parte de la publicación de tres ebooks: un trabajo catalogado como novela histórica, que si bien su base es ficcional narra a través de diferentes relatos parte de la historia de una ciudad de Argentina. La obra es del autor **Jorge Ariel Farias**, el contexto donde se desarrolla es Frías, Santiago del Estero, Argentina y el título de la misma es “**Venimos de los Trenes**”. Por sí misma fue circulando y metiéndose en el relato propio de cada ciudadano del lugar, tomada por docentes como material didáctico y diverso de contar la historia y las historias del lugar, y así tomó vida propia, escapándose de las manos del autor y generando la necesidad de lectura para comprender y formar parte de esa historia. En el año 2020, este libro fue nominado como de interés cultural y educativo por la legislatura de la ciudad de Frías, con la idea de multiplicar su publicación, en papel (re-edición) y en formato digital.

¹⁶ Disponible en <https://www.bn.gov.ar/noticias/ultimos-dias-para-participar-relevamiento-de-autoras-y-autores-de-la-re-publica-argentina>

El material multimedia que acompaña la obra está conformado por podcast con testimonios de conocedores del texto, un booktrailer que nos acerca al mismo, imágenes de la ciudad, audiovisuales que dan cuenta del reconocimiento a Venimos de los trenes como obra de interés cultural y educativo.

Se proyecta para un futuro la creación de un cómic o historieta donde los personajes principales sean dos adolescentes de la ciudad de Frías, que vayan contando en cada capítulo historias y encuentros con personajes de la ciudad. Como así también la organización de tertulias y debates en plazas o espacios públicos de la ciudad.

Otros de los títulos propuestos en [guaybooks](#) es **El reino de las agujas** de la autora entrerriana [Ursula Alonso](#)¹⁷, un libro de poesía que acompaña la reflexión acerca del tiempo, del transcurrir y de los diferentes sentires. Como así también, junto a ese tiempo, el paisaje, el lugar que necesariamente se involucra. Este libro ha sido editado en papel, y esta plataforma concretaría su versión digital junto al material audiovisual que acompaña a la literatura. El reino de las agujas presenta un arte de tapa de realización por parte de un artista también de Gualeguay, [Juan Cho](#)¹⁸, y material fotográfico del artista [Luis Gimenez Bereciartu](#)¹⁹, hijo de la misma ciudad. Como contenido multimedial se presentan dos audiovisuales de la artista [Samanta Cabrera Frisso](#)²⁰. Así la autora quiso reunir las diferentes artes, compartiendo un mismo lugar de origen.

Al igual que con el libro Venimos de los Trenes, se planifica la presentación del libro en papel en la plaza San Antonio de la ciudad de Gualeguay, con proyección en pantalla de los textos correspondiente a este libro y la entrega del mismo texto escrito en manuscrito para la lectura por parte de aquellas personas que quieran participar, tanto como lectores, espectadores, oyentes como de manera activa. Como así también la participación en tertulias por parte de la autora, transmitiendo y compartiendo su trabajo, en otras ciudades, multiplicando así el conocimiento de la obra.

¹⁷ Disponible en <https://www.instagram.com/tv/CH3w2-3gilL/>

¹⁸ Disponible en https://instagram.com/juanbataya?utm_medium=copy_link

¹⁹ Disponible en https://instagram.com/luisgimenezfoto?utm_medium=copy_link

²⁰ Disponible en https://instagram.com/sami_cabrera_frizzo?utm_medium=copy_link



Gráfico 9. Fotografía de la plaza San Antonio, Gualeguay, Entre Ríos.

El tercer título es **Sentimiento de un entrerriano**, Abelardo Dimotta, transcripciones de su obra completa [Guitarras gualeyas](#)²¹. El presente libro cuenta con 74 transcripciones de temas del autor, instrumentales y cantados, ya sean composiciones propias o en coautoría con otros músicos, ordenadas alfabéticamente. Para complementar este trabajo se creó una lista de reproducción en el canal de [Youtube](#)²² que cuenta con los audios de todos los temas, como así también un drive para tener acceso a las partituras en formato de Sibelius y XML para trabajar las obras en cualquier editor de música, lo cual ayudará a quien decida aventurarse en el mundo sonoro de este creativo, sensible, inspirado y prolífico compositor, a conocerlo, comprenderlo e interpretarlo. Cuenta además con códigos

²¹ Disponible en <https://g.co/kgs/oumcQ2>

²² Disponible en https://www.youtube.com/channel/UCUj2mU_BIZ19Nxd_GN5G8vA

QR, desde donde se puede acceder a los audios de los temas en la plataforma YouTube y a las partituras individuales del libro:



► Audios



► Partituras

Gráfico 10. ebook Sentimiento de un entrerriano

Más allá de lo generado en la plataforma [guaybooks](https://guaybooks.com) con cada ebooks y las diferentes textualidades que conforma las narrativas transmedia de las mismas, la idea es que estas se multipliquen a través del público, a través de las redes sociales, como así también traspolando el formato digital con la idea de la presentación en plazas públicas de cada lugar, como se mencionó antes, con material audiovisual que transcriba los textos, y entregando al público concurrente fragmentos escritos en papeles manuscritos para convocar a que juntos se lean dichos fragmentos. Como asimismo a través de tarjetas con un código QR que transporte por lugares mencionados en cada obra, y así dar a conocer esos lugares, costumbres y cultura.

¿Por qué no propagar esa multiplicidad por cada lugar, junto a la idea de generar el descubrimiento de nuestra cultura? Si los textos o libros nos hacen descubrir lugares, ¿por qué no descubrirlos a través de relatos de hermanos, y conocer este extenso y polifacético país? Y frente al conocimiento quizás podamos comprender y construir un mejor lugar para Tod@s.

[Guaybooks](#) aspira conformar un espacio de encuentro y compartimiento de experiencias, vivencias, saberes, reflexiones y descubrimientos eligiendo la lectura como bandera.

5.4 Análisis de la audiencia

Basado en la experiencia de la obra “Venimos de los trenes” y “El reino de las agujas”, siendo dos de los libros ya publicados, y teniendo como objetivo el de propagar la lectura, el perfil de audiencia esperado para los contenidos de [Guaybooks](#) es amplio, y puede describirse como juvenil adulto, con preponderancia en el segmento etario a partir de los 13 años, de ambos géneros, con dominio de idioma español y nivel educativo que permita la lectura. En relación a los intereses el sitio se dirige a una audiencia atenta, curiosa de conocimientos de lugares y autores con alto sentido de pertenencia, y al mismo tiempo sensible con cuestiones relacionadas a lo social y el descubrimiento de otras culturas, como así también con un enfoque educativo. Además el espacio propone la interrelación con aquellas disciplinas relacionadas a lo editorial por lo que cautivará a los diferentes actores participantes.

Dado que se trata de un recurso digital en cuanto a la tecnología se trata de usuarios con acceso a internet de banda ancha y/o conexión móvil, propia o facilitado por algún medio, usuarios de computadoras personales, tablets o smartphones, como así también recursos de acceso público como bibliotecas, escuelas o instituciones de cada lugar.

El año 2020 marcó nuestras vidas y sociedades de forma desconocida para todos. La pandemia COVID-19 tuvo efectos tanto en la salud pública, como en la economía, lo laboral, educacional y también social.

En este contexto de restricciones y confinamientos al que tenemos que hacer frente, el mundo ha buscado contención, evasión, una vía de escape en el entretenimiento proporcionado por la lectura en general y por la lectura digital en particular. Se ve en los resultados de estudios realizados por diferentes agentes del sector del libro que la lectura aportó desconexión, tranquilidad y la posibilidad de otras experiencias.

Así la lectura digital registró datos muy positivos reflejados en el informe de Librandia 2020, con un crecimiento en la ventas de libros digitales, utilización de bibliotecas digitales e incremento en el tiempo que los lectores destinaron a la lectura en plataformas de suscripción. Como así también la propuesta de actividades relacionadas como cursos, talleres, charlas y otros.

Como se mencionó antes, Librandia publicó su sexto y último informe centrado en lo ocurrido en el pasado 2020, el cual incluye el análisis del mercado del libro digital, abarcando la autopublicación, y solo quedando por fuera el texto académico.

El crecimiento del libro digital en lengua española en 2020 en todo el mundo, frente a 2019 es de un 37%, este dato es muy positivo ya que es el undécimo año consecutivo de crecimiento, y el más importante de todos los tiempos.

En lo que respecta al crecimiento por territorio en unidades, todos los países han experimentado incrementos significativos: Perú (80 %), Chile (49 %), España (48%), Colombia (48 %), México (44 %), Estados Unidos (35 %) y Argentina (28 %). (Librandia,2020:17)

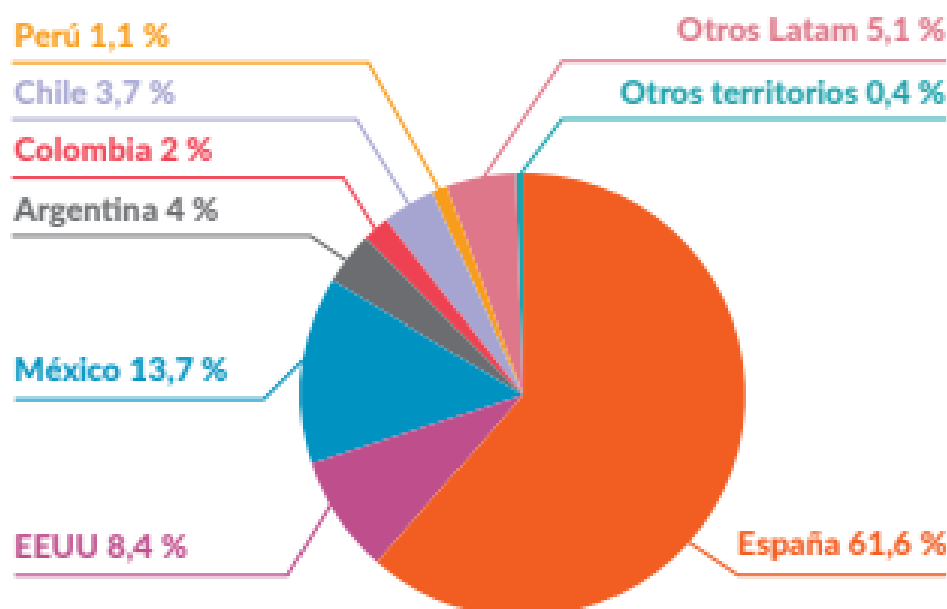


Gráfico 11. Fuente Librandia, pág 16. Distribución en porcentajes del mercado del libro digital en lengua española por territorio en unidades.²³

²³Disponible en <https://drive.google.com/drive/folders/14Bg9Ko0BDgJd-yGlcXRBT4NUkB20qNr>

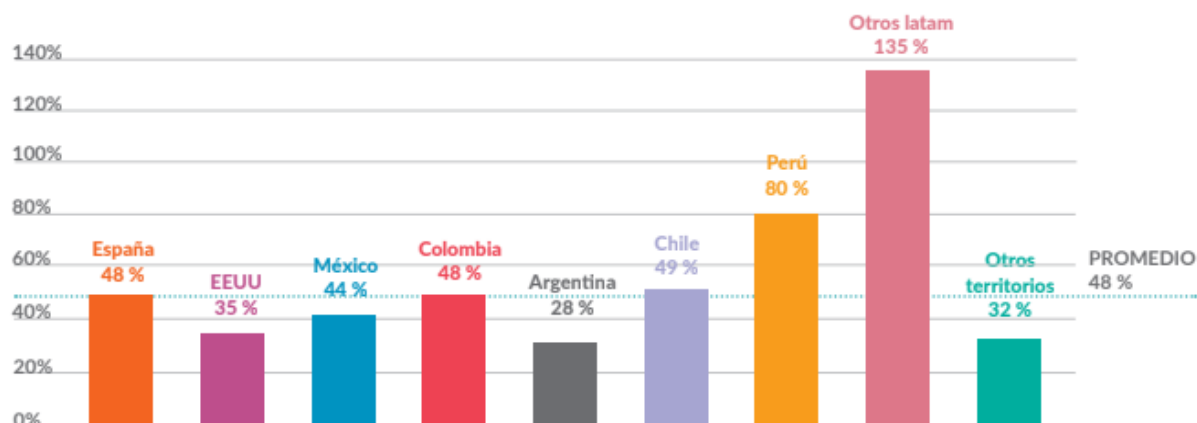


Gráfico 12. Fuente Librandia, pág 17. Crecimiento del mercado del libro digital en lengua española por territorio en 2020 en unidades.

A su vez, el acceso de los lectores al libro digital puede ser a través de múltiples canales como plataformas internacionales de venta de ebooks, librerías, plataformas independientes, bibliotecas (públicas, privadas, institucionales,y otras) y plataformas de suscripción.

En el siguiente gráfico podemos visualizar el crecimiento global del mercado del libro digital en lengua española por canal y modelo de negocio.

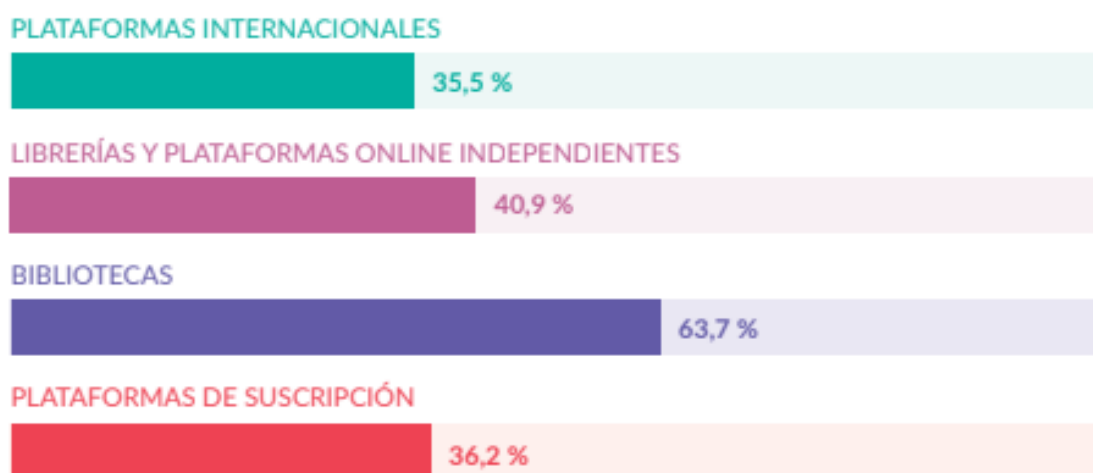


Gráfico 13. Fuente Librandia, pág 20.

Este dato será de utilidad al momento de analizar y definir cuál será el futuro de la plataforma guaybooks, es decir como se distribuirá y si se comercializará y mantendrá una relación gubernamental con bibliotecas y/o instituciones de cada lugar de pertenencia.

Resulta relevante contar con indicadores para conocer los hábitos de consumo de medios y la penetración de dispositivos de información y comunicación. Datos importantes para el diseño de estrategias de comunicación más eficaces y mejor adaptadas a las características del actual ecosistema de medios.

5.5 Plataforma

El proyecto [guaybooks](#) funciona a través de la utilización de un sistema de gestión de contenidos, CMS (Content Management System) que es una interfaz que permite crear y administrar un sitio web de estas características. El CMS elegido para este proyecto es WordPress, basado en Lenguaje PHP, pensado para sitios web con contenido dinámico y de acceso intuitivo. WordPress permite crear diferentes tipos de sitios: empresariales, culturales, blogs personales, medios digitales, como así también sitios comerciales dada la multiplicidad de plugins o funcionalidades que dispone.

Permite además la conexión con diferentes servidores de datos y puede ser ejecutado por la mayoría de los sistemas operativos.

El CMS WordPress es software libre, es decir que puede ser utilizado, modificado y distribuido libremente, desarrollado bajo licencia GPL (General Public License).

Entre otras ventajas permite crear múltiples autores o usuarios con diferentes permisos de edición tales como: autores, editores, administradores, colaboradores y suscriptores.

Por su parte WordPress es una comunidad de desarrolladores y diseñadores dedicados a la creación de complementos (plugins) y plantillas (Temas o themes).

Al mismo tiempo, el primer requerimiento para crear un sitio en WordPress es contar con un servicio de alojamiento o hosting donde instalar el CMS, para esto se eligió GoDaddy. com, que es una empresa registradora de dominios de internet y de alojamiento web.

Para [guaybooks](https://guaybooks.com) se instaló la versión 5.8.3 de Wordpress y se seleccionó el tema ASTRA como diseño para la edición de los contenidos del sitio. Es un tema personalizado e incluye código Schema.org integrado y preparado para AMP, pensando el SEO. Ofrece características especiales y plantillas, por lo que funciona con los maquetadores de páginas como Elementor, que es el plugin elegido para [guaybooks](https://guaybooks.com).

Para la distribución de contenidos se utilizarán las redes sociales como: facebook, instagram, Youtube en una primera instancia, y a medida del crecimiento y requerimiento de la plataforma se irán incorporando otros medios.

La estrategia de distribución de contenidos se basa en la publicación de posts multimedia en Facebook (<https://facebook.com/guaybooks>)²⁴ Instagram (<https://www.instagram.com/guaybooks>)²⁵, y en el canal de [Youtube](https://www.youtube.com/channel/UCo4drvriyL3iotm7qxxQDfg/featured)²⁶ creado para la publicación de contenidos. El contenido será etiquetado con el hashtag #guaybooks a modo de identidad de la plataforma.

Para el caso de [YouTube](https://www.youtube.com/channel/UCo4drvriyL3iotm7qxxQDfg/featured), se generó una lista de reproducción específica donde almacenar videos de producción propia y curados para la comunidad de seguidores del proyecto guaybooks, y al mismo tiempo relacionado al canal de cada ebooks que ya tenga material generado.

5.6 Diseño estético

El nombre [Guaybooks](https://guaybooks.com) surge del concepto principal de la plataforma que es la de reunir autores de diferentes lugares de Argentina en principio, para sumar luego autores de otros países latinoamericanos de habla hispana, en una segunda etapa.

Los libros, en este caso ebooks, ficcional o no, nos abren “mundos” de conocimiento y experiencias, reconocimiento de lugares, y en este caso la idea es que esa “obra” refiera a **lugares de pertenencia**, y dar a conocer e interrelacionar la literatura del país de manera federal. Por esto, el nombre guaybooks se conformó tomando mi

²⁴ Disponible en <https://facebook.com/guaybooks>

²⁵ Disponible en <https://www.instagram.com/guaybooks>

²⁶ Disponible en <https://www.youtube.com/channel/UCo4drvriyL3iotm7qxxQDfg/featured>

lugar de origen “**Guauguay**”, palabra en idioma guaraní que significa “Río de los pájaros” tomando las últimas sílabas: **Guay** que significa “**Río**” en la misma lengua. Por otro lado el significado de Guay en español:

1. adjetivo

COLOQUIAL•ESPAÑA

Que es muy bueno o extraordinario

2.adverbio

COLOQUIAL•ESPAÑA

Muy bien, estupendamente.

Este, en comunión con el término books que refiere al tema central de la plataforma, dan nombre al proyecto.

Por su parte el logo del mismo lo conforma una imagen de río, por lo antes mencionado y además por la idea de fluidez, junto a la palabra books (imagen que refiere o simboliza + palabra).



Gráfico 14. Logo horizontal de la plataforma



Gráfico 15. Logo vertical de la plataforma

Tipografía del logo: *Raleway bold italic* / *Raleway italic*

La Raleway es una fuente sans serif con caracteres redondeados que proporcionan una lectura armónica y fácil, diseñada para ser utilizada en encabezados. Se decidió elegir su variante itálica para acompañar el concepto de río y fluidez que quiere transmitir la marca. Además, es una tipografía que combina lo moderno de sus formas geométricas, típicas de las fuentes sin serif, pero que gracias a las modulaciones presentes en sus trazos no es rígida; así como Guaybooks combina lo tradicional de los libros con la tecnología y la digitalidad.

Posibles combinaciones tipográficas:

Para encabezados y destacados se podría utilizar la Raleway.

Para párrafos de texto podría combinarse con una otra fuente sans serif (sin terminaciones) cuyo estilo acompañe lo moderno y tecnológico de la marca, como por ejemplo:

- Open Sans (creo que es una buena opción porque su lectura es la más amigable).
- Lato
- Roboto

Open Sans

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Roboto

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lato

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Gráfico 16. ejemplos de los diferentes paneles de texto combinados con el encabezado en Raleway.

Colores utilizados en el logo:

Azul oscuro #0003cb Azul oscuro #0003cb

Azul medio #2962ff Azul medio #2962ff

Celeste #00b0ff Celeste #00b0ff

5.7 Requerimientos funcionales

Como se mencionó antes, [guaybooks](#) funciona sobre el CMS WordPress, en su versión 5.8.3, que se lanzó al público el 6 de enero del 2022, versión de PHP 7.3.

Wordpress, lanzada en mayo de 2003, se enfoca en la creación de cualquier tipo de páginas web, desarrollado en el lenguaje PHP, que es un lenguaje de programación de uso general que se adapta especialmente al desarrollo web, para entornos que ejecuten MySQL y Apache, bajo licencia GPL (General Public License), y es de software libre, o sea que puede ser estudiado, modificado, utilizado y redistribuido libremente.

[Guaybooks](#) incluye páginas estáticas y dinámicas y distribución de los artículos mediante RDF, RSS 2.0 y Atom 1.0.

Las funcionalidades de la plataforma guaybooks fueron testeadas en versión desktop, tablet y móvil. En todos los casos el sitio no presentó errores en su visualización y navegación.

Guaybooks es una plataforma para el intercambio de relatos que nos lleven a conocer lugares y su magia. También es un lugar de comunión de profesiones relacionadas a lo editorial y donde la literatura es la protagonista.

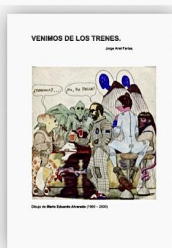


Gráfico 17. Captura pantalla de tablet.

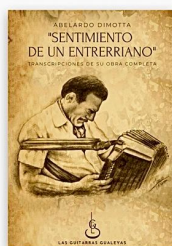


Guaybooks

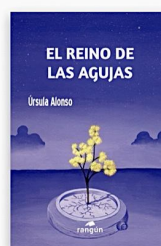
Accedé a nuestros libros y toda su información a
un solo click



VENIMOS DE LOS
TRENES



SENTIMIENTO DE
UN
ENTERRRIANO



EL REINO DE LAS
AGUJAS

Gráfico 18. Capturas de pantalla de tablet.



Gráfico 19. Versión móvil.

5.8 Requerimientos técnicos

Para la publicación en línea del proyecto guaybooks se eligió el dominio guaybooks.com

dado que se considera un dominio de nivel superior genérico que no requiere de elementos específicos para su registro. El objetivo del mismo es en principio la presentación de los contenidos de manera libre, donde las publicaciones se realizan

bajo licencia Creative Commons, dado que el objetivo es analizar la comercialización de los ebooks publicados en el espacio.

Como se mencionó antes fue necesario contratar un servicio de hosting o alojamiento web, este hosting: GoDaddy.com, contiene un certificado SSL habilitado, que es un certificado digital que autentica la identidad del sitio web habilitando una conexión segura y cifrada.

5.9 Niveles de interacción

La comunicación digital es particularmente interactiva y puede presentar diferentes niveles de interacción.

Rost (2004) propone dos formas de interactividad: por un lado la interactividad selectiva, en la cual el usuario puede elegir el contenido, y la interactividad comunicativa que propone posibilidades de expresión y publicación de contenidos.

El proyecto [guaybooks](#) propone a los usuarios diversas posibilidades de interacción, considerada esta como la capacidad intrínseca de los espacios digitales, sostiene Camus (2009). Estos son modificados de acuerdo a acciones realizadas por los mismos usuarios, reclamando los hipertextos de esa intervención activa para la navegación y lectura.

Considerando la interacción entre el usuario y los contenidos, en el caso de [guaybooks](#) las formas de interactividad se reflejan en principio en un menú de opciones que permite escoger entre diferentes categorías de información. Dentro de esta cada ebooks reúne diversos contenidos multimedia que desde una perspectiva hipertextual presentan una serie de recorridos posibles a través de enlaces internos y externos, lo que posibilita una lectura más profunda a partir de la apertura de otros nodos de información.

En cuanto a la interactividad comunicativa, comentada antes, puede ser sincrónica donde las personas que interactúan se encuentran en línea simultáneamente como en videoconferencias, streaming, chats, entre otros. O en forma asincrónica, donde la simultaneidad no es ineludible para la comunicación como es el caso de posts en redes sociales, comentarios, correos, foros y otros. Es en esta forma donde el lector asume también un rol de productor de contenidos.

En el proyecto [guaybooks](#) la forma sincrónica se dará en los debates organizados en base a la presentación de los ebooks o videoconferencias relativas a los mismos, relación con booktubers, instituciones como bibliotecas del lugar u otras gubernamentales que les interese difundir el trabajo de los escritores de cada lugar, y otros.

En cuanto a la forma asincrónica se verá reflejada en los comentarios en redes sociales y el intercambio generado por las diferentes comunidades participantes y convocantes en base a cada temática, booktubers, páginas de editoriales, artistas relacionadas a la obra presentada. Como así también, de acuerdo a la libertad de elección de cada uno de los autores la presentación en [Wattpad](#)²⁷, una plataforma online de lectura y escritura, donde los creadores pueden publicar relatos, novelas, artículos, poemas, blogs, fanfics y otros géneros literarios. Se trata de una red social que permite a autores y lectores interactuar, los usuarios pueden votar por las historias y comentar en cada capítulo.

Debemos considerar a las diferentes disciplinas, que desde su enfoque puedan dar su visión y una mirada distinta acerca de los cambios que afectan a casi todos los aspectos de la vida. Como así también la evolución de los diferentes medios junto a la evolución del Hombre y los pasos seguidos hasta llegar a esta nueva era que podría llamarse también “multi “ (multiplataforma, multipúblicos, multicontenidos) donde el espectador, el escucha, el lector se unen para conjugar al internauta.

Las generaciones actuales se relacionan de manera distinta a otras generaciones, conjugando actividades laborales, de entretenimiento, de información y ocio, independiente del contexto y el espacio, subvirtiendo las formas tradicionales de vinculación y que requiere una adaptación creciente a la tensión entre la rutina y no linealidad, junto a la articulación de múltiples lenguajes y soportes. Por primera vez cuatro y hasta cinco generaciones comparten los mismos espacios sociales debido a la conectividad a través de los diferentes medios, a través de los cuales se produce, difunden y comparten contenidos y medios, al mismo tiempo.

²⁷ Disponible en https://www.wattpad.com/?locale=es_ES

Los procesos comunicacionales cambiaron en los últimos años, no solamente en cuanto a las tecnologías emergentes, sino también del lenguaje y de las narrativas disponibles. Esto tiene relación especialmente con la movilidad y la portabilidad, y los cambios sociales que transforman a los ciudadanos en protagonistas mediáticos. La interactividad es fundamental, dado que sin ella los resultados de los procesos mediáticos serán limitados a pocos usuarios donde uno tiene el poder del habla y los demás son oyentes. En cambio, el ecosistema mediático contemporáneo está conformado por formatos narrativos interactivos. La interactividad surgió a partir de la web, cuando los usuarios tuvieron la posibilidad de crear sus propios canales y contenidos y compartirlos, surgiendo así la figura de prosumidor.

Se trata de un ecosistema mediático conformado por plataformas físicas y de lenguaje diversos, proponiendo una navegación física, geográfica y cognitiva entre los mensajes, algunos de ellos interactivos y colaborativos.

5.10 Mapa de contenido y navegación

La navegación propuesta comienza en la home de guaybooks donde el usuario encontrará una cabecera (header) simple que contiene los elementos de la identidad del sitio: un logo identitario, un título (guaybooks) y un menú que contiene: Inicio (para poder volver al mismo en el recorrido), ebooks (para la búsqueda de estos desde aquí), Autores (para una visualización rápida de los mismos), y Contacto (maneras de contactarse con guaybooks).

Luego el lema - Espacio de encuentro editorial- y una descripción de guaybooks.

Las categorías que componen el menú principal del sitio son:

Por su parte el contenido de guaybooks.com se estructurará de acuerdo a las siguientes categorías de la siguiente manera:

Presentación del espacio: presentación general de la plataforma que conforma el objetivo de la misma. Lema.

Publicaciones (delhospitaleediciones) en esta primera sección se publicaran los trabajos, y será el espacio de visualización de los mismos. Dentro de las

publicaciones se encontrarán: ebooks, audiolibros (aquellas publicaciones que cumplan con ambos formatos) y libros expandidos (que contengan contenido audiovisual y otros). Cada ebook además tendrá un espacio de participación de la audiencia a través de testimonios, imágenes, entrevistas al autor y lectores contando su experiencia.

Cabe aclarar que no todas las publicaciones contarán con todos los formatos de manera esquematizada, algunas tendrán uno, dos o los tres, de acuerdo al contenido textual y a las posibilidades de la obra.

En el final de la página de Inicio nuevamente la información de contacto con las redes sociales de guaybooks.

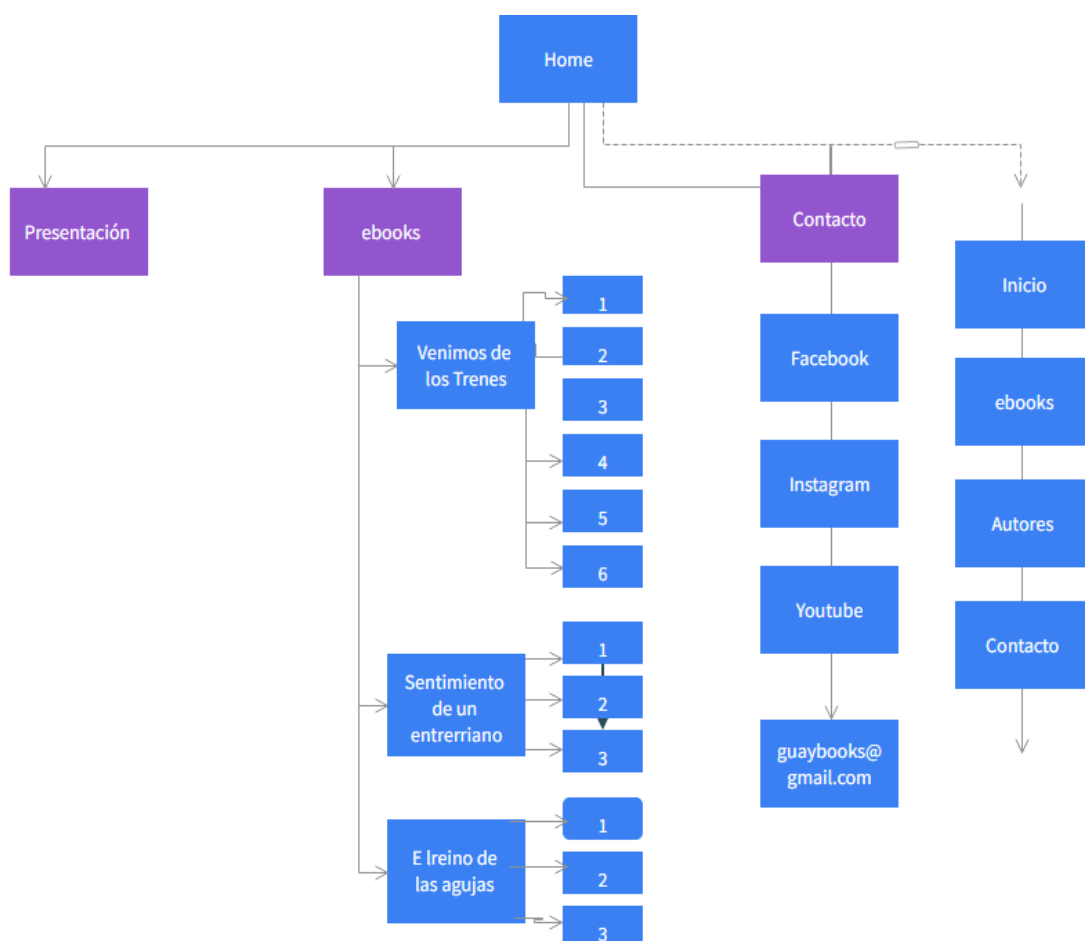


Gráfico 20. Mapa de navegación del sitio guaybooks.com

Guaybooks es una plataforma para el intercambio de relatos que nos lleven a conocer lugares y su magia. También es un lugar de comunión de profesiones relacionadas a lo editorial y donde la literatura es la protagonista.



Guaybooks

Accedé a nuestros libros y toda su información a un solo click

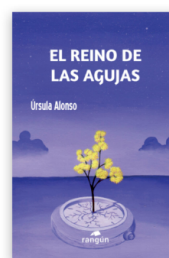
Accedé a nuestros libros y toda su información a un solo click



[VENIMOS DE LOS TRENES](#)



[SENTIMIENTO DE UN ENTERRRIANO](#)



[EL REINO DE LAS AGUJAS](#)

Sobre nosotros

Guaybooks aspira conformar un espacio de encuentro y compartimiento de experiencias, vivencias, saberes, reflexiones y descubrimientos eligiendo la lectura como bandera.



Gráfico 21. Capturas de pantallas del sitio guaybooks.

Al ingresar en cada ebooks el recorrido se genera a través de diferentes contenidos multimedia como: Sobre el autor, ingresar al ebook en sí (con su propio recorrido) y otros como videos, podcast, entrevistas y material audiovisual y otros.

En una segunda etapa en Guaybooks se proyecta :

Semillero de obras o de Proyectos: tomando como fuente la plataforma [SoyAutor](#), para pensar en una propuesta distinta, se proyecta un espacio de encuentro donde escritores/as, ilustradores/as y artistas podrán identificarse y encontrar su equipo de trabajo, estableciendo lazos entre las diferentes disciplinas que abarca el proceso de edición de libros (autores/as, ilustradores, correctores, diseñadores, editores) hasta llegar a la publicación digital del mismo. Y al mismo tiempo abriendo la posibilidad de conexión con editoriales para la impresión de la obra.

Ideas: un espacio donde reunir ideas acerca de los diferentes momentos del proceso editorial y como conformando equipos de trabajo lograr la concreción de la publicación. Estudio de casos y unión de las diferentes etapas y disciplinas necesarias.

Entrevistas: en formato audiovisual o podcast se publicarán entrevistas a autores publicados en la plataforma, otros autores, diseñadores, editores, ilustradores, u otros actores involucrados en el proceso editorial, que a través de su experiencia o testimonio motiven a los que están comenzando el recorrido.

En un futuro se anexará “Talleres y cursos” que se vayan generando a partir de quienes quieran conformar el equipo, dicho espacio será moderado por el administrador de contenidos para determinar responsablemente el nivel.

Reflexiones finales

El cambio cultural que venimos transitando en los últimos años con la incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS), las cuales tomaron aún más protagonismo en estos tiempos, ha influido en el modo de leer, entre otras prácticas.

La posibilidad que ofrecen los hipertextos con diferentes recorridos de un texto a otro, de un texto a una imagen o video o audio, abre un universo de textualidades con diversas posibilidades de significaciones y de lectura.

En el desarrollo de la lectura digital comulgan una serie de factores que tienen relación con la evolución de los dispositivos tecnológicos, desarrollo de aplicaciones que facilitan la lectura, como así también en los cambios de consumo de audiencias focalizadas más en las narrativas que en los medios, donde además se suma la participación y colaboración por parte del prosumidor. Entonces, se reformula la forma de leer, escribir, producir y compartir contenidos.

Como menciona Francisco Albarello (2019) en su libro *“Lectura transmedia. Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas”*, la lectura digital asume una forma de lectura de navegación, donde confluyen diferentes textualidades, más allá de leer un texto.

Es inevitable que frente a todo cambio surjan expectativas, innovaciones, valoraciones, evaluaciones y también miedos e inseguridades. En general, el antes y el después surgen de comparaciones con el medio anterior, lo que McLuhan denominaba un punto de vista retrovisor.

Por esto en los primeros capítulos del presente trabajo, se trató de realizar un recorrido, también, por la historia de la lectura, que permita hacer visible el entorno creado por la tecnología desde el libro impreso. Como así también visibilizar las diferentes transformaciones, que cabe señalar no son azarosas, sino que están dadas por situaciones de desarrollo y evolución desde lo técnico, tecnológico, social y cultural.

En referencia a esto García Canclini (2015) en *“Hacia una antropología de la lectura”*, investiga en profundidad los modos de leer emergentes, trabajando con un grupo variado de personas en cuanto a: edad, género, actividad profesional y cultural, que analiza el impacto de las TICs, en las disposiciones de lectores y creadores.

Entonces, el desafío del presente trabajo es por un lado acompañar esas transformaciones de la práctica lectora a partir de la visibilización de trabajos de autores argentinos en una plataforma -[Guaybooks](#)- donde confluyen además los diferentes relatos o manera de contar.

A lo largo de esta investigación recordamos que existen diferentes tipos de narrativas: textuales, la imagen, que luego incorpora el movimiento y el sonido con las narrativas audiovisuales. Hasta la contemporaneidad y el surgimiento de internet y su consecuente la narrativa digital, que se masificó con las historias narradas con imágenes y sonidos y el poder compartirlas a través de los diferentes medios.

Por otro lado, y en cuanto a la lectura en particular, se puede denotar una dicotomía entre la superioridad de la cultura escrita de los libros, que parece ser la ideal para el estudio y aprendizaje, y la cultura actual de pantallas compuesta por imágenes, multimedia y audiovisuales que educan, cautivan e informan de manera conjunta con los libros. Como consecuencia de esto va mutando la manera de interactuar con las nuevas formas de lectura, generando una nueva relación y participación entre creadores y re-creadores de significado, o sea entre escritores y lectores. Por texto se puede considerar cualquier forma de comunicación que viene expresada a través de un sistema de signos. Una página, una imagen u otros elementos pueden existir en diferentes lugares a la vez, considerando que se pueden enlazar en sitios y momentos diferentes.

Roger Fidler (1998) plantea que los medios no se reemplazan unos a otros, sino que “coevolucionan” en forma interdependiente en virtud de la “mediamorfosis”, que hace que los rasgos predominantes del viejo medio se propaguen al nuevo. En un momento inicial el nuevo medio parece cumplir funciones similares al viejo, para luego diferenciarse y ocupar un nicho particular en el sistema de medios. Al mismo tiempo, el medio viejo se adapta al nuevo ecosistema para sobrevivir. Y así cada medio tiene su “lugar” en este ecosistema, que como tal es de retroalimentación.

En la actualidad, y hace ya un tiempo, los entornos en los que leemos son básicamente digitales, y entre las nuevas oportunidades que se abren, se destaca una posible transformación de la lectura en un proceso más democrático, donde las

nuevas formas de leer se hibridan y funden con las tradicionales. En la misma línea en la que Fidler definió con el concepto «mediamorfosis» (1998).

El lector ya no tiene el único papel de decodificar e interpretar información textual, como ha estado haciendo durante más de quinientos años. Ahora tiene un perfil cognitivo y actuaciones muy distintas, moviéndose en un vals constante de intervenciones, donde todos sus sentidos están involucrados y donde el escribir y el leer se hacen cómplices en la acción. En líneas generales los dispositivos digitales de lectura van buscando proporcionar acceso a la literatura, a materiales de referencia y de conocimiento, a través de interfaces que apuntan a generar una experiencia de lectura con valor agregado, basada en las utilidades del código y tomando como experiencia las conductas adquiridas. (Borsuk, 2020).

La Red nos brinda la oportunidad de leer desde una perspectiva potencialmente más abierta y con múltiples lentes, donde las reglas del juego cambian y los factores involucrados se multiplican, gracias a una experiencia generadora de conocimiento, emociones y creatividad.

La evolución primera se asocia con la transición y mutación del libro. A pesar de la ruptura perceptible, los nuevos soportes no dudan en identificarse como libros. Los libros electrónicos o ebooks irrumpen en el escenario editorial como consecuencia directa de la desmaterialización y desterritorialización que permiten las nuevas tecnologías y transforman el soporte en el cual se materializa.

Así las posibilidades que otorgan los entornos de aprendizajes ubicuos constituyen un camino hacia un modelo pedagógico innovador en el campo de la enseñanza en general. Al mismo tiempo, este nuevo contexto, trae nuevas prácticas de aprendizaje alejadas de la lectura lineal y más cercanas a nuevas narrativas que traen consigo la hipertextualidad, multimedia, realidad aumentada y otras experiencias que abren nuevos escenarios para la adquisición de conocimientos que facilitan la interacción, la exploración y la investigación.

En esta línea el presente trabajo de tesis final, se presenta como corolario de lo aprendido durante la maestría en Comunicación Digital Interactiva, como motor en la transferencia de conocimiento plasmando el mismo en un sitio [-Guaybooks-](#) con el objetivo de transmitir la pasión por la lectura, y con la idea de apertura hacia nuevas experiencias, vivencias, desarrollo y compartimiento.

Referencias Bibliográficas

ACHILLI, Elena (2002) *Notas sobre el proceso de construcción de un proyecto de investigación*. Rosario.

ACUÑA, Fernando y CALOQUEREA, Alejandro (2012) *Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas*. Santiago de Chile: Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile.

ALBARELLO, Francisco (2011) *Leer/navegar en Internet. Las formas de lectura en la computadora*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

ALBARELLO, Francisco (2019) *Lectura Transmedia. Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Buenos Aires: Editorial Ampersand.

AMAR, Georges (2011) *Homo Mobilis: la nueva era de la movilidad*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.

MARTIN-BARBERO, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Editorial Gustavo Gili.

BHASKAR, Michael (2014) *La máquina de contenido. Hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital*. México: FCE.

BONSIEPE, Gui (1999) *Del Objeto a la interfase. Mutaciones del diseño*. Buenos Aires: Infinito.

Borsuk, Amaranth (2020) *El libro expandido. Variaciones, materialidad y experimentos*. Buenos Aires: Editorial Ampersand.

CAMPALANS, Carolina, RENÓ Denis, GOSCIOLA, Vicente (2012) *Narrativas transmedia. Entre teorías y prácticas. Diálogos interactivos: la evolución del ágora digital*. Rosario: Editorial Universidad Nacional de Rosario.

CANAVILHAS, Joao (2007) *Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW*. Lab- com. Universidade da Beira Interior. Covilhá, [en línea] url: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110823-canavilhas_webnoticia_nal.pdf.

CAMUS, Juan (2009) *Tienes cinco segundos: Sobre cómo escribir y desarrollar contenidos para sitios web y espacios digitales*. Santiago, Chile. Recuperado de: <http://tienes5segundos.cl/pdfs/libro-tienes5segundos-final.pdf>.

CHARTIER, Roger (2000) *Las revoluciones de la cultura escrita*. Barcelona: Gedisa.

CHARTIER, Roger (2017) *Cultura escrita, literatura e historia*. México: Fondo de Cultura Económica. Chartier, R. (2018). Las revoluciones de la cultura escrita. Barcelona: Gedisa.

CHARTIER, Roger (2018) *Libros y lecturas. Los desafíos del mundo digital*. Revista de Estudios Sociales 64, p. 119-124. <http://doi.org/10.7440/res64.2018.09>

CHARTIER, Roger, BURUCÚA, Emilio (2018) Libros del CCK. Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos de Argentina.

CHARTIER, Roger, SCOLARI, Carlos (2019) *Cultura escrita y textos en red*. Barcelona: Gedisa.

COBOS, Cristobal (2019) *Acepto las condiciones. Usos y abusos de las tecnologías digitales*. España: Fundación Santillana.

COICAUD, Silvia (2010) *Educación a distancia. Tecnologías y acceso a la educación superior*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

CRUCES, Francisco (dir.) (2017) *¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores*. Madrid: Ariel, Fundación Telefónica. Esta obra se puede leer de libre y gratuita en: www.fundaciontelefonica.com/publicaciones

DUSSEL Inés (2012) “*Más allá del mito de los nativos digitales*”. Jóvenes, escuela y saberes en la cultura digital», en: Southwell, M. (comp.), *Entre generaciones. Exploraciones sobre educación, cultura e instituciones*. Rosario: FLACSO/Homo Sapiens.

ECO, Umberto (1987) *Lector in fabula*. Barcelona: Lumen.

ECO, Umberto (1988) *Semiología de los mensajes visuales. Tratado de Semiótica General*. Barcelona: Lumen.

FIDLER, Roger (1998) *Mediamorfosis, comprender los nuevos medios*. Buenos Aires. Granica, Landow, G. P. (2009). *Hipertexto 3.0*. Barcelona: Paidós.

FREIRE, Paulo 2007 (original, 1969) *La educación como práctica de la libertad*. México: Siglo XXI,

GARCIA CANCLINI, Néstor (2015) *Hacia una antropología de los lectores*. México: UAM-Telefónica-Ariel.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (2007) *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona: Gedisa.

GIFREU, Arnau (2012) *Nuevo Modelo de No Ficción interactiva Móvil. Caracterización del reportaje y el documental Interactivo en M-Todos. Tendencias y Oportunidades de la Movilidad Digital*. pp 59-66. ISBN 978-84-695-2071-0. Vic, [en línea] url:
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo;jsessionid=51B9CB65639F1302FE2A8CB2B38B28A4.dialnet01?codigo=4555307>

GIFREU, Arnau (2011) *El documental multimedia interactivo como discurso de la no ficción interactiva. Por una propuesta de definición y categorización del nuevo género emergente*, en Hipertext.net N°9. Barcelona, [en línea] url:
<http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-9/documental-multimedia.html>

GIFREU, Arnau (2011) *El nuevo discurso de la no ficción interactiva y su aplicación para los dispositivos móviles. El caso del documental multimedia interactivo*, en Revista Geminis N°1 (2), *Mobilidade: tendências e desafios na era digital*. Universidade Federal de São Carlos, São Paulo, [en línea] url:
<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/50>

GIFREU, Arnau (2018) Apuntes de cátedra. Unidad 1, 2, 3, 4. Comunicación Digital II. Maestría en Comunicación Digital Interactiva. Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina.

GIL, Manuel, RODRÍGUEZ, Joaquín (2014) *El paradigma digital y sostenible del libro*. Madrid: Trama. Librandia (2019). Informe anual del libro digital 2018. Cerlalc. Disponible en
<https://cerlalc.org/publicaciones/informe-anual-del-libro-digital-2018-librandia>

[da/](#)

GONZÁLEZ, Daniela (2018) Apuntes de cátedra. Unidad 1, 2, 3, 4.
Diseño Digital Interactivo. Maestría en Comunicación Digital Interactiva.
Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina.

GUBER, Rosana (1991) *El salvaje metropolitano*. Buenos Aires: Legasa.

HAYES, Gary (2011) *How to write a transmedia production bible*.
Traducción por PRÁDANOS, Eduardo (2012). [en línea]
<http://umh2135.edu.umh.es/wp-content/uploads/sites/166/2013/02/como-escribir-biblia-transmedia-eduardo-pradanos-ANOTADA.pdf>

IGARZA, Roberto (2010) *ebooks. Hacia una estrategia digital del sector editorial. Análisis preliminar para el desarrollo de una plataforma de distribución de contenidos digitales*. Buenos Aires: Cámara Argentina del Libro.
<https://drive.google.com/drive/folders/1AOXB-471jcDjrKaZY4o1LTLdT80wY6G6>

IGARZA, Roberto (2010). *Burbujas de Ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

IGARZA, Roberto (2018) Apuntes de cátedra. Unidad 1, 2, 3, 4.
Comunicación Digital II. Maestría en Comunicación Digital Interactiva.
Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina.

Informe Anual del Libro Digital (2020) Librandia. Barcelona. España.
<https://drive.google.com/drive/folders/1AOXB-471jcDjrKaZY4o1LTLdT80wY6G6>

IRIGARAY, Fernando (2014) *La ciudad como plataforma narrativa: El Documental Transmedia Tras los pasos de El Hombre Bestia*. En IRIGARAY, Fernando y LOVATO, Anahí (eds.) (2014). *Hacia una comunicación transmedia*. Rosario, Argentina: UNR Editora. Recuperado de <http://hdl.handle.net/2133/3610>

IRIGARAY, Fernando (2016) *Documental transmedia: narrativas espaciales y relatos expandidos*. En IRIGARAY, Fernando y RENÓ, Denis (comps.) (2016): *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas*. Buenos Aires, Argentina: Editorial La Crujía.

IRIGARAY, Fernando (2018) Apuntes de cátedra. Unidad 2, 4, 6. Laboratorio I. I+DOC - Webdocs y Documentales Transmedia. Maestría en Comunicación Digital Interactiva. Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina.

JENKINS, Henry (2008) *Convergence culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

KOVAC, Miha, VAN DER WEEL, Adriaan (eds.) (2020). *Lectura en papel vs. lectura en pantalla*. Dossier Cerlalc. Disponible en https://cerlalc.org/wpcontent/uploads/2020/04/Cerlalc_Publicaciones_Dossier_Pantalla_vs_Papel_042020.pdf

KRESS, Gunther (2010) *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. Londres: Routledge

LAKOFF, George y JOHNSON, Mark (1998) *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.

LANDOW, George (2009) *Hipertexto 3.0. Teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.

LEBERT, Marie. (2009) *Una corta historia del ebook*. Universidad de Toronto. Disponible en <http://www.gutenberg.org/ebooks/29803>

LOVATO, Anahí (2013) *Cómo hicimos DocuMedia Calles Perdidas, documental multimedia interactivo*, en Pampa y la vía. Rosario, [en línea] url: <http://desdepampaylavia.blogspot.com.ar/2013/06/como-hicimos-docu-media-calles-perdidas.html>

LOVATO, Anahí (2014) *Documental Multimedia Interactivo: una excusa para reinventar el periodismo digital*, en IRIGARAY, F. y LOVATO, A. (eds.) (2014): *Hacia la comunicación transmedia*. Rosario: UNR Editora, [en línea] url: <http://hdl.handle.net/2133/3610>

LOVATO, Anahi (2018) Apuntes de cátedra. Unidad 1,2, 3 y 4. Guión Transmedia. Maestría en Comunicación Digital Interactiva. Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina.

LUCHESSI, Lila (2018) Apuntes de cátedra. Unidad 1, 3 y 4. Redacción para medios digitales. Maestría en Comunicación Digital Interactiva. Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina.

MAGGIO, Marisa (2012) *Enriquecer la enseñanza*. Buenos Aires: Paidós.

MANOVICH, Lev (2006) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.

MCLUHAN, Marshall (1994 [1964]) *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.

MENDIZABAL, Iván (15/02/2009) *El video como instrumento de investigación social: La antropología visual como metodología*, en Iván Rodrigo Mendizábal Blog, [enlínea] url:
<http://ivanrodrigo.wordpress.com/2009/02/15/el-video-como-instrumento-de-investigacion-social-la-antropologia-visual-como-metodologia/>

MOLAS CASTELLS, Nuria (2018) *La guerra de los mundos. Narrativa transmedia en educación*. Barcelona: Editorial UOC.

ONG, Walter (2006) *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

ORIHUELA, José y SANTOS, María (1999) *Introducción al Diseño Digital*. Barcelona: Editorial Anaya.

PATÓN RODRIGUEZ, Noelia y GÓMEZ DÍAZ, Raquel (2016) *La evaluación de las aplicaciones de lectura web: un paso más en el proceso de editorialización de la web*. Álabe 14. [www.revistaalabe.com] DOI: 10.15645/Alabe2016.14.5

PEROSSO, Verónica (2019) Apuntes de cátedra. Unidad 1. Maestría en Comunicación Digital Interactiva. Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina.

PICCOLINI, Patricia (2019) ¿De qué hablamos cuando hablamos de libros? Texto organizador. Carrera de Edición en la Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Buenos Aires- UBA.

PISCITELLI, Alejandro (2005). *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Madrid: Gedisa.

PISCITELLI, Alejandro (2009) *Internet: la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.

PRATT, Andy y NUNES, Jason (2013) *Diseño Interactivo. Teoría y aplicación del DCU*. Barcelona: Editorial Océano.

RENÓ, Denis (2014) *Formatos y técnicas para la producción de documentales transmedia*, en IRIGARAY, Fernando y LOVATO, Anahí (eds.) *Hacia la comunicación transmedia*. Rosario: UNR Editora.

RENÓ, Denis (2018) Apuntes de cátedra. Unidad 1, 2 y 3. Narrativa Transmedia. Maestría en Comunicación Digital Interactiva. Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina.

RHEINGOLD, Howard (2004) *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.

RODRÍGUEZ, Joaquín (2007) Edición 2.0. *Los futuros del libro*. Barcelona: Editorial Melusina.

ROST, Alejandro (2004) *Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de interactividad?* Congreso ALAIC/IBERCOM 2004. La Plata, Argentina, 12 al 15 de octubre. Recuperado de http://www.academia.edu/4296131/Pero_de_que_hablamos_cuando_hablamos_de_interactividad

SABINO, Carlos (2014) *El proceso de la investigación*. Guatemala: Editorial Episteme.

SAUTU, Ruth (2003) *Todo es teoría. Objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Ed.Lumiere.

SAUTU, Ruth et. al. (2005) *Recomendaciones para la redacción del marco teórico, los objetivos y la propuesta metodológica de proyectos de investigación*, en *Manual de Metodología*. Buenos Aires: CLACSO.

SCOLARI, Carlos (2004) *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

SCOLARI, Carlos (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

SCOLARI, Carlos (2009) *Mientras miro las viejas hojas. Una mirada semiótica sobre la muerte del libro*. En Carlon y Scolari (eds.), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.

SCOLARI, Carlos (2010) *¿Podremos leer un PDF dentro de 100 años?*
Disponible en
<https://hipermediaciones.com/2010/11/11/%C2%BFpodremos-leer-un-pdf-dentro-de-100-anos/>

SCOLARI, Carlos (2010) *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa.

SCOLARI, Carlos (2013) *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Planeta.

SCOLARI, Carlos (2017) *El translector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación*. Recuperado el 2017 de Julio de 2017, de Hipermediaciones:
<https://hipermediaciones.com/2017/03/02/el-translector-lectura-y-narrativa-s-transmedia-en-la-nueva-ecologia-de-la-comunicacion/>

SERRES, Michael (2016) *Pulgarcita*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

SIEMENS, George (2004) *Una teoría de aprendizaje para la era digital*. Recuperado de: <http://www.downes.ca/post/33034>

TOFFLER, Alvin (1980) *La tercera ola*. Bogotá, Colombia: Plaza & Janes. S.A. Editores.

TRAVERSA, Oscar (2001) *Aproximaciones a la noción de dispositivo*. *Signo y Seña*, 5(12). Buenos Aires: Instituto de Lingüística, FFyL, UBA.

UZANNE, Octave (2015) *El fin de los libros, y otros cuentos para bibliófilos*. Madrid: Trama Editorial.

VAN DIJCK, José (2016) *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

WEINSCHENK, Susan (2011) *100 Things every designer needs to know about people*. Berkeley: New Riders.

https://manage.dru.ac.th/classicweb/for_member/filekm/100_Things_Every_Designer_Needs_to_Know_About_People.pdf

WINOCUR, Rosalía (2015) *Prácticas tradicionales y emergentes de lectoescritura entre jóvenes*. En: N. García Canclini (ed.) *Hacia una antropología de los lectores* (pp. 243-281). México: UAM-Telefónica-Ariel.

