

ISBN: 978-958-8943-54-1



Piedra, papel y pixel

El texto digital en juego

Compilador
Carlos Suárez Quiceno



Piedra, papel y pixel

El texto digital en juego

Compilador

Carlos Suárez Quiceno

070.573 P613

Piedra, papel y pixel : el texto digital en juego [Recurso electrónico] / compilador Carlos Suárez Quiceno ; Edwin Andrés Sepúlveda Cardona, Ancizar Vargas León...[et. Al.] corrección de estilo Luisa Fernanda Córdoba Quintero. -- Medellín : Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó, 2020
105 p.

Incluye referencias bibliográficas

ISBN 978-958-8943-54-1

LIBROS ELECTRÓNICOS; SISTEMAS MULTIMEDIA; MULTIMEDIA INTERACTIVA; INNOVACIONES EDUCATIVAS; LITERATURA HIPERTEXTUAL ; Suárez Quiceno, Carlos, comp. ; Sepúlveda Cardona, Edwin Andrés ; Vargas León, Ancizar ; López Medina, Juan Diego ; Cárdenas López, Anny Cristina ; Carmona Suárez, Astrid Lorena ; Rey, Esteban ; Lozano Román, Adriana ; Universidad Católica Luis Amigó

**Piedra,
papel y
pixel**

El texto digital en juego

© Universidad Católica Luis Amigó

Transversal 51A 67B 90. Medellín, Antioquia, Colombia

Tel: (574) 448 76 66

www.ucatolicaluisamigo.edu.co - fondo.editorial@amigo.edu.co

ISBN:

978-958-8943-54-1

Fecha de edición:

24 de marzo de 2020

Compilador:

Carlos Suárez Quiceno

Autores:

Carlos Suárez Quiceno
Edwin Andrés Sepúlveda Cardona
Ancizar Vargas León
Juan-Diego López-Medina
Anny Cristina Cárdenas López
Astrid Lorena Carmona Suárez
Esteban Rey
Adriana Lozano Román

Corrección de estilo:

Luisa Fernanda Córdoba Quintero

Diagramación:

Arbey David Zuluaga Yarce

Diseño:

Edwin Andrés Sepúlveda Cardona

Edición:

Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó

Jefe Fondo Editorial:

Carolina Orrego Moscoso

Evaluación de contenido:

Esta obra ha sido evaluada por pares, aprobada por el Consejo Editorial de la Universidad Católica Luis Amigó y editada bajo procedimientos que garantizan su normalización.

Hecho en Colombia / Made in Colombia

Los autores son moral y legalmente responsables de la información expresada en este libro, así como del respeto a los derechos de autor. Por lo tanto, no comprometen en ningún sentido a la Universidad Católica Luis Amigó.

Declaración conflictos de interés: los autores de esta publicación declaran la inexistencia de conflictos de interés de cualquier índole con instituciones o asociaciones comerciales.

Esta publicación cumple con el depósito legal en los términos de la normativa colombiana (Ley 44 de 1993, Decreto reglamentario No. 460 de marzo 16 de 1995, y demás normas existentes).

Para citar este libro siguiendo las indicaciones de la tercera edición en español de APA:

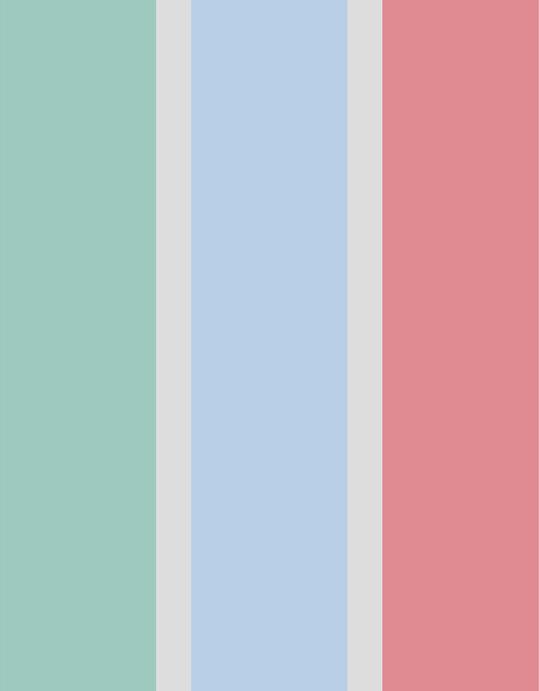
Suárez Quiceno, C. (Comp.). (2020). *Piedra, papel y pixel: el texto digital en juego*. Medellín, Colombia: Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó. Recuperado de https://www.funlam.edu.co/uploads/fondoeditorial/551_Piedra,_papel_y_pixel.pdf



El libro *Piedra, papel y pixel: el texto digital en juego*. Publicado por la Universidad Católica Luis Amigó, se distribuye bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Sin Derivar 4.0 Internacional.

Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden encontrarse en <http://www.funlam.edu.co/modules/fondoeditorial/>





ÍNDICE GENERAL

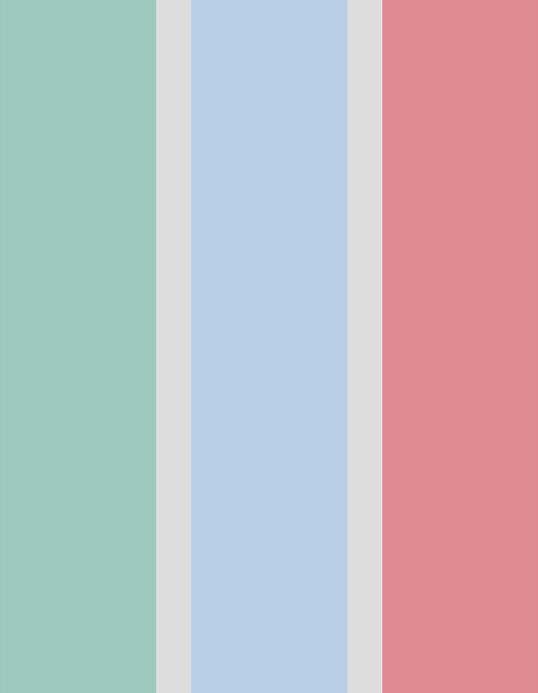
	Pág
PRESENTACIÓN	
PARTE 1-Conceptualización-	
El trampolín del <i>ebook</i>	13
Experiencia Amazon	31
Ecosistemas digitales para la formación: redes sociales, <i>ebooks</i> y ciencia 2.0	51
PARTE 2 -Experiencias-	
Producciones digitales hipermediales desde la investigación y la docencia	70
“La ciudad de letras que no oye”: una experiencia de creación en el aula	79
Bibliolabs, estrategia de cultura digital del sistema de bibliotecas públicas de Medellín	85
Libros remotos	96
El texto digital en juego: a manera de conclusión	103



CREACIONES
LITERARIAS

CON POESIAS Y ENIGMAS

MacBook Pro



PRESENTACIÓN

“*Piedra, papel y pixel*”, el juego de palabras que titula esta obra se deriva del lema “*Piedra, papel y pixel: preproducción, producción y postproducción de libros digitales*” creado para promocionar el encuentro *eBookCamp Colombia*, que tuvo lugar en la Universidad Católica Luis Amigó a finales del año 2016. Evoca un horizonte donde aparecen las formas que ha asumido el texto escrito y hace énfasis en el desarrollo de los libros digitales cuya producción es una actividad en crecimiento, en la que continuamente se realizan propuestas creativas, a la vez que los actores de la cadena del libro digital buscan alternativas para llegar a los lectores.

El encuentro *eBookCamp* permitió reunir a diversos protagonistas de la producción, gestión y consumo de libros digitales en el medio nacional, para que compartieran bajo un estilo de exposición derivado del esquema *BarCamp*, sus experiencias y conceptos. Más tarde, algunos de ellos enviaron sus aportes en forma textual para compilar esta obra, que no es necesariamente la memoria del evento, sino un producto derivado del encuentro, que a su vez es el resultado de una trayectoria en la producción de contenidos textuales digitales.

La iniciativa pionera de realizar el evento se originó en la línea de investigación Comunicación y Ciberculturas del grupo Urbanitas -adscrito a la Universidad Católica Luis Amigó-, especialmente en la actividad investigativa relacionada con la convergencia de la lectura y la escritura en los entornos digitales. Varias

personas han estado alrededor de estas investigaciones que en repetidas ocasiones se han divulgado en espacios académicos. A partir de esa constante interacción con otros investigadores, el grupo dio un paso más al incursionar en la organización de un primer encuentro entre productores, diseñadores y gestores en la cadena del libro digital en nuestro medio.

Para el proceso fue determinante el concurso de la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad, que destinó el recurso humano del grupo de investigación Urbanitas de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, para que proyectara y liderara el evento.

También este encuentro se hizo posible gracias al apoyo logístico de un grupo de estudiantes del curso Producción de eventos, quienes asumieron desde su disciplina de estudio, la publicidad, todo el montaje práctico. Con su gestión se logró recibir a más de 200 personas que acompañaron el evento a lo largo del día. Su compromiso llegó hasta asumir con toda propiedad la creación de las piezas publicitarias que exploraran el concepto Piedra, Papel y Pixel, de modo que logaran encajar en la expresión propia de los medios de difusión empleados.

A lo largo del evento se ofrecieron diez conferencias, algunas representaron instituciones locales y nacionales, mientras que en otras los conferencistas hablaron a título personal; pero todas retomaron los libros digitales, bien fuera desde un plano artístico, académico, editorial, empresarial, bibliotecológico o docente. Esto dio a la programación el equilibrio y adecuación necesarios para lo que se pretendía: un evento donde hablan los que poseen la práctica y el conocimiento.

Un último propósito rodea la iniciativa de esta publicación: el deseo de darle permanencia a estos textos que replican la actividad de quienes construyen y promueven la textualidad digital en nuestro medio.

Apunte metodológico de los capítulos

Los textos compilados en el presente libro se originan en prácticas investigativas o de creación, que encajan dentro del horizonte temático de la cibercultura. Por esa razón, la línea de investigación en Comunicación y Ciberculturas del grupo Urbanitas los propuso para la presente edición. La siguiente exposición muestra las particularidades metodológicas de cada uno de los capítulos.

Para llegar a las conclusiones de la investigación sobre “El Trampolín del *ebook*”, se efectuó un recorrido metodológico que acudió básicamente a dos preguntas centrales. En primer lugar cuál es la retrospectiva del *ebook* y en segunda instancia, cuál es su prospectiva. Por tanto, el diseño metodológico empleado es el panel de expertos, basado en los realizadores de investigaciones publicadas hasta el momento de culminación de este trabajo. Seleccionar estos autores, sus investigaciones y textos fue el primer paso para acceder a las respuestas que dieran cuenta de este nuevo campo de relación entre comunicación, cibercultura, comunicación-educación, prospectiva y sociedad del conocimiento.

El acercamiento metodológico del capítulo “Experiencia Amazon” está en correspondencia con el título, dado que para poder comprender el fenómeno y, particularmente, la sección relacionada con el mundo editorial digital, se acude a la experimentación propia y particular, de tal forma que la capacidad de observación se pone a prueba y permite la descripción de los procesos y la reunión de los datos que respaldan y se adentran en el fenómeno novedoso del tercer sector de la economía que relaciona los servicios de producción y comercialización de contenidos con el mercadeo, la comunicación y la publicidad.

El texto que relaciona los “Ecosistemas digitales para la formación: redes sociales, *ebooks* y ciencia 2.0”, obedece a un proceso metodológico que proviene de los estudios de la literacidad electrónica, que hace referencia a cómo leemos y escribimos en sistemas digitales, incluyendo los procesos relacionados con la maquetación de *eBooks* interactivos, asociados a su vez con el fenómeno industrial de creación de contenidos, y vincula las narrativas transmedia relacionadas con la visibilización de la ciencia. Adicionalmente, esta indagación se constituye en un estado de la cuestión relacionada con la serie de proyectos de investigación y con la producción científica de la línea en Comunicación y Ciberculturas a debida a la experimentación en el Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó, incluyendo las ponencias, los capítulos y libros resultado de las investigaciones.

El avance de la investigación sobre “Producciones digitales desde la docencia y la investigación”, expone la convergencia de la lectura y la escritura en entornos digitales, a la par que muestra una experimentación a partir de la creación propia de un software para la lectura y la escritura en un género que se denomina “aventuras conversacionales de texto”. La continuidad de este proceso investigativo condujo a la propuesta de crear *ebooks* interactivos

que hoy sirven de ejemplo para la nueva producción científica en general y la de los grupos de investigación en la Universidad Católica Luis Amigó, en particular.

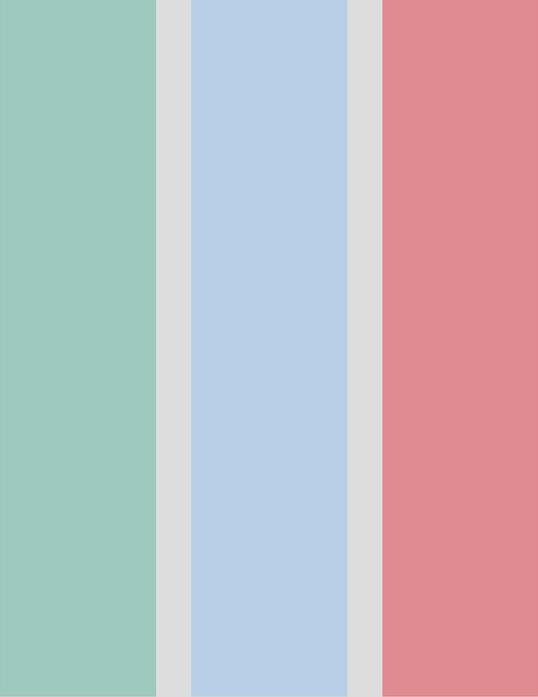
De nuevo, desde lo metodológico, la experimentación permite llegar a “La ciudad de letras que no oye”, ejercicio de transmediación en un curso de Literatura Contemporánea en la Universidad Católica Luis Amigó. El encuentro con la cotidianidad de un curso, la observación y el ensayo consuetudinario arrojan la posibilidad de hallazgos tan valiosos para la contemporaneidad, como la lectura interactiva. Por tanto, esta lectura, como método de indagación, produce miradas diferentes a las tradicionales y, este capítulo, da cuenta de ello.

La exposición “Bibliolabs – Territorios en código abierto y colaborativo” (Biblioteca Pública Piloto, 2014; 2016) es factible, entre otros aspectos, por la estrategia del “Grupo de experimentación tecnológica” asociado con la proyección de Bibliolabs. Para este caso, se trabaja con talleres y laboratorios asociados con la programación (de software), interfaces y acercamiento multimedial. Esta acción metodológica también es conocida como *open-knowledge* y por medio de ella se utilizan los denominados territorios de código abierto y por esa vía se accede a nuevos espacios de conocimiento y acercamiento científico.

“Libros remotos”, como creación, también obedece desde lo metodológico a la experimentación que, en este caso, echa mano de un recurso denominado el “costurero eléctrico”. Lo que observa este método de acercarse al conocimiento es el encuentro de la escritura del código de computación con los circuitos eléctricos en relación con la comunicación de los pensamientos. Es importante entender que la indagación parte de experiencias significativas de estudiantes de artes, arquitectura, diseño e ingeniería y su contacto directo con la robótica y los videojuegos.

En suma, *eBookCamp* Colombia es una estrategia para el ensamble de procesos metodológicos que apuntan al desarrollo de la línea de investigación en comunicación y ciberculturas, desde la producción de los libros digitales, en el marco de las nuevas formas de difusión de la ciencia. Esta convergencia metodológica se sintetiza en la indagación teórica y conceptual, la experimentación y la prospectiva, para lograr un conjunto de hallazgos y conclusiones que dan buena y eficiente cuenta de los objetivos del libro y las indagaciones asociadas.





PARTE 1

-Conceptualización-

Esta primera parte de la obra propone un recorrido que va desde las investigaciones que retoman los albores del libro digital, hasta el surgimiento de empresas como Amazon que se nutren de la comercialización de los formatos digitales, y se cierra con las exploraciones transmediáticas que se valen de todos los medios posibles para contar una historia.

Al final de la primera década de este siglo y a principios de la siguiente, resultaba novedoso hablar acerca de los libros digitales. Muchas inquietudes se ceñían en torno al tema y muchas personas querían incursionar en este terreno, tanto productores de contenido como consumidores.

Pasado este umbral aún no se resuelven todas las inquietudes ni se agota el tema. Pareciera como si tácitamente se hubiera decretado una pausa en la discusión, mientras el ecosistema digital va mostrando sus tendencias. En este contexto, hacia el año 2015, en la línea de investigación Comunicación y Cibercultura, el grupo de investigación Urbanitas desarrollaba el proyecto *Modelo para el diseño de libros digitales interactivos*. Después de una serie de indagaciones en las que se exploraba la confluencia de la lectura y la escritura en los entornos digitales, se quería tener mayor certeza acerca del proceso de producción de este tipo de textualidad. Entre los hallazgos de ese proyecto se encontró que la producción de los textos digitales interactivos se puede relacionar con el modelo empleado para contenidos de video, en los que se habla de preproducción, producción y postproducción.

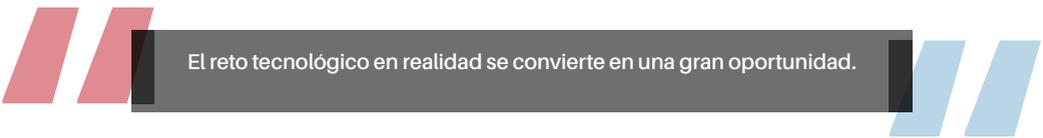


El trampolín del *ebook*

Ancízar Vargas León

ancizar.vargasle@amigo.edu.co

Comunicador Social-Periodista, Magíster en Educación y Desarrollo Humano, Doctor en Comunicación (Uniacc, Chile). Decano Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín. Grupo de investigación Urbanitas.



El reto tecnológico en realidad se convierte en una gran oportunidad.

Resumen

El trampolín del *ebook* es un viaje corto en el tiempo, pero de gran intensidad y productividad. Para acceder a la información se parte de las inquietudes metodológicas de la retrospectiva y la prospectiva del *ebook*. Mediante un recorrido representativo por diferentes investigaciones, se encuentra el paso veloz que transcurre entre la liberación del texto sobre papel al libro digital con alcances ni siquiera soñados por la ciencia ficción. Ya hacen parte del día a día y, sin embargo, siempre muestran nuevas y sorprendentes ventanas y posibilidades, hasta llegar a atrevidas rupturas de los recientes esquemas y retar a los lectores para que se conviertan en coprotagonistas de la generación de saberes en la sociedad del conocimiento.

Palabras clave

Libro electrónico; *Ebook*; Hipertexto; Sociedad del conocimiento; Prospectiva.

Introducción

La evolución de la grafía humana desde la piedra, pasando por el papiro y el papel, hasta llegar a la escritura y la lectura digital, es una muestra clara de la evolución misma del ser humano y de cómo la tecnología, en interacción con sus creadores, construye civilización y sociedad del conocimiento.

El recorrido por algunas investigaciones en torno al *ebook* da cuenta de un consistente andar hacia formas de encuentro no tradicionales entre los lectores y los productores de contenidos en todas las esferas del conocimiento.

Es así como se encuentra una historia del libro electrónico que, debe ser breve, pues su existencia, independiente de sus modalidades, no alcanza aún el medio siglo. Particularmente, es la biblioteca el sitio llamado para albergar la producción digital, en tanto ha sido la cuna y guarda de la ciencia y la literatura desde tiempos de Alejandría. Incluso, la producción de este orden cada vez es más fundamental para las bibliotecas que soportan investigaciones de algún tipo.

El *ebook*, además, hoy contribuye de forma vital a la educación y al entorno tecnológico, mediante su lectura. Por este motivo, algunos investigadores sostienen que ella, la lectura digital, forma al lector y lo hace diferente, en tanto se convierte en parte de amplios grupos que utilizan las mismas herramientas para el aprendizaje, lo que podría llamarse una lectura de carácter social.

Incluso se presentan análisis por campos del conocimiento, como es el caso de los estudios técnicos y científicos en España, pero que igual pueden presentarse en una buena cantidad de países en el planeta. En forma adicional, el uso de diversos dispositivos móviles implica gran flexibilidad y portabilidad, de tal forma que los límites geográficos desaparecen y la accesibilidad se incrementa de manera acelerada. Es más, una de las indagaciones da cuenta de toda una estrategia en México para su promoción.

Es decir que el uso del libro electrónico tiene cada vez mayores posibilidades de interacción, por lo que genera altas expectativas en productores y consumidores de sus contenidos. Sin embargo, su futuro no es suficientemente claro, dada la velocidad de la tecnología y de los modos de producción. Tampoco tiene que ser un futuro totalmente incierto. Por el contrario, el reto de los amantes de la tecnología y los productores es muy grande, pues en sus manos se encuentra la construcción prospectiva de su

desarrollo. Un detalle adicional muy importante: no basta con investigar, escribir y contar con gran desarrollo tecnológico. Se requiere de la construcción de estrategias de difusión para materializar la idea de una lectura social, es decir, que el *ebook* esté al alcance de la mayor cantidad de públicos posible. Se trata de elaborados y juiciosos procesos comunicativos en donde los profesionales del área tienen un gran reto y la necesidad de nuevos espacios de formación.

Recorrido Investigativo

Albores del ebook

Bajo el título de “Breve historia y largo futuro del *ebook*”, Emy Armañanzas Sodupe (2013) presenta una investigación en la que precisa que diversas disciplinas aportan a la configuración del libro electrónico, por tanto, la tarea es múltiple, se requiere de los análisis particulares, así como de una mirada holística para intentar comprensiones más acordes con su historia, actualidad y futuro. Ya se cuenta con estudios desde la ingeniería de sistemas, sociología, economía, literatura, entre otros.

En su breve historia se narra el desarrollo de la escritura denominada hipermedia, pero también procesos de edición, tanto como la comercialización de carácter digital, agregando la ampliación del universo relacionado con los dispositivos de lectura.

Cuando los libros se editaban con ordenador, ya se escribían en formato digital y así se entregaban al editor, aunque solo sirviera para facilitar el trabajo de su publicación en papel. Esta edición digital se generaliza entre las décadas setenta y ochenta. En ese entonces, leer y editar documentos largos en la pantalla de un ordenador era muy incómodo para la vista (Armañanzas Sodupe, 2013, p. 17). Estas son las nuevas formas comunicativas que provienen de los primeros estudios de comunicación, de las cuales hace clara referencia tanto Lina González (2017) en su estudio sobre la investigación de la comunicación en Colombia, como la proyección presentada por Ancízar Vargas L. (2017) en su investigación sobre la prospectiva de la comunicación en la sociedad del conocimiento.

Esta actividad fue posible a partir del avance de los editores de texto. Para hablar de su expansión, se deben mencionar las acciones de comercialización impulsadas por empresas como Microsoft, Apple, Google y Amazon. Armañanzas Sodupe (2013) devela que estas organizaciones copan la mayor parte de los mercados de Europa y han influido en la crisis de las editoriales tradicionales. Algunas de estas han comprendido la evolución y se preparan cada día para responder a los retos.

Armañanzas Sodupe (2013) encuentra que la velocidad de la evolución del *ebook* es como una revolución tecnológica que implica diversas áreas, desde la sociología, pasando por la tecnología hasta llegar al conocimiento más avanzado posible. Sin embargo, sostiene que su historia es tan breve que aún no muestra los efectos posibles que ocasiona en la sociedad, aunque prevé la probable existencia en cambios de la realidad que pueden ser muy profundos.

Biblios

Luego del surgimiento e inicio de posicionamiento del *ebook*, Julio Alonso Arévalo, José Antonio Cordón García y Raquel Gómez Díaz (2011) se encargan de estudiar “El libro electrónico en la biblioteca universitaria y de investigación”, en tanto adaptación a nacies formas de aprendizaje, con un énfasis digital creciente. El estudio da cuenta de cómo las editoriales cambian, de manera obligatoria, sus modelos de negocio, así como las bibliotecas se ven obligadas a cambiar sus sistemas de referenciación, adquisición, acceso a la información, préstamo de material, disposición, conservación y adaptación.

El reto tecnológico en realidad se convierte en una inmensa oportunidad. “El libro electrónico ha sido el último elemento en incorporarse de manera extensa a la biblioteca digital; primero fueron las obras de referencia, programas, multimedia en CD-ROM” (Arévalo, Cordón García y Gómez Díaz, 2011, p. 2). Los autores agregan que el libro electrónico ha cambiado de formato con cierta frecuencia y su evolución no es producto de la casualidad.

Como lo explicaba Armañanzas Sodupe, el avance del *ebook* se ve interpelado por redes tecnológicas, los sistemas informáticos y la diversidad de fuerzas económico-sociales. Así lo afirman, después de su indagación Arévalo, Cordón García y Gómez Díaz (2011). Agregan que encuentran una serie de factores potenciadores de la importancia del *ebook*, tales como la constitución

de bases de datos conformadas por libros y revistas, impulso al autoaprendizaje y el *e-learning*, avances significativos en nuevo software para textos, aprendizajes colaborativos y en red, amplia oferta editorial y diversas aplicaciones, mejoramiento de plataformas, sustitución de papel por formatos digitales, incremento de *ebooks* en bibliotecas de las universidades, uso de libros electrónicos para aprendizaje e investigación y la facilidad para las búsquedas por parte de los lectores.

Estos investigadores encuentran que existen algunos aspectos para trabajar y mejorar, como es el caso de las lagunas en contenido, las barreras de parte de usuarios y bibliotecas, y el uso e interacción con el texto.

En suma, sus hallazgos sostienen que la “buscabilidad”, accesibilidad, movilidad, flexibilidad e inmediatez son características esenciales del *ebook*. Por supuesto, auguran desarrollos importantes para los próximos años.

Ebooks, bibliotecas e investigación

Al trabajo anterior de Arévalo, Córdón y Gómez se suma el estudio denominado “*Ebooks* en bibliotecas de investigación: la experiencia del CSIC” realizado por Mercedes Baquero Arribas (2014). Esta fue una indagación realizada para la Unidad de Recursos de Información Científica para la Investigación, adscrita al Consejo Superior de Investigaciones Científicas en España.

El proyecto trabajó tres fases. En la primera, 2004-2006, se desarrollaron el *e-libro*, *reference works* y los protocolos de laboratorio. En la segunda fase, de 2007 a 2009, cada biblioteca adquirió *ebooks* con presupuesto particular y se adquirieron colecciones como la Elsevier y Springer o Brill y Walter Degruyter. En el período de 2010 y 2011 lograron la centralización de compras del material. Sin embargo, del 2012 al 2014 se reporta una crisis. Esta es una situación lógica en todo proceso evolutivo que no tiene que ser lineal. Sin embargo, los investigadores españoles sobre el tema en particular consideran que sigue existiendo una gran esperanza de desarrollo.

Territorio *ebook*

Esta ruta recorrida en un contexto determinado puede ser similar a la que se presenta en otras bibliotecas de Europa o de Latinoamérica. Florencia Corrión Salinero y María Antonio Moreno Mulas (2010), anticipándose un poco a estos estudios, analizaron fortalezas, debilidades, sentimientos y percepciones generales con respecto a la literatura electrónica. Se trabajó en el marco del análisis realizado para la implementación del libro electrónico en una institución, bajo el nombre de Proyecto *Ebook* y Biblioteca, perteneciente al Programa Territorio *Ebook* adscrito a la Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

La pregunta que se hacían era qué hacer con los libros electrónicos y, particularmente, cómo debería ser el funcionamiento para la administración de los préstamos, por lo que decidieron iniciar bajo la metodología de investigación-acción para registrar, valorar y sistematizar toda la experiencia, con miras a encontrar unas primeras respuestas, que permitieran organizar y proyectar el futuro del encuentro *ebook*-biblioteca.

Una de las conclusiones de esta indagación, luego del tiempo de trabajo invertido, es que el denominado Territorio *Ebook* requiere de una conquista, que necesita unos tiempos para ir logrando metas, en tanto se trata de desarrollar apropiación frente a esta modalidad, así como la evolución de las bibliotecas y la asimilación de la e-lectura. Entonces se trata de la construcción de lenguajes propios, incluyendo la formación de un equipo de e-bibliotecarios que no solo respondan a las necesidades actuales, sino que se preparen para la rápida evolución de los nuevos soportes de lectura.

Ebooks educación y cultura

Para Enrico Bocciolesi (2015), en su indagación denominada “Entre *eBook*, educación y lectura: el desarrollo tecnológico del entorno educativo”, el e-text y el *ebook* como los conocemos hoy, son un desarrollo de este siglo. Asimismo, también se empezó a hablar de “competencias digitales”, con una serie de mitos o temores incluidos por parte de docentes, escritores y editoriales en torno al poder que podrían alcanzar las máquinas a partir de la creación de nuevas formas tecnológicas y del conocimiento.

Basado en estas premisas, el asunto explorado por Bocciolesi (2015) es el “uso y conocimiento de los *eBooks* en un entorno educativo” (p. 235), por parte de los denominados nativos digitales o las personas nacidas en el siglo XXI. Una vertiente de trabajo dio cuenta del aprender a ser en los entornos electrónicos y la empatía lograda con tales mediaciones.

Los resultados fueron apreciados bajo lo que Bocciolesi (2015) llama “una mirada crítica razonable”, relacionada con el componente tecnológico, con lo cual se puede vislumbrar la asistencia a formas diferentes de aprendizaje y apropiamiento de los contenidos en nuevas plataformas, lo que devela una modificación de costumbres por parte de los actores educativos en relación con las texturas discursivas emisoras y receptoras.

Los correos electrónicos, blogs, contenidos textuales en diversas plataformas y su carácter cada vez más hipertextual son parte de los insumos propios de la concepción del *ebook* que hoy se conoce. Así lo hace saber Bocciolesi (2015) en las conclusiones de su trabajo.

Asegura que la revolución textual mediada por software y hardware, sin papel y transformada en píxeles, se convierte cada día en una revolución de las distintas maneras de lectura. Sin embargo, para que las proyecciones se den, se requiere del compromiso institucional y del individual de los actores productores, consumidores, docentes y hasta las familias.

Lector y lector digital

Bocciolesi (2015) con su análisis, que relaciona el entorno educativo y el *ebook*, permite acercarse de nuevo al Proyecto Territorio *Ebook*, en tanto, José Antonio Córdón García (2016) indaga sobre “La lectura digital y la formación del lector digital en España: la actividad de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez” (FGSR), en relación con el Proyecto enunciado.

La investigación de Córdón García (2016) da cuenta de que en lo que va corrido de esta década se presentan cambios aún más profundos en los soportes textuales, tanto como en las prácticas de lectura, particularmente en la digital.

Sostiene Cordón García (2016), basado en el Observatorio de la Lectura y el Libro, que en España “el 72,5% de editoriales publica actualmente libros electrónicos, cifra que es superior a la recogida en 2014, que llegaba solo al 68%” (p. 3), y esta es una tendencia que sigue en crecimiento constante.

El Observatorio (Cordón García, 2016) también da cuenta de que el 11% de las editoriales que no producen *ebooks* proyectan integrar los próximos dos años. Sin embargo, las que tienen catálogo completo en digital solo alcanza el 12,6%. De todos modos, Cordón García (2016) considera que aún existe una ambivalencia entre el avance del libro digital y las políticas editoriales tradicionales.

La FGSR con sus investigadores inició una indagación en 2010 bajo el nombre de “Proyecto de la Piedra al *Ebook*”, con un total de 40 lectores cuya edad estaba por encima de los 55 años, asociados a la Biblioteca Municipal de Peñaranda. Cordón García (2016) da cuenta de la diferencia con una investigación anterior para especificar, en definitiva, lo importante que es el encuentro del lector con el texto, entendiendo que la identificación que tradicionalmente se tenía con el libro en soporte físico podría compensarse con la individualización y sociabilidad del texto digital.

Lectura social

Puede decirse que las expresiones “sociabilidad del texto digital” y “lectura social” tienen un emparentamiento que puede convertirse en un potenciador, no solo del libro digital, sino de la masa de conocimiento que van construyendo los colectivos humanos.

Precisamente, Berta García Orosa y Xosé López García (2016) consideran que “el *ebook* busca en la lectura social la propuesta que impulse nuevos formatos de éxito”. Este es un estudio presentado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela.

Parten del supuesto que la evolución del texto digital asiste a un punto de inflexión, contrario a lo que otras investigaciones muestran. Por tal motivo consideran necesaria una juiciosa revisión crítica. Sus datos corresponden a la observación durante 2014, en comparación con los años anteriores. También acuden al

informe 2015 de la Fundación Telefónica en el que se reporta que de cada diez españoles, seis prefieren los libros impresos frente a los formatos electrónicos.

Específicamente, García Orosa y López García (2016) consideran que se puede estar asistiendo a un cambio de tendencia en cuanto a las preferencias de los soportes de texto, por lo que sostienen la propuesta de un nuevo “ecosistema digital”, tanto en producción como en recepción, dándole el énfasis a la “lectura social” donde jueguen papel vital la interpretación y la creación de conocimiento con carácter colaborativo. Agregan que ahora, la sociedad se encuentra ante un lector ávido desde el multidispositivo y el multiformato, empujando a nuevas experiencias de la lectura. Todo parece conducir a una existencia del agotamiento de los lectores al frente de las pantallas, con una actitud pasiva. Por tanto, más que receptores, los usuarios tienden a actuar y debatir frente a los contenidos, de tal forma que se sienten más como perceptores, no lineales y útiles frente a los diálogos que puede generar cada propuesta informativa y la posibilidad de construcción colaborativa de ideas, propuestas, datos y, en general, conocimiento.

Ebook y sectores de interés

Realizando una pausa en la construcción social del *ebook*, Irene Sofía Romero Otero (2013) presenta una tesis doctoral que denominó “Análisis sectoriales del *ebook* científico-técnico en España: en busca de algunas claves de su desarrollo”, en la cual efectuó un recorrido por una parte de la gestión del libro digital en manos de organizaciones de suscripción como Ebsco y Swets. Una de sus conclusiones, que coincide con estudios españoles similares, es que los nuevos soportes de texto se convierten en veloces innovadores de las empresas editoriales.

Asimismo, Romero Otero (2013) efectuó dos estudios de caso en la Biblioteca del Instituto de Química-Física Rocasolano del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Los análisis incluyeron la actitud frente al libro electrónico, las estrategias de mercadeo, las estrategias de gestión de biblioteca, fortalezas y amenazas, políticas editoriales, desarrollo del *ebook* de carácter científico y los niveles de aceptación por parte de esos usuarios específicos.

Dentro de sus conclusiones destaca que el libro sobre plataformas digitales se encuentra en constante cambio, por lo que los estudios que se presentan cada año son efímeros, en tanto la velocidad de los avances tecnológicos y la adaptación de contenidos a tales desarrollos es permanente. Romero Otero (2013) les sugiere a las bibliotecas permitirle nuevos espacios al texto digital, tanto en sus catálogos como en su comunicación.

Dispositivos móviles

Recordando a Sofía Rodríguez Moreno (2004) cuando dice que el libro electrónico se encuentra en constante cambio, puede comprenderse que Juan Manuel Díaz Lima y Agustín Lagunés Domínguez (2013) hayan realizado y expongan su trabajo sobre “Uso de dispositivos móviles como apoyo para incrementar la lectura de los universitarios en México”. Su estudio recoge datos contundentes de la Unesco, que le asigna al país norteamericano el lugar 107 en el hábito de lectura de sus ciudadanos, con un promedio de 2.8 libros por año, lo cual implica uno de los índices más bajos del planeta. La indagación conduce a presentar alternativas confiables y viables para la promoción de la lectura en los universitarios, mediante la promoción de *ebooks* consultados por medio de computadores o equipos móviles.

Para el efecto, Díaz Lima y Lagunés Domínguez (2013) efectúan los correspondientes análisis de amenazas y destacan fortalezas del libro digital, como la capacidad de almacenamiento y breves espacios, memorias expandibles, fácil conectividad, disponibilidad de enciclopedias y diccionarios, portabilidad, distribución, acceso más económico, y presenta una de las novedades que puede tener un amplio desarrollo y cambiar varios paradigmas: interacción lector-autor. A esta opción la empiezan a llamar “sistemas conversacionales”.

Los estudiosos Díaz Lima y Lagunés Domínguez (2013) hacen ver que existe cierta oposición al desarrollo tecnológico del texto por parte de varias comunidades y editoriales, debido a su prevención frente a los derechos de autor, en tanto los contenidos electrónicos quedan en alta exposición al plagio y uso inapropiado.

La otra dificultad que manifiestan tiene que ver con las lecturas lineales que, vistas en las pantallas, pueden ocasionar agotamiento y termina pareciéndose a la lectura tradicional en

soportes de papel. Por tanto, se trata de buscar, proponer y activar novedosas opciones de interacción con el texto por parte de todo usuario y, particularmente, de los jóvenes universitarios.

Usos y expectativas

Puede notarse un denominador común en los investigadores y es que después de sus búsquedas terminan reconociendo la importancia del libro digital, su evidente crecimiento, pero muestran variadas preocupaciones frente a su futuro.

Irene-Sofía Romero-Otero, Esperanza Iglesias-Fernández y Elea Giménez-Toledo (2013) trabajan en acuerdo con el Centro de Ciencias Humanas y Sociales (CCHS), Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y el Grupo de Investigación de Evaluación de Publicaciones Científicas (EPUC), en España. Ellas publicaron los resultados de un estudio titulado “Uso, aceptación y expectativas del libro electrónico en una biblioteca de investigación”. Definieron como objetivo: “establecer el uso y las actitudes que los usuarios de la Biblioteca del Instituto de Química-Física Rocasolano (Biqfr) del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) tienen con respecto a los libros electrónicos científico-técnicos” (p. 1). El ánimo era la comprensión del encuentro de tal recurso digital con el ambiente investigativo.

Romero-Otero, Iglesias-Fernández y Giménez-Toledo (2013) hallaron que de 70 usuarios, la importante cantidad del 63% utiliza el material electrónico para sus indagaciones y la plataforma preferida es el computador personal, por lo cual encuentran que este formato textual cada vez desempeña un papel de mayor valor en el mundo científico.

Esta indagación presenta unas cifras que podrían indicar la preferencia mayoritaria de menores de 35 años por el recurso electrónico, sin embargo, no es suficientemente contundente su demostración, por lo que amerita continuar profundizando este tópico, con el ánimo de identificar preferencias y tendencias.

Las personas que manifiestan inconvenientes frente al uso del libro mediado por las herramientas digitales, encuentran como dificultades las diversas formas como están guardados los archivos, la permanente evolución de los soportes e inestabilidad por la constante presentación de nuevos modelos de acceso. A este

grupo, las investigadoras los han denominado los más conservadores. Sin embargo, otro colectivo de personas considera que el futuro del libro digital es vital en el mundo de la investigación, pues los resultados de los encuestados así lo indican, con más del 44% de respuestas positivas.

Proyección

Como se puede apreciar, en las diversas indagaciones se percibe cierto optimismo frente al futuro del recurso electrónico y, particularmente, en cuanto a su uso con fines científicos y pedagógicos. Asimismo, las bibliotecas están cambiando su actitud y cada vez más se preparan para su inserción, uso y promoción. Por su parte, las editoriales se han visto en la obligación de cambiar el modelo de negocio y ahora hacen uso de redes sociales y demás recursos de marketing digital para promover sus ventas.

Según Gómez, Valarezo y Rivera (2017), “la comunicación educativa en la contemporaneidad es el ámbito del pensamiento crítico que exige establecer relaciones horizontales y roles flexibles que construyan un horizonte de papeles apreciados como democráticos” (p. 60). Las tecnologías actuales asociadas a una nueva relación docente-estudiante son un espacio vital para la proyección, como se puede apreciar a continuación.

En 2013, Juan Manuel Díaz Lima y Agustín Lagunés Domínguez presentaron, en el marco de su estudio sobre dispositivos móviles y lectura en universitarios, unas líneas futuras de indagación. Consideran que podría realizarse un experimento con jóvenes a partir de presentarles una muestra de libros muy representativos desde el punto de vista cultural y que se encuentren en formato electrónico, para medir su nivel y compromiso frente a la lectura de esos textos. De igual forma, si los ejemplares aún no han sido digitalizados, emplear las herramientas necesarias para su traslado al nuevo formato y dejarlos a disposición de las pruebas con el público seleccionado.

Otra propuesta que presentan Díaz Lima y Lagunés Domínguez (2013) es la realización de un estudio relacionado con el material que pueda ponerse a disposición en plataformas tecnológicas como referenciación bibliográfica en procesos de educación virtual y a distancia, dado que estos espacios de aprendizaje crecen ostensiblemente en el planeta.

Por su parte, Armañanzas Sodupe (2013) sostiene que el recurso textual electrónico supera las barreras de un solo campo del conocimiento, por lo cual, futuros estudios deben considerar diversas variables o aclarar desde qué horizonte se realiza el trabajo. Asimismo, indica que su futuro debe tener en cuenta factores como la escritura hipermediada, las nuevas formas de edición y, por supuesto, la comercialización de carácter digital. Con todos estos elementos también se podrán efectuar estudios sobre los probables efectos en la sociedad.

Agrega Armañanzas Sodupe (2013) que a los nuevos formatos textuales les espera un futuro con un largo recorrido y la técnica tiene en todo este proceso un rol protagónico. Dentro de las opciones de transformación se encuentra el avance constante de los dispositivos portables, de alta capacidad, movilidad y acceso, por lo que el alcance a mayores capas de la población crece rápidamente.

Con algo de anticipación, Julio Alonso Arévalo, José Antonio Córdón García y Raquel Gómez Díaz (2011) consideraron que las textualidades digitales prometían importantes transformaciones y alcances para el aprendizaje *online* y móvil. Para mostrar esta realidad, dan cuenta de la velocidad con la cual las revistas electrónicas se toman los repositorios de las bibliotecas y las fuentes de consulta, de tal forma que hasta las revistas más tradicionales posicionadas cuentan ahora con versiones al alcance de la red, con todas las ventajas que ello implica para estudiantes, docentes, investigadores y demás usuarios interesados.

Este rápido movimiento de la difusión de saberes por vías diferentes a las tradicionales quizá solo sea la plataforma de lanzamiento de arriesgadas y retadoras formas de intercambio de la producción intelectual, entre lo más simple y lo más complejo. Es así como ahora se habla y se observa el avance de la hipertextualidad y la interactividad. Edwin Andrés Sepúlveda Cardona y Carlos Suárez Quiceno (2015) indagaron sobre el tema mediante un trabajo titulado “*eBooks* interactivos”. Allí sostienen que la sociedad se encuentra en la era post computadores personales (Post PC), con lo cual se determina la lectura contemporánea y las respectivas terminales de texto. Su idea termina en la propuesta de un modelo para diseño y producción de libros electrónicos con opciones de interacción por parte de los usuarios.

Sepúlveda Cardona y Suárez Quiceno consideran que se asiste a un pensamiento con desarrollo hipermedial y de confluencia de sentidos, generando diversas formas de aprendizaje y compren-

sión de la realidad, lo que significa un cambio importante frente al lector tradicional y, por consiguiente, la lectura en sí misma. Es decir, la comunidad académica y científica está presenciando el trampolín del *ebook* que lo lanzará a diversos mundos por construir.

Después de este recorrido, las preguntas que surgen son:

- ¿Hasta dónde están dispuestos a llegar los escritores de libros, en tanto podrán ser intervenidos por otros con saberes similares o de diversas disciplinas?
- ¿Cuál será el papel de las casas editoriales ante transformaciones tan profundas?
- ¿Seguirá creciendo la producción del *free ebook* y qué seguirá sucediendo con derechos de autores individuales frente a la propiedad colectiva intelectual?
- ¿Con qué velocidad continuarán las transformaciones?
- ¿Existen individuos o colectivos que estén desarrollando planeación frente a las transformaciones de los libros electrónicos?
- Desde el punto de vista de la producción de conocimiento y desarrollos tecnológicos, ¿cuáles podrán ser las novedades próximas para generar y permitir mayor interacción de textos, autores, consumidores y prosumidores?
- ¿Cómo le aporta el libro electrónico “tradicional” y el libro electrónico interactivo al crecimiento de la masa de saberes en el marco de la sociedad del conocimiento?
- ¿Qué le puede esperar a la sociedad en tanto todo tipo de conocimiento estará en las plataformas digitales a mayor disposición de usuarios, con menos restricciones y con la gran opción de la interacción – intercambio?

En suma, se hace urgente la aplicación de estudios de futuro, para diseñar la prospectiva de los libros electrónicos y, de esa manera, reducir el azar, controlar la incertidumbre, potencializar la masa de saberes y crear mayores certezas. Para el efecto, se hace necesario el diseño primario de redes, plataformas colaborativas, observatorios, compromisos institucionales y voluntades creativas con miras a aportar en el diseño de naciones más equitativas socialmente.

Referencias

- Arévalo, J. A., Cordon García, J. A., y Gómez Díaz, R. (2011). *El libro electrónico en la biblioteca universitaria y de investigación*. España: Facultad de Traducción y Documentación, Universidad de Salamanca.
- Armañanzas Sodupe, E. (2013). Breve Historia y largo futuro del *ebook*. *Historia y Comunicación Social*, (18). [No. Especial Diciembre], 15-26. Recuperado de <https://bit.ly/2NsWVt4>
- Baquero Arribas, M. (2014). *Ebooks en bibliotecas de investigación: La experiencia del CSIC*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Unidad de Recursos de Información Científica para la Investigación.
- Bocciolesi, E. (2015). Entre *eBook*, educación y lectura: el desarrollo tecnológico del entorno educativo. *Revista Internacional de Humanidades*, 4(2), 235-243. Recuperado de <https://journals.epistemopolis.org/index.php/humanidades/article/view/754/322>
- Cordon García, J. A. (2016). La lectura digital y la formación del lector digital en España: la actividad de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez y el Proyecto Territorio *Ebook*. *Álabe* 13. DOI: 10.15645/Alabe2016.13.11
- Corrionero Salinero, F., y Moreno Mulas, M. A. (2010). *Creando e-bibliotecarias I: un viaje de película a Territorio Ebook*. España: Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas Gijón.
- Díaz Lima, J. M., y Lagunés Domínguez, A. (2013). *Uso de dispositivos móviles como apoyo para incrementar la lectura de los universitarios en México*. Congreso Internacional de Academia Journals.com
- García Orosa, B., y López García, X. (2016). *El ebook busca en la lectura social la propuesta que impulse. Nuevos formatos de éxito*. España: Anales de Documentación. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Santiago de Compostela.

- Gómez C., M., Valarezo C., J. W., y Rivera R., A. R. (2017). Comunicación docente, un desafío epistemológico para el autoaprendizaje. *Revista EduSol*, 17(60), 60-69. Recuperado de <http://cienciagtmo.cug.co.cu/index.php/EduSol/article/view/797>
- González, L. M. (2017). *Estado del arte de la investigación en comunicación en Colombia 1990-2015: hacia la formulación de un proyecto global* (Tesis doctoral). Santiago de Chile: UNIACC.
- Rodríguez Moreno, S. (2004). *La era digital y las excepciones y limitaciones al derecho de autor*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Romero Otero, I. (2013). *Análisis sectoriales del ebook científico-técnico en España: En busca de algunas claves de su desarrollo* (Tesis doctoral). España: Universidad de Barcelona.
- Romero-Otero, I., Iglesias-Fernández, E., y Giménez-Toledo, E. (2013). *Uso, aceptación y expectativas del libro electrónico en una biblioteca de Investigación*. España: Centro de Ciencias Humanas y Sociales (CCHS), Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).
- Sepúlveda Cardona, E. A., y Suárez Quiceno, C. (2015). *eBooks interactivos. Diseño y producción*. Medellín, Colombia: Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó.
- Vargas L., A. (2017). *Prospectiva de la comunicación en la sociedad del conocimiento* (Tesis doctoral). Santiago de Chile: UNIACC.

Experiencia Amazon

Juan-Diego López-Medina

juan.lopezme@amigo.edu.co

orcid.org/0000-0002-3105-8980

Doctor en Comunicación Visual de Presley University, Magíster en Administración de Empresas con especialidad en Gestión Integrada de la Calidad, Seguridad y Medio Ambiente de la Universidad Viña del Mar y Publicista de la Universidad Pontificia Bolivariana, con experiencia docente desde 1997 en programas de educación superior de Comunicación social, Mercadeo, Diseño gráfico y visual, Arquitectura y Publicidad; vinculado desde 2011 a la Universidad Católica Luis Amigó y actualmente Coordinador del componente de investigación del programa de publicidad de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño.

Desde que se lanzó al mercado el dispositivo Kindle, hubiera sido posible realizar 15 viajes a la luna con el dinero pagado por ventas de libros electrónicos.

Resumen

El desarrollo de las tecnologías de telecomunicaciones electrónicas y la globalización de los mercados son la excelente oportunidad que Jeff Bezos estaba esperando. Con la clara intención de surcar los mares de un gran océano azul, Bezos emprende el viaje de su vida y de las vidas de millones de personas al fundar Amazon.com en 1994, compañía que de manera casi desbordada ha crecido, adquirido y absorbido otras grandes marcas hasta encontrar el territorio de comercio electrónico, apto para emprender la aventura de lanzar sus propias marcas de dispositivos de entretenimiento y convertir a uno de ellos, en el soporte de lectura líder de los libros electrónicos: Kindle, cuyo mercado se consolida como uno de los mejores aciertos estratégicos de la industria editorial moderna, últimamente, hay que sumar un dispositivo que en mi infancia, parecía fantasía futurista, Alexa, el asistente interactivo por voz para el hogar.

Palabras clave

Ebook; Amazon; Kindle; Extensión de marca; Comercio electrónico.

Introducción

En los noventa, cuando estaba estudiando mi pregrado, una amiga se acercó emocionada y me dijo que en la biblioteca de la Universidad habían instalado un nuevo servicio, allí cualquier estudiante podía reservar un espacio 15 días antes para hacer uso de internet durante 45 minutos. Además, tal servicio permitía que las personas logaran una cuenta de correo electrónico.

Para mí fue bastante difícil entender la idea de correo electrónico, no podía imaginar cómo el correo no necesitaría papel y, entonces, cómo haría yo para entregar un mensaje a otra persona; me parecía más absurdo que ese servicio fuera gratuito; cómo el servicio de correo postal permitiría semejante artilugio de ciencia ficción, cómo era posible que diera igual enviar un correo electrónico a mis amigos en Suecia o Argentina y más loco todavía, que tardaran los mismos tres segundos en llegar a ambos destinatarios y que no fuera necesario sacar copia a un correo para enviarlo a varias personas simultáneamente.

Expectante y hasta asustado, reservé mi espacio en la biblioteca, durante mis 45 minutos, perdido en el ciberespacio y sin comprender de qué se trataba, busqué fotografías de mis bandas de rock favoritas, ingresé a portales en otros idiomas, escuché canciones que no habían salido al mercado todavía, por supuesto, espulgué algo de más y finalmente, con mi nueva cuenta de correo electrónico de Rocketmail accedí a un maravilloso portal de venta de música para reservar mis antojos en una lista de deseos; quince días después, ansioso hice uso de otros 45 minutos y realicé mi primera compra online en CD Universe (2018).

Amazon hasta entonces, no hacía parte de mi vida. Amazon hoy es el *Cthulhu* que se escapa del mundo cibernético y se apodera poco a poco del mundo tangible.

Experiencia Amazon

Nace

Luego de haber pasado por varios intentos empresariales para consolidar una empresa de comercio electrónico de libros de segunda mano, como Cadabra Inc., MakeItSo.com, Awake.com, Browse.com, Bookmall.com y Relentless.com, el visionario

Jeff Bezos (Ribas Barceló, 2014) descubre su ruta para navegar un amplio y profundo océano azul (Kim y Mauborgne, 2004) que en 1994 decide fundar con el apoyo de sus padres y Shel Kaplan, su primer empleado y socio minoritario (Ribas Barceló, 2013); conforma entonces de manera tímida Amazon.com, cuyo patrimonio inicial fue de US\$219.000 distribuido como se muestra en la figura 1 (Ribas Barceló, 2014).

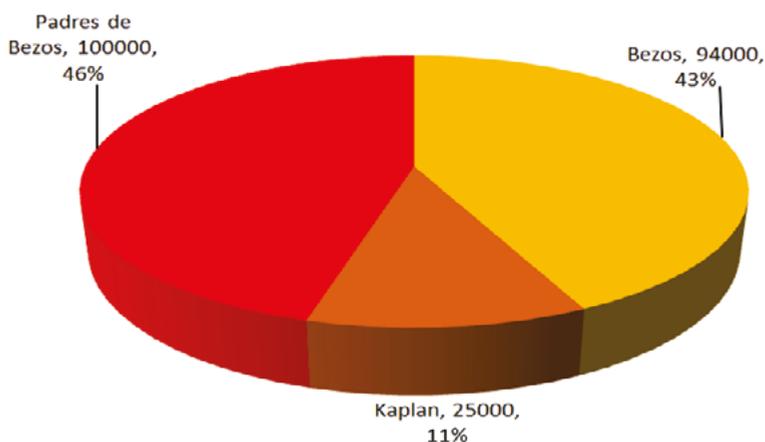


Figura 1. Participación en la inversión inicial para Amazon.com en 1994.

Fuente: elaboración propia a partir de Ribas Barceló (2014).

Amazon.com nace entonces con la idea de intermediar en la venta de libros de segunda mano y rápidamente inicia la intermediación comercial para venta de libros nuevos y de otros productos como música, películas, videos y audiovisuales en formato digital; juguetes y electrodomésticos; fundamentalmente la premisa era la venta indirecta de productos que fueran de fácil almacenaje y envío y que de acuerdo con las ventajas que pudiera tener con la legislación norteamericana, libres de impuestos (Ribas Barceló, 2014).

Inicia entonces en 1994 la empresa que ofrece el servicio de venta indirecta de productos que otras empresas tienen a disposición y lo que pretende es conectar a tales empresas con el comprador final, quien ingresaría a un sitio web para rastrear, consultar y comprar productos. El servicio de Amazon.com inicia como un vendedor flexible, cuyas ganancias se enfocan en las comisiones obtenidas por la venta de terceros.

Amazon es de esta manera, una de las compañías que adelanta una plataforma informativa lo suficientemente sofisticada como para comunicarse directo a las expectativas y deseos de sus públicos; se favorece el papel protagónico del comprador cuando se tiene la oportunidad de comentar y evaluar la experiencia de

compra y uso del producto, para ilustrar a otros posibles compradores en cuanto a la calidad promocionada. Mientras el consumidor se transforma en prosumidor (Wuebben, 2017), Amazon sigue paso a paso cada clic del usuario para ofrecer alternativas y sugerencias complementarias de compra de acuerdo con sus búsquedas e historial.

Crece

Para 1996, la empresa realiza un cambio de marca y hace explícita su promesa de venta, “La librería más grande de la tierra”; apenas dos años después, el patrimonio de Amazon.com crece 36 veces con respecto a la inversión inicial (Ribas Barceló, 2014), evidenciando de esta manera el potencial comercial y penetración de mercado que puede lograr la oferta de servicios y productos en internet, que para entonces continuaba con la venta indirecta, es decir, ofreciendo artículos de bodegas y tiendas de terceros.

Un año después, en 1997, se da un cambio sutil en su distintivo visual e inicia su estrategia expansiva, creciendo 6,75 veces con respecto al año anterior y conquistando mercados internacionales con la garantía de entrega a tiempo de productos legalmente viables en cualquier destino del planeta. Incorpora también el sistema “1 click” para reducir los riesgos de fraude financiero en las compras con tarjeta de crédito (Weeks, 2002, p. 139). Este riesgo obliga a la compañía a reestructurarse y de nuevo, en menos de un año, para 1998, se da el cambio de imagen tres veces y se inicia su estrategia de crecimiento intensiva; es decir, ya alcanzado el mercado internacional y luego de iniciar su introducción a territorios desconocidos, Amazon.com establece sus propias bodegas de todo tipo de referencias para controlar y garantizar los tiempos de entrega, calidad y precisión de pedidos.

La estrategia intensiva requiere de un desarrollo tecnológico potente que permita el seguimiento y promoción personalizada de productos, búsquedas, pedidos, preguntas, reclamos, comentarios y valoraciones de los productos; Amazon.com se convierte en un portal robusto que, gracias a los patrones y modelos algorítmicos, conoce más las intenciones de compra del usuario que el mismo usuario. Así crece 37 veces más con respecto al año anterior, con un patrimonio calculado de dos mil millones de dólares (Ribas Barceló, 2013).

La Figura 2 muestra cómo Amazon engancha la intención de compra del usuario al permitirle generar una lista de deseos, los datos cruzados ofrecen otras alternativas para motivar la compra y dar un crecimiento intensivo.

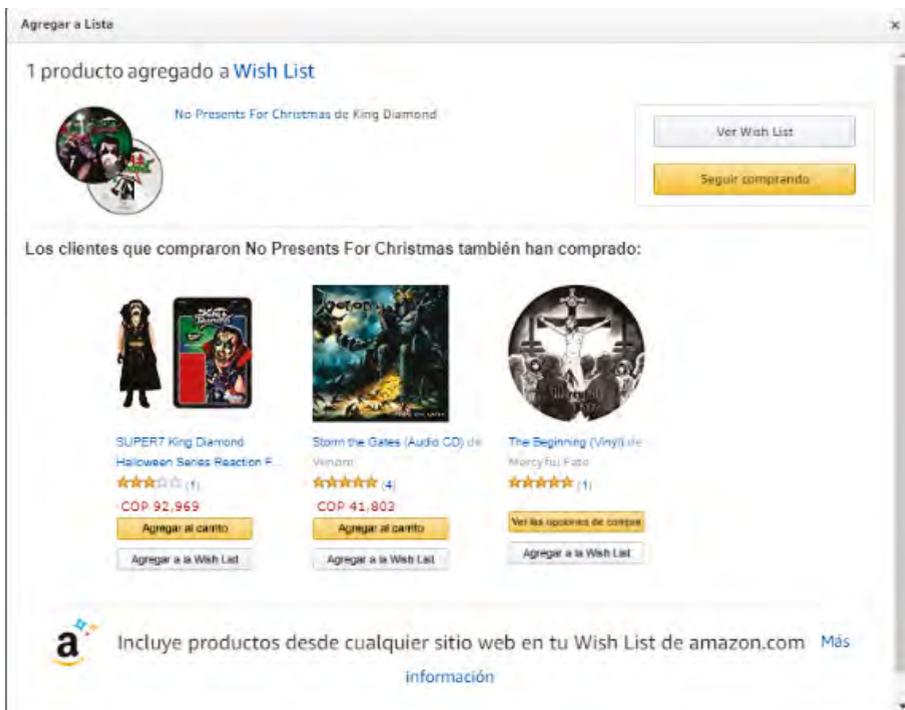


Figura 2. Sugerencias de compra de acuerdo con las preferencias del usuario

Fuente: captura de pantalla de Amazon.com (2018)

Reproduce

En 1998 se revela contundentemente Amazon.com al resto del planeta. Es también el momento en que su crecimiento abrumador le permite iniciar una estrategia de alianzas, compras, adquisiciones y absorciones de otras marcas online para seguir ofreciendo no solo venta de productos, sino de servicios; la Figura 3 ilustra las adquisiciones e inversiones de la compañía entre 1998 y 2009, sin embargo, Amazon.com sigue con su estrategia de “tragarse” marcas sólidas con presencia en la web.

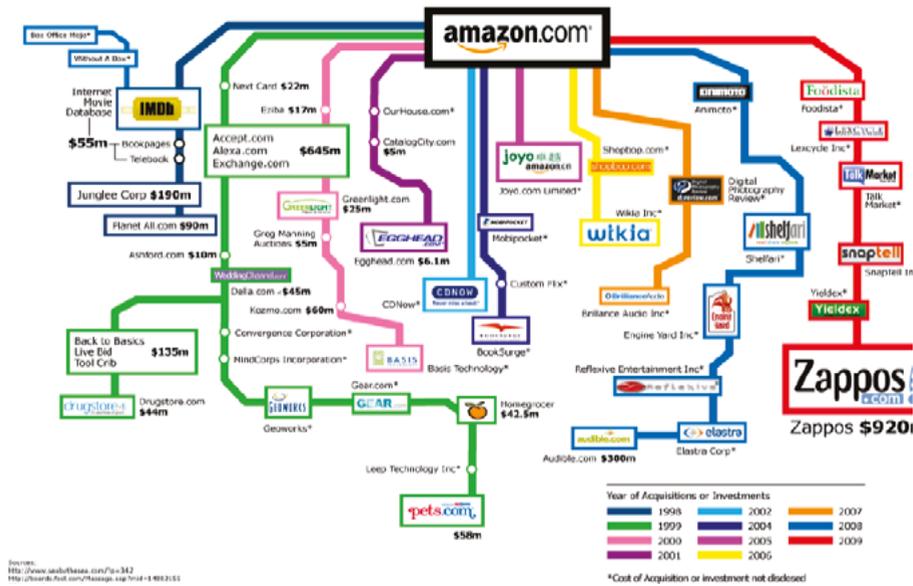


Figura 3. Adquisiciones en inversiones de Amazon de 1998 a 2009

Fuente: tomada de Ribas Barceló (2013)

Con la posesión y control de más de 50 marcas (unas sobreviven, otras son absorbidas), Amazon crece, desde su fundación, 1332 veces con respecto a su patrimonio inicial (Ribas Barceló, 2013).

En el siglo XXI y dada la cobertura *in situ* en varios países del planeta, Amazon decide arriesgarse con tiendas-bodega físicas bajo su marca directa, incrementando su estrategia intensiva de fidelización, variedad y frecuencia de compra. Actualmente, Amazon tiene centros de operaciones directos en Alemania, Australia, Brasil, Canadá, China, España, Francia, Holanda, India, Italia, Japón, México y Reino Unido (Amazon.com, 2016). En 2004, Amazon se ubica en la cima de marcas bajo categoría producto/servicio online con 6 servidores para websites y 32'000.000 de clientes en 150 países de acuerdo con la información del reporte anual de Amazon de 2010 citado por Donici, Maha, & Ignat (2012, p. 252).

Como si ese crecimiento descomunal no fuera suficiente, la compañía acoge la estrategia de marcas propias, inicia tímidamente en 2009 con una referencia, AmazonBasics (Figura 4), que en poco tiempo conquista el mercado online de venta de baterías y accesorios eléctricos; de esta manera, emprende un proceso de desarrollo de marcas acelerado, para llegar en 2018 a más de 100 marcas propias en más de cinco docenas de categorías de

productos y con los que se estima, la compañía incrementará sus ventas en más de 25 mil millones de dólares en 4 años (Creswell, 2018)



Figura 4. AmazonBasics, primera marca propia de Amazon

Fuente: Jens Mortensen, The New York Times (2018)

La expansión de marcas propias se define fundamentalmente por el enorme banco de datos de búsqueda de usuarios en todo el mundo, aquellos productos que son muy populares (con más del 70%) de coincidencias en las búsquedas, son los que se incorporan a la oferta propia de Amazon. Con el control de la cadena logística, la compañía puede ofrecer productos muy competitivos, inclusive al 50% del precio comercial de la competencia (Creswell, 2018). En lo que va de 2019, ya se registran 144 marcas, la mayoría de ellas, en el gran sector de confecciones (Blucó, 2019) como ilustra la Figura 5.

Marcas blancas de Amazon por sector

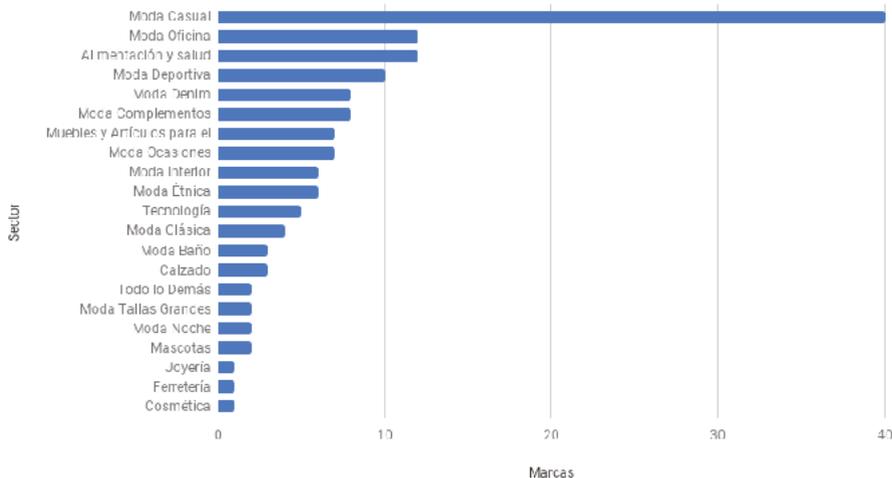


Figura 5. Marcas blancas de Amazon por sector.

Fuente: Blucó (2019)

La industria de los libros electrónicos se desarrolla firmemente por la mayor cobertura y adquisición de dispositivos electrónicos y la mayor confianza de usuarios en sistemas de educación a distancia y virtuales, sistemas en los que el acceso a bibliotecas físicas es difícil y se opta por la difusión de material digital; solo en Alemania el mercado de libros electrónicos creció un 20% en 2005, sin embargo, las ganancias del mercado editorial electrónico en ese momento fueron inferiores al 1%, lo que sugiere entonces la incipiencia del mercado *ebook* contra el *p-book*, además, el 33% de ese 1% obedece a publicaciones en revistas científicas (Kempe, 2007, p. 167); en Estados Unidos, para 2012, los libros electrónicos representaban el 19% del total del mercado editorial (Hetherington, 2014, p. 385).

En 2011, la compañía lidera la lista de marcas B2P de Norteamérica, superando a Apple, Dell, Office Depot y Walmart y se consolida como una de las sobrevivientes a la “burbuja punto com”, fenómeno de desplome financiero de muchas de las que entre 1995 y 2000 eran las grandes marcas de Internet (Donici, Maha, & Ignat, 2012, p. 256), como por ejemplo Lycos, Rocketmail, Yahoo y Netscape.

Para 2014, cuenta con más de 154.100 empleados y ventas registradas de US\$88.988'000.000, su crecimiento al parecer no se detiene dado el alto alcance de marcas y servicios que comercia y la importante presencia de Kindle en el mercado de libros electrónicos; sin embargo, la empresa ha presentado dificultades legales con el irrespeto de algunas patentes y la estructura y seguridad de los servicios de datos y telecomunicaciones; a pesar del auge de sus servicios en la nube con creciente demanda, en todo el mundo enfrenta presiones desde diversos sectores públicos y privados que quieren contener el crecimiento de la empresa sugiriendo rangos arancelarios que detengan el flujo comercial internacional de Amazon (Marketline, 2015).

El nuevo siglo ofrece amplias y flexibles opciones de mejora tecnológica y de seguridad para el comercio electrónico, eso le brinda a la compañía alternativas de extensión de línea y extensión de marca. Los portales de Amazon.com en el mundo están estructurados de acuerdo con las regiones más próximas a las que se accede. Cada portal ofrece “una biblioteca” básica de 16 categorías de producto, cuyas subcategorías pueden ser más personalizadas según los patrones de consumo de la región (Amazon.com, 2016).

Más que adquirir otras empresas o invertir en otras unidades de negocio, Amazon corre un riesgo casi con total éxito e inicia a mediados de la primera década del siglo XXI la oferta de un novedoso dispositivo para lectura de textos en pantalla, que por su configuración de hardware y firmware, emula mucho mejor la lectura en papel, nace en 2007 el Kindle (Ribas Barceló, 2013), que hasta 2016 tuvo siete generaciones diferentes y un número mayor de versiones y modelos con variaciones sutiles de diseño; según la revista Forbes, este es un de los productos tecnológicos de mercado más sólido hasta ahora, desde su lanzamiento al mercado, hasta 2014 que data el artículo, plantea que se han vendido aproximadamente 4'370.000 unidades en todo el mundo (Trefis-Team, 2014).

Esta alentadora situación le da la confianza a Amazon de atreverse a navegar en lo que yo llamaría un océano púrpura, es decir, un mercado en el que ya hay competencia con cierta relevancia y donde las variables de la mezcla de mercadeo hacen sensible la participación del mercado (Kim y Mauborgne, 2004); un mercado donde Amazon no es el rey, apenas es un invitado de la corte a la gala de cortejo a la princesa.

Se lanzan al mercado tres marcas entre el 2007 y 2012, Amazon Kindle, Amazon Fire y Amazon Video, amarradas a la oferta alternativa tremendamente comercial: Amazon Prime, que permite a los usuarios que paguen por el servicio, acceder a promociones, descuentos y servicios exclusivos, sumado a la ya posicionada tarjeta de crédito Amazon, otras extensiones de marca más recientes como Amazon assistant, que compara productos y precios de otros portales, Amazon underground que facilita el acceso y comercialización a aplicaciones para dispositivos móviles, Amazon music para competir con aplicaciones de personalización de archivos de audio, Amazon Fashion con sus propias colecciones de prendas de vestir (Amazon.com, 2016) y otras que seguramente en un futuro próximo se revelarán con contundencia.

Amazon Fire se atreve a lanzar dispositivos de alta tecnología de entretenimiento y telecomunicaciones, usa un sistema operativo llamado Amazon's Fire OS, basado en el Android Lollipop (Radding, 2015); el Fire Phone fracasa debido a las presiones del mercado, las grandes marcas dominantes ahogan la reputación de los teléfonos inteligentes de Amazon con las comparaciones y críticas al respecto; de Amazon Fire sobreviven las tabletas, que se lanzan al mercado con un precio aproximado de US\$50 con contenidos de entretenimiento garantizados y alimentados

por Amazon, siendo apto para la lectura de libros, visualización de películas, navegación web e instalación de aplicaciones, excelente soporte técnico y servicio de actualizaciones permanentes, aunque con pantalla y cámara fotográfica de menor calidad que las otras marcas (Radding, 2015); decodificadores de TV por suscripción y dispositivos de audio bajo la referencia Amazon Echo.

Amazon Video es una integración de servicios que sumado a Amazon Prime, es un híbrido entre Amazon.com (Amazon.com, 2016), Netflix (Netflix Colombia, 2016) y el portal de Microsoft (Xbox 360|Sitio oficial, 2016) para sus productos de entretenimiento y utilidades de oficina y hogar, donde el usuario hace parte de una comunidad en la que su espacio virtual se personaliza y alimenta con recomendaciones y promociones a la medida, algunos servicios y productos gratuitos y otros pagos, de acuerdo con los hábitos de consumo de la persona. Esto favorece tremendamente la estrategia de crecimiento intensivo de Amazon.com, pues más que enviar notificaciones al correo electrónico con las novedades y posibles intereses del consumidor, Amazon Prime ofrece la posibilidad de hacer parte del mundo web 2.0 y convierte a los clientes en prosumidores que día a día aportan para la mejora de las ofertas de productos y servicios, el comprador puede ser también vendedor y le facilita hacer parte de una red social poderosamente tentadora.

-Casualmente mientras reviso y complemento este texto, en mi sistema operativo se instala Amazon Assistant, un plug in que rastrea las búsquedas de internet en Amazon, sugiere además que sea Amazon mi rastreador por defecto (no acepto). Figuras 6 y 7-

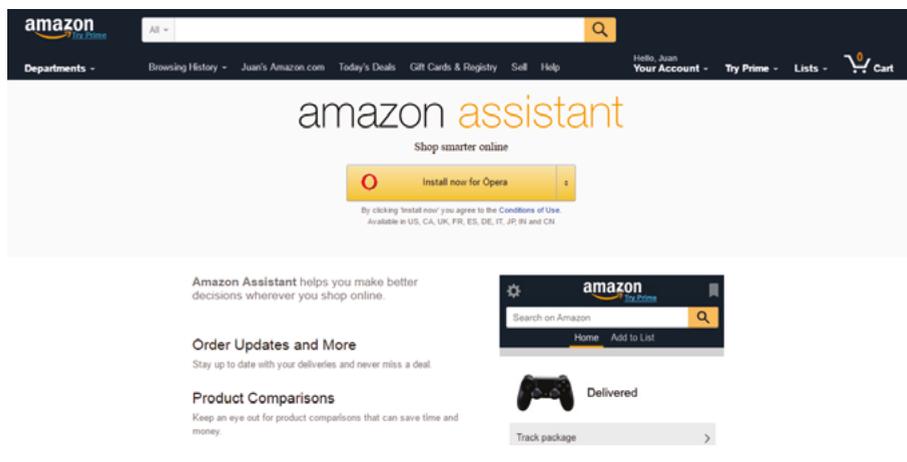


Figura 6. Sugerencia de instalación Amazon Assistant

Fuente: captura de pantalla de Amazon.com (2016)



Figura 7. Aviso de instalación exitosa de Java

Fuente: captura de pantalla de Java en Windows OS (2016)

Mercado Kindle

Fundamentalmente el mercado editorial electrónico necesita del apoyo de servicios de búsqueda en Internet para que el comprador potencial acceda a la publicación. En apariencia, esto favorece la promoción de los títulos, sin embargo, depender de las políticas y modelo de negocio de los proveedores del servicio de indexación y búsqueda hace que el editor no tenga el control total de sus títulos (Kempe, 2007, p. 168); el mercado de los *ebook* está dominado por marcas y productores no editoriales (Kempe, 2007, p. 171), pero el modelo de Amazon con Kindle y los títulos para Kindle deja bajo total control de comercialización y seguimiento los títulos en su portal, la clave está en el manejo y procesamiento de estadísticas web personalizadas por usuario, que felizmente, cada quien brinda gratis en jornadas 24/7.

Tomando prestada la Figura 8, referenciada en Gilbert (2015, p. 167), se ilustra el crecimiento del mercado de libros electrónicos e impresos en Estados Unidos en un lapso de cinco años, evidenciando el crecimiento del mercado electrónico y el decremento del mercado impreso.

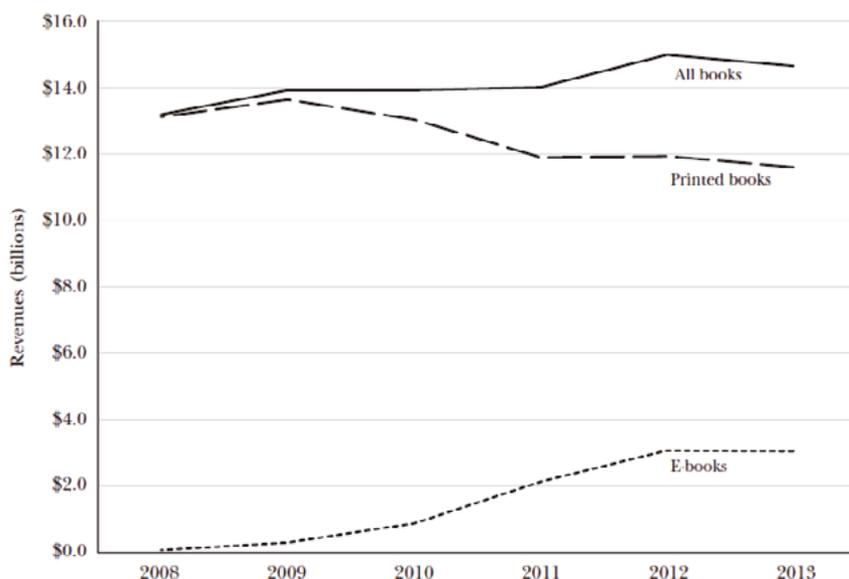


Figura 8. Ventas del mercado de libros en Estados Unidos 2008 - 2013

Fuente: Book Industry Study Group (2011, 2014), como se citó en Gilbert, (2015, p. 167).

El crecimiento del mercado de los *ebook* parece desacelerarse ya que los usuarios que adquieren un título, lo comparten con su círculo cercano, esto lleva a que la venta progresiva realmente no se lleve a cabo como se proyecta en un principio, no obstante, día a día los productores de textos procuran incorporarse al mercado electrónico como alternativa de alcance más efectiva y económica que la distribución del libro en papel (Gilbert, 2015). Las ventas de los libros físicos en Estados Unidos bajaron de US\$11.400'000.000 en 2013 a US\$10.900'000.000 en 2014, presumiblemente por el aumento de popularidad y reducción de precios de Kindle y alternativas similares de otros fabricantes (Gilbert, 2015, p. 168).

Como usuario y cliente de Amazon.com, se tiene acceso a una incontable cantidad de referencias. La oferta de textos electrónicos viene aumentando desde 2007 cuando se lanza el primer Kindle al mercado. De acuerdo al historial de búsquedas y compras que el cliente haga en el portal, al buscar textos electrónicos, Amazon proporciona una lista de sugerencias según los intereses del usuario, por ejemplo, si una persona ha rastreado películas deportivas o accesorios de pesca, las recomendaciones de textos para Kindle son relativas a esas categorías. Aunque una investigación desarrollada en la Universidad de Albany (Van Ullen & Germain, 2002, p. 320) evidencia que “el que mucho abarca, poco aprieta”, pues al hacer un rastreo y seguimiento de títulos ofrecidos en Amazon, un 11,1% no está disponible, sea por

no estar disponible, estar discontinuado, agotado o con datos errados, la misma investigación realiza en su trabajo de campo un rastreo sobre la aceptabilidad de los textos disponibles en Amazon como textos académicos o científicos por parte de estudiantes e investigadores deduciendo que un altísimo 39,1% se considera de poco rigor (Van Ullen & Germain, 2002, p. 321), aunque claramente el propósito del mercado de Kindle no es transformar el conocimiento de las civilizaciones –digo yo-.

Como ejercicio para este texto, personalmente Amazon me recomienda 4'828.310 (a fecha de 17 de octubre de 2016) textos de acuerdo a mi historial de compras y búsquedas, que a lo largo de varios años ha saltado por casi todas las categorías de oferta de Amazon. Esa vasta lista de recomendaciones tiene textos de grandes editoriales y de escritores independientes que acceden a la promoción de sus obras por medio de la compañía. Dado los diversos orígenes de los textos electrónicos, sus precios varían desde gratis hasta más de 50 dólares (casos excepcionales).

Para hacer un ejercicio de visualización del potente mercado de textos Kindle, supondré que voy a adquirir un libro mensual, eso implica que para leer todas las referencias sugeridas tardaré 92.852 años leyendo uno por uno, evidentemente sucederán varias catástrofes naturales, glaciaciones, extinciones masivas y modificaciones geológicas de mi territorio cercano, por lo que además no sobreviviré a ello y apenas podré cumplir con un minúsculo porcentaje de la cuota de lectura.

Si se obvia el asunto de los miles de años y se mira desde otra perspectiva el mercado Kindle (no de los dispositivos, sino de los textos, que es donde está la verdadera ganancia), cultivar un hábito de lectura de un texto mensual implicaría que si adquiero textos de un bajo precio (US\$3.99) como tarifa modal, deberé invertir CO\$134.64 al año.

Y si además se supone que cada usuario de Kindle asume el mismo hábito de compra/lectura de un texto mensual, considerando los 4'370.000 Kindles vendidos por año (Trefis-Team, 2014), el monto en pesos por año de textos electrónicos vendidos es la poco despreciable suma de CO\$585.859'680.000, cifra que apenas logra uno leer de corrido –advierto– considerando solo textos adquiridos por usuarios que cuentan con el dispositivo, no por aquellos (como yo) que descargan la aplicación gratuita, que de acuerdo al dato de Google Play, supera más de 500'000.000 de instalaciones solo para Android (Aplicaciones de Android en Google Play, 2016), cómo entender esa espeluznante cifra?

En un portal de dudas y curiosidades científicas, se estima el costo de un viaje espacial con las tecnologías y recursos actuales, allí estiman que un viaje lunar puede estar alrededor de los CO\$372.400'000.000 (Guzman, 2015), es decir, desde que se lanzó al mercado el dispositivo Kindle, hubiera sido posible realizar 15 viajes a la luna con el dinero pagado por ventas de 12 libros electrónicos a US\$3.99 cada uno, por año, por cada usuario Kindle.

De esta manera, entender el alcance y poder del mercado de los libros electrónicos –únicamente– comercializados para Kindle de Amazon, ayuda a imaginar entonces la cantidad de dinero que mueve el mercado de libros electrónicos en el mundo más allá de Amazon.com.

Sin embargo, las ventas de los libros para Kindle superan en mucho las cifras estimadas, pues el ejercicio se hizo con un precio relativamente bajo y restringiendo los cálculos a quienes han comprado el dispositivo; más allá de eso, Amazon ha puesto a disposición de quien quiera, la descarga de Kindle para computadores y dispositivos móviles con desarrollos multiplataforma: Mac, Windows, Android y Black Berry (Amazon.com, 2016), así, la estrategia de crecimiento en el mercado refuerza de manera transversal la intención expansiva (alcanzar más usuarios, más regiones) e intensiva (incrementar la frecuencia de compra y afianzar el hábito de consumo y fidelidad de marca).

Las alternativas de distribución y comercialización de libros electrónicos de otras compañías están muy por debajo de Amazon en cuanto a la competitividad de sus precios de venta al público, la variedad de títulos y alternativas de pago, distribución y posventa y la personalización de estrategias promocionales con el público final, por ello Amazon se acerca lenta y seguramente a un monopsonio¹ en el que más del 30% del mercado de comercialización de *ebooks* es comprado por Amazon; pocas editoriales se ven tan atraídas como Amazon por la compra de títulos y su reventa en el mercado global (Gilbert, 2015, p. 174).

Finalizando 2017, Amazon se encuentra en el tercer puesto mundial de las marcas más valiosas y acoge a más de 566.000 empleados alrededor del planeta (Statista, 2018).

¹ "Monopsonio es una situación en que el demandante, siendo único, puede fijar a su arbitrio el precio de mercado, con lo cual está en situación de apoderarse de parte del excedente del oferente" (eco-finanzas.com, s. f.).

Alexa

Es indudablemente el producto bandera de la compañía, es un dispositivo sofisticado que resulta de los desarrollos de la industria 4.0, el internet de las cosas. La función de este dispositivo es interconectar los electrodomésticos y dispositivos del hogar con la red global, e inclusive, con otros dispositivos fuera de la casa. De manera coloquial, podría decirse que Alexa es un parlante que escucha, aprende y resuelve problemas de logística como ordenar compras para entrega a domicilio, reservar citas médicas, comprar o reservar tiquetes para eventos o viajes, también lee libros, ordena al TV reproducir una película, bajar la temperatura de la nevera, en fin, su alcance supera la capacidad de interacción de muchos otros dispositivos de interconexión “inteligente”.

Estratégicamente, la penetración en el mercado de este dispositivo evidencia que su segmento es bastante amplio y con posibilidades enormes de ampliarse más, pues de acuerdo con el modelo de Alexa y la compatibilidad con otros dispositivos, permite integrar a la familia y la empresa con nuevas funcionalidades.

- 57% es público masculino
- 51% de los dispositivos se ubica en la cocina
- 24% de usuarios tienen entre 18 y 29 años
- 20% de usuarios tienen entre 30 y 44 años

Por ello la compañía desarrolló una versión especial para niños, que facilite a los nuevos usuarios la integración de estilos de vida de niños, con los servicios y productos disponibles en el universo Amazon. Está trabajando actualmente en otra versión para adultos mayores, que permita mejorar la autonomía de dicho público (Koksal, 2018).

La integración del mundo digital con el físico es una realidad que hace ya varios años, Amazon como líder de muchos mercados, sabe que no hay marcha atrás y, además, que la profundidad de los océanos azules por los que navega, le permite fortalecer los tentáculos para dominar las dinámicas de consumo en las que gran parte de nosotros está inmerso. La cuarta revolución industrial extinguió muchos modelos de negocio, pero facilitó el crecimiento exponencial de otros.

Referencias

- Amazon.com. (2016). Amazon.com: Online shopping for electronics, apparel, computers, books, DVDs & more. Retrieved from <https://www.amazon.com/>
- Aplicaciones de Android en Google Play. (2016). Retrieved from <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.amazon.kindle&hl=ES>
- Blucó. (2019). Las marcas blancas de Amazon... más de 140. Recuperado de <https://bluco.es/amazon/marcas-blancas-amazon/>
- CD Universe. (2018). CD Universe. Recuperado de <https://www.cduniverse.com/>
- Creswell, J. (2018). How Amazon Steers Shoppers to Its Own Products. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2018/06/23/business/amazon-the-brand-buster.html>
- Donici, A. N., Maha, A., & Ignat, I. (2012). E-Commerce across United States of America: Amazon.com. *Economy Transdisciplinarity Cognition*, 15(1), 252–258. Retrieved from <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=1579638d-cf3e-4b67-9310-a300edff3c94%40sessionmgr102&vid=1&hid=116>
- eco-finanzas.com. (s. f.). Monopsonio. Recuperado de <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/M/MONOPSONIO.htm>
- Gilbert, R. J. (2015). E-books: A Tale of Digital Disruption†. *Journal of Economic Perspectives*, 29(3), 165–184. doi: <https://doi.org/doi=10.1257/jep.29.3.165>
- Guzman, J. (2015). How much would a Moon landing, using modern technology, cost today compared to 1969? Quora. Retrieved from <https://www.quora.com/How-much-would-a-Moon-landing-using-modern-technology-cost-today-compared-to-1969>
- Hetherington, D. (06 September 2014). Book Publishing: New Environments Call for New Operating Models. *Publishing Research Quarterly*, 30(4), 382–387. doi: <https://doi.org/10.1007/s12109-014-9379-y>

- Kempe, J. (2007). BookStore – Strategic options of a publisher-driven service. *Information Services & Use*, 27, 167–171. Retrieved from <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=414da720-b0e2-4ddd-9dfd-784073b0c206%40sessionmgr102&vid=1&hid=116>
- Kim, W. C., y Mauborgne, R. (2004). La estrategia del Océano Azul. *Wordpress*, 9. Recuperado de <https://estrategiasynegocios.files.wordpress.com/2006/11/la-estrategia-del-oceano-azul.pdf>
- Koksal, I. (2018). Who's the Amazon Alexa Target Market, Anyway? *Forbes*. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/ilkerkoksal/2018/10/10/whos-the-amazon-alexa-target-market-anyway/#7d46c40d2eb5>
- Marketline. (2015). *Amazon.com, Inc. SWOT Analysis*. Retrieved from <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=eab69824-0d96-4b19-964c-00ab9ad20f30%40sessionmgr102&vid=1&hid=116>
- Mortensen, J. (2018) Amazon basics. “How Amazon Steers Shoppers to Its Own Products”. Julie Creswell, *The New York Times*, junio 23 de 2018. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2018/06/23/business/amazon-the-brand-buster.html>
- Netflix Colombia–Ve series online, ve películas online. (2016). Recuperado de <https://www.netflix.com/co/>
- Radding, B. (2015). Amazon's Content Powers This Worthy \$50 Tablet. *PC Magazine*. Retrieved from <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=6fc4c026-fcf3-4519-925c-c7e861a28a85%40sessionmgr104&vid=1&hid=116>
- Ribas Barceló, J. (2013). Early years. In *Amazon 02–Early years* (p. 14). Oalma de Mallorca. Recuperado de <http://www.slideshare.net/PereJoan1/amazon-02-early-years>
- Ribas Barceló, J. (2014). Amazon. com. In *Amazon 01–introduction* (p. 16). Palma de Mallorca. Recuperado de <http://www.slideshare.net/PereJoan1/amazon-01-introduction>
- Statista. (2018). Amazon–Datos estadísticos. Recuperado de <https://es.statista.com/temas/3556/amazon/>

- Trefis-Team. (2014). Estimating Kindle E-Book Sales For Amazon. Retrieved from <http://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2014/04/02/estimating-kindle-e-book-sales-for-amazon/#78b724635bfc>
- Van Ullen, M. K., & Germain, C. A. (2002). Business as Usual: Amazon.com and the Academic Library. *The Journal of Academic Librarianship*, 28(5), 319–324. Retrieved from <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=010e4dce-ae98-4be8-8afa-018a319490c2%40sessionmgr102&vid=1&hid=116>
- Weeks, T. (2002). Amazon.com V. Barnesandnoble.com, INC. *Berkeley Technology Law Journal*, 17(139), 139–143. Retrieved from <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=05119dc2-bd23-4d9b-9127-efe8fbe33285%40sessionmgr107&vid=1&hid=116>
- Wuebben, J. (2017). *Future marketing. Winning in the prosumer age*. San Diego: Content Launch Press.
- Xbox 360 | Sitio oficial. (2016). Recuperado de <http://www.xbox.com/es-CO/xbox-360>



Ecosistemas digitales para la formación: Redes sociales, *ebooks* y ciencia 2.0

Edwin Andrés Sepúlveda Cardona

edwin.sepulvedaca@amigo.edu.co

<http://orcid.org/0000-0003-3602-623X>

Comunicador social. Magister en Educación Virtual. Candidato a Doctor en Comunicación y Publicidad. Docente investigador, Categoría Junior de Colciencias. Líder del Grupo de Investigación Urbanitas, de la Universidad Católica Luis Amigó. Especializado en temas como: TIC, Marketing Digital, Transmedia, Hipertexto, Ciberculturas. Autor de los libros: *eBooks* interactivos, modelo y producción (2015) y Transmedia literacy e intertextualidad (2016).

Carlos Suárez Quiceno

carlos.suarezquiceno@gmail.com

Sociólogo de la Universidad Autónoma Latinoamericana, Licenciado en Español y Literatura de la Universidad de Antioquia. Magister en Estética de la Universidad Nacional, sede Medellín. Doctor en Diseño y Creación de la Universidad de Caldas. Docente-Investigador y Jefe de Línea en Comunicación y Ciberculturas del grupo Urbanitas de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño de la Universidad Católica Luis Amigó.

Podríamos advertir que cada sujeto con un smartphone o una tablet conectado a Internet sería el mejor escenario posible para un evento formativo.

Resumen

La industria editorial y su transformación digital plantean al docente nuevos retos teóricos y prácticos por dentro y fuera del aula de clase. Retos para la investigación y creación de nuevo conocimiento, pero también para la visibilización y transferencia del mismo.

Entre las clásicas tecnologías de transferencia de conocimiento (libro) y los nuevos modos disruptivos (tablets, eReaders, formatos) enfocados en dispositivos ubicuos (Arantes, Stadler, Del Corso, y Catapan , 2016) se establece un panorama formativo y un ecosistema digital en el que coexisten tecnologías emergentes: de apps, programas y herramientas Web 2.0; la depuración de contenido creado por el docente, pensado hacia revistas de alto impacto y publicaciones interactivas tipo *ebooks* para grandes plataformas como iBooks de Apple y los kioskos de Google Play; y planes de promoción y comunicación para beneficiar el SEO de la publicaciones, impactar redes sociales científicas y no científicas, y aumento de métricas de visualización de la producción intelectual.

En ese orden de ideas, este apartado se enmarca desde las investigaciones sobre: “Literacidad electrónica: experiencias de lectura e inclusión de dispositivos electrónicos en bibliotecas” y un “Modelo para el diseño y producción de libros electrónicos interactivos (*ebooks*) para Tablets PC”, ejecutadas por el Grupo de Investigación Urbanitas, en la línea de Comunicación y Ciberculturas, de la Universidad Católica Luis Amigó.

Palabras clave

Ebooks; Ciencia abierta; Ciencia 2.0; Redes sociales; Dispositivos móviles.

Introducción

El presente texto es una elaboración que proviene de los proyectos: “Literacidad electrónica: experiencias de lectura e inclusión de dispositivos electrónicos en bibliotecas” y “Modelo para el diseño y producción de libros electrónicos interactivos (*ebooks*) para Tablets PC” ejecutados por el Grupo de Investigación Urbanitas, en la línea de Comunicación y Ciberculturas, de la Universidad Católica Luis Amigó.

El tema tratado corresponde a cómo los entornos y ecosistemas digitales contribuyen a la formación y el aprendizaje de ciudadanos y comunidades. Es decir, los escenarios, herramientas, redes y nuevas metodologías como agentes de cambio en procesos formativos.

Sobre la investigación en literacidad electrónica, finalizada en el año 2016, se posee información, resultados y conclusiones que nos permiten establecer coordenadas sobre la implementación de dispositivos electrónicos en entornos digitales. Al igual que sobre el proyecto de producción de libros electrónicos ejecutado durante el 2014 (Sepúlveda y Suárez, 2015).

El texto desarrolla los conceptos de las nuevas metodologías disruptivas en espacios de formación y los ecosistemas digitales; la internet, las redes sociales y el impacto del aprendizaje colaborativo, y cómo hemos integrado las investigaciones de la línea de investigación en Comunicación y Ciberculturas, a propósito de contenidos editoriales como *ebooks* en marcos de ciencia 2.0. o ciencia abierta.

Nuevas metodologías disruptivas

Los procesos pedagógicos formales y no formales en las universidades, en las empresas y en escenarios alternativos como un Media Lab o los Hacker Space de algunas bibliotecas, vienen demostrando transformaciones en las prácticas de aprendizaje de los sujetos involucrados en estos procesos: estudiantes, asesores y prosumidores.

Hoy se piensa en ambientes de aprendizaje orientados a la experimentación, prueba y ensayo de los contenidos educativos; en la renovación del aula de clase que continúa imitando las dinámicas de siglos pasados; en la actualización de los modelos peda-

gógicos; y en el acceso libre a la documentación, plataformas, herramientas y su apropiado uso. Pero también en la modificación de los actores a partir de actitudes autónomas sostenidas en el aprendizaje colaborativo (Sharples, et al., 2003).

Por ejemplo, algunas nuevas metodologías disruptivas en las dinámicas formativas comienzan a gestarse. Dinámicas como el *Flipped Classroom* o “Aula Invertida”, una estrategia que se centra en alterar los contenidos de un curso o de un programa o los momentos y horarios del mismo. En resumen, la aplicación de un aula invertida consiste en implementar un escenario de enseñanza/aprendizaje con cambios metodológicos para darle un rol activo al estudiante.

Flipped Classroom consiste en que el docente prepare una clase magistral para explicar un tema, un contenido, un concepto o una teoría y grabarlo o filmarlo como material audiovisual en video. Posteriormente, y como una estrategia planeada, se entrega este material editado a los estudiantes para que puedan observarlo detenidamente, a ritmos propios.

Así que, el estudiante tiene la posibilidad de parar, rebobinar y retomar algo que no entendió. O mucho mejor, puede pausar y hacer una búsqueda contextual, hacer un rastreo de una mejor referencia para ampliar la información. Y, finalmente, el horario de clase es destinado para la profundización de los temas sobre los cuestionamientos de los estudiantes, para una práctica o para la construcción y el diseño de materiales. En sociedades de hiperconexión a internet podríamos afirmar que existe una inmersión a todas estas tecnologías y posibilidades que permiten la adecuación de espacios propios de formación integrales (Quishpe-Armas et al., 2015).

Las ventajas de esta estrategia radican en un mejor uso del tiempo destinado a la magistralidad. Los estudiantes avanzan a ritmos propios en los hogares y las clases presenciales son reservadas a estrategias prácticas. Las tareas, los talleres y los productos pueden ser realizados en presencia del docente, para la resolución de dudas, incertidumbres y opiniones.

Otro factor interesante de este tipo de estrategias es la generación de un aprendizaje colaborativo: los estudiantes comparten información, documentación y archivos como resultado de un trabajo activo e independiente. Las dinámicas en sí de un aula

inversa conllevan a una apropiación más autónoma, pero otorgando más espacios para que los integrantes del proceso colaboren entre sí.

Una clase invertida tendría dos momentos clave, como todas las tradicionales: al interior del aula y por fuera de ella. Pero el orden de relevancia sucede inverso: lo que ocurre por fuera del aula es principal, lo secundario es lo que transcurre al interior. Y a la par, se modifican las dinámicas de los dos momentos: aprendizaje interactivo dentro del aula y autoformación individual por fuera de ella. Bishop & Verleger (2013) sostienen: “we define the flipped classroom as an educational technique that consists of two parts: interactive group learning activities inside the classroom, and direct computer-based individual instruction outside the classroom” (p. 5).

Ahora bien, este tipo de innovaciones metodológicas necesita de mediaciones tecnológicas. En la actualidad, un nuevo entorno formativo requiere una selección de herramientas digitales apropiadas. Los instrumentos, plataformas, recursos y medios se convierten en factores determinantes. Al respecto, Paz, Serna, Ramírez, Valencia, y Reinoso (2014) aseguran sobre estas nuevas apuestas formativas y el apoyo tecnológico:

Su potencial se relaciona con el aporte que recursos apoyados en tecnología tienen para mejorar la calidad del tiempo de exposición catedrática del profesor y el proceso de auto-aprendizaje relacionado con un aprendizaje activo por parte del estudiante, que lo involucre y haga participe de su proceso de construcción de conocimiento, aprovechando al máximo el tiempo de clase presencial para realizar actividades de práctica y aplicación de contenidos con un enfoque de aprendizaje para la comprensión en pro de un aprendizaje significativo (p. 398).

En consecuencia, los nuevos procesos metodológicos formativos nos obligan a establecer ambientes tecnológicos idóneos de aprendizaje o ecosistemas digitales formativos.

Ecosistemas digitales formativos

Los avances tecnológicos han enriquecido los entornos de aprendizaje. Las aulas de clase se han beneficiado de aquellas tecnologías que han cambiado nuestros modos de comunicación. *Media Literacy*, por ejemplo, es un concepto que invita a implementar medios visuales y audiovisuales al interior de los cursos porque “los medios de comunicación masivos son un vehículo para la información y difusión de mensajes, un

instrumento de entretenimiento masivo, (...) pero también son una poderosa herramienta para la didáctica en cualquier escenario formativo” (Sepúlveda y Suárez, 2016, p. 20).

A su vez, otros fenómenos como *Literacia cinematográfica*, *transmedia* y *digital literacy*, nos permiten intuir una apuesta por el uso en clase de las herramientas digitales que conectan y favorecen actividades colaborativas. El uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en todo escenario y proceso de aprendizaje, la escuela, la universidad o la empresa, permite nuevas posibilidades fundamentales y complementarias a la formación tradicional.

El profesor Peter Senge, del MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts), en entrevista para el diario El País de España, sostiene que uno de los principales problemas de los sistemas educativos actuales es que siguen basándose en el modelo de la revolución industrial, en el que solo hay un experto en el aula; un modelo británico centralizado en la figura del profesor, y donde los estudiantes son actores pasivos, “como si se les estuviese entrenando para trabajar en una fábrica” (Torres, 2017, p. 1).

Y sobre esta afirmación emergen dos preguntas: ¿Cómo era el ecosistema formativo de los siglos pasados en la formación tradicional? Y, ¿Cómo es el ecosistema digital formativo hoy, o cómo debería ser? Sobre la primera, podríamos describir sin riesgo a equivocarnos: un aula, un docente, un libro del curso y/o una cartilla, un tablero de tiza y los estudiantes. Sobre la segunda, que es más difícil de concluir y en la que no deben predominar verdades absolutas, nos atreveremos a dibujar un entorno digital mínimo para los retos formativos del siglo XXI.

Podríamos definir un ecosistema digital como la adecuación de los espacios físicos y virtuales, los medios y mediaciones, los dispositivos, programas y apps necesarios para un objetivo formativo. Estamos hablando de las condiciones técnicas de un escenario presencial y digital para facilitar y agilizar la información y la comunicación entre el asesor y el estudiante. Del Moral Pérez y Villalustre Martínez (2015) apuntan:

Propiciar unos ecosistemas digitales que les posibiliten marcarse sus propias metas mediante la gestión de sus aprendizajes, seleccionando los contenidos y las estrategias para lograrlos (...), promoviendo la utilización de las herramientas digitales que mejor se ajusten a sus estilos cognitivos, así como estableciendo los puentes de comunicación que faciliten su actividad formativa tanto desde una perspectiva individual como colaborativa (p. 89).

Conviene subrayar que un ecosistema digital para la formación profesional y empresarial debería ser hoy la primera preocupación en las dinámicas administrativas de las instituciones y las organizaciones. García-Peñalvo y otros (2015) argumentan: “un ecosistema tecnológico donde una comunidad, con métodos educativos, políticas, reglamentos, aplicaciones y equipos de trabajo, pueden coexistir de manera que sus procesos están interrelacionados y su aplicación se basa en los factores físicos del entorno tecnológico” (p. 554).

Sobre este tema en particular, es urgente pensar en sistemas modulares que permitan el aprendizaje colaborativo, tal cual como es el mundo hoy, como lo es la Web. Espacios líquidos, modulares, dispuestos a necesidades específicas y volátiles. Escenarios para un rápido cambio o un rápido giro que se acomode a las dinámicas propias de las instituciones, ciudadanos, comunidades y sujetos.

Algunos autores hablan de *hackear* el espacio físico. Espacios no lineales que limiten las actividades y las experimentaciones. Pardo Kuklinski (2014) lo define como espacios LEGO, donde los contenidos no están empaquetados, sino donde se autoconstruye el conocimiento, definiendo los marcos de todas las fases de los procesos: la planeación, la ejecución, la evaluación y las métricas:

Defino los espacios LEGO como arquitecturas adaptables a la conformación de redes líquidas. Los espacios no solo deben ser adaptables, sino que -como sucede cuando nos enfrentamos a una gran cantidad de piezas LEGO sin organizar- deben ser propensos a ser adaptados (p. 113).

Redes sociales: nuevos retos y desafíos del docente 2.0

Internet es una remediación. Admite ser considerado como el espacio que es capaz de albergar todas las demás potencialidades de sus medios predecesores: el poder de la palabra escrita del libro y sus variaciones; la rápida propagación de la composición sonora de la radio; el espectáculo visual y auditivo del cine y la televisión. Y también es el escenario donde convergen todos los medios a la vez, en un infinito hipertexto de posibilidades sociales.

Es entonces internet social en sí mismo. Pensado como una red infinita para conectar sujetos y contenidos. Una extensión del hombre dispuesta para la colaboración y el aprendizaje colectivo. McLuhan (1996) tal vez ya se refería a finales del siglo XX a un internet que podría existir:

Nos estamos acercando rápidamente a la fase final de las extensiones del hombre: la simulación tecnológica de la conciencia, por la cual los procesos creativos del conocimiento se extenderán, colectiva y corporativamente, al conjunto de la sociedad humana, de un modo muy parecido a como ya hemos extendido nuestros sentidos y nervios con los diversos medios de comunicación (p. 25).

Hemos extendido nuestros sentidos con internet y las redes sociales porque nos han permitido experimentar con nuevas rutinas de aprendizaje, generando conocimiento de manera colaborativa, estimulando la producción entre pares hacia el desarrollo de habilidades técnicas y sociales propias de una sociedad contemporánea.

Y eso es lo que nos han permitido las redes sociales: la composición de ambientes comunicativos para productores y consumidores, o para prosumidores. Por ejemplo, los blogs -como un instrumento comunicativo que rompe con la hegemonía de los medios masivos y los canales al servicio de monopolios-, son una remediación que transformó a espectadores pasivos en emisores activos democratizando la información, la opinión hacia comunicación alternativa en pro de nuevos aprendizajes.

En un principio, estos entornos digitales y ambientes comunicativos en internet se construyeron y usaron como plataformas de entretenimiento y ocio social para sujetos conectados por intereses temáticos, pero luego se han convertido en útiles escenarios formativos: “posteriores remediaciones les permitieron comenzar a cumplir útiles funciones de vinculación y enlace social, situación propicia para el desarrollo de redes sociales basadas en la inteligencia colectiva de activos grupos de prosumidores” (Islas y Arribas Urrutia, 2010, p. 153).

A partir de esta afirmación podríamos considerar el espectro de posibilidades dadas por las bondades tecnológicas de las plataformas digitales, pero también por las necesidades establecidas por los sujetos y las comunidades. Hoy es fácil encontrar redes sociales para el ocio y el entretenimiento, que centralizan una gran cantidad de medios y usos, como el caso de *Facebook*. Sobre esto, el profesor Alejandro Piscitelli (2010), ya establecía algunos

ejercicios que se acomodan a objetivos pedagógicos y didácticos: creación de grupos de interés y debate, compartir información de primera fuente, medir el impacto de los contenidos.

Y, actualmente, aparecen redes sociales con fines específicos dadas las exigencias y demandas de empresas y particulares. Redes sociales para profesionales como es el caso de *LinkedIn*; para ciencia e innovación, como sucede con *Research Gate* y *Academia*; o redes sociales exclusivas para la educación como: *EducaREDes* y *EdModo*.

Esta ola de innovaciones tecnológicas y sociales ha permitido una proliferación de actividades que parecen inmedibles. Establecer una lista de bondades direccionadas a ambientes formativos parece una tarea infinita sobre las mediaciones de estas tecnologías.

Podríamos advertir que cada sujeto con un Smartphone o una Tablet conectado a internet sería el mejor escenario posible para un evento formativo. Hoy, un ciudadano con un teléfono inteligente, un ecosistema de aplicaciones instaladas, acceso a la Web y a formatos de audio, video, 3D, gafas virtuales e hipertexto, se convierte en sí mismo en una especie de aula de clase que viaja a todas partes y que aprende en distintos contextos, como una inteligencia permanente para analizar, confrontar y tomar decisiones.

Pardo Kuklinski (2010) lo anticipaba: “las redes sociales son la actividad en la Web de más rápido crecimiento de usuarios. Además, las redes sociales móviles toman impulso para fortalecer el mercado de la inteligencia colectiva, incorporando la ubicuidad a la práctica social” (p. 81).

eBooks y Ciencia 2.0

Desde el año 2013, el Grupo de Investigación Urbanitas, de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, de la Universidad Católica Luis Amigó, se ha estado preguntando sobre los temas de la literacidad electrónica (cómo leemos y escribimos en sistemas digitales), sobre la maquetación de *eBooks* interactivos (como un fenómeno industrial de creación de contenidos), y sobre narrativas transmedia (aplicada a la visibilidad científica). Una serie de proyectos de investigación y producción científica en el marco de la línea en Comunicación y Ciberculturas, que nos han permitido experimentar con el Fondo Editorial Universidad

Católica Luis Amigó, con empresas y otras universidades y con la realimentación a los planes curriculares de los programas académicos en mención.

Fruto de esta producción, interacción y experimentación, el grupo ha escrito ponencias, capítulos y libros resultado de investigación; hemos participado en distintos certámenes académicos en Colombia, Perú y Estados Unidos; pero también hemos construido software multimedial enfocado hacia material editorial, pedagógico y transmedia, siempre enmarcados en el libre acceso o ciencia abierta.

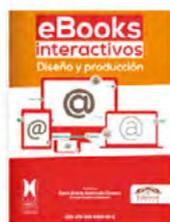
Tal es el caso del *ebook* titulado: “*eBooks* interactivos: diseño y producción”, diseñado y publicado para plataformas de Apple y gratis en la iBooks Store, tal como puede visualizarse en la figura 1 y al cual se puede acceder desde: <https://itunes.apple.com/co/book/ebooks-interactivos/id1003978270?mt=11#>. El libro es el resultado de una investigación que generó un modelo de producción editorial interactiva para profesionales de la comunicación visual y la publicidad. Parte del conocimiento aquí generado, el modelo editorial, nos servirá para la construcción del sistema digital del presente proyecto, pero también, la publicación de este producto nos ha dado línea para entender las métricas y la visibilidad de los *ebooks* en plataformas distintas a las tradicionales científicas.

eBooks interactivos

Diseño y producción
Edwin Sepúlveda

Este libro está disponible para descargarlo con iBooks en tu Mac o dispositivo iOS. Puedes usar iBooks para leer libros Multi-Touch en tu Mac o dispositivo iOS. Los libros con características interactivas funcionan mejor con un dispositivo iOS. En tu Mac, iBooks requiere OS X 10.9 o posterior.

[Ver más de este autor](#)



Descripción

La era Post PC redefine a los lectores contemporáneos y a las terminales de lectura. Ello, sumado a las bondades de los formatos interactivos plantea el establecimiento de un nuevo concepto de libro. Esta publicación, es el resultado de una investigación sobre el diseño editorial de libros electrónicos interactivos: titulada: “Modelo para el diseño y producción de libros electrónicos interactivos (e-Books) para Tablets PC”, a partir de la experiencia de cuatro empresas nacionales e internacionales expertas en contenidos digitales interactivos. El modelo generado es una herramienta para el estudiante y el profesional de la comunicación, para publicaciones científicas universitarias y/o como protocolo para las agencias y departamentos de diseño y publicidad.

Capturas de pantalla



[Ver en iTunes](#)

Gratis
Disponible en iPad, iPhone y Mac.
Categoría: Diseño
Publicación: 09/06/2015
Editorial: Fondo Editorial Funlam
Vendedor: Fhuín Astrid Sepúlveda Cardona
Páginas impresas: 64 páginas
Idioma: Español
Versión: 1.0

Requisitos: Para ver este libro, debes tener un iPad con iBooks 7 o posterior y iOS 8 o posterior, o un iPhone con iOS 8.4 o posterior, o una Mac con OS X 10.9 o posterior.

Figura 1. Página Web de descarga del libro “eBooks interactivos”

Otro ejemplo de producción de *ebooks* y contenidos de ciencia abiertos, es el libro interactivo multiplataforma (para desktop o tablets, Windows, Mac, iOS o Android) desarrollado por nuestro equipo de trabajo del grupo Urbanitas con herramientas Adobe CC (ver figura 2), disponible desde: <https://indd.adobe.com/view/6f390e7c-cba8-4245-a511-16f8b27848de>. Este producto también es resultado de investigación y apunta a la implementación del uso de narrativas transmedia al interior del aula de clase, a una alfabetización de relatos transmedia en entornos digitales de formación. Es otro libro enriquecido, hipertextual, multimedial, gratuito con licencia Creative Commons y que también mide el comportamiento de lo que hacen los usuarios o lectores. Datos e información de primera mano, pensados en ciencia 2.0.



Figura 2. Página Web de visualización del libro interactivo: “Transmedia Literacy e Intertextualidad”

Y finalmente, los desarrollos y experiencias de algunos autores, intentando fusionar la producción científica con la producción creativa de medios, pueden fortalecer las prácticas y dinámicas de las universidades y empresas, tal es el caso del proyecto del profesor Hugo Pardo Kuklinski (2010), con la producción transmedia de su libro “Opportunity Valley: Lecciones <aún> no aprendidas de treinta años de contracultura digital”. Ver figura 3.

El proyecto es un ensamblaje de su recorrido práctico y teórico, un diseño que incorpora creación audiovisual, gráfica, sonora y técnica alrededor de un libro. Una producción hipertextual y multimedial, conectada sobre los nuevos entornos de aprendizaje. Además, de libre acceso y abierto al público, descargable en múltiples plataformas y con una narrativa fragmentada. Puede visualizarse en: <http://opportunityvalley.net/>.

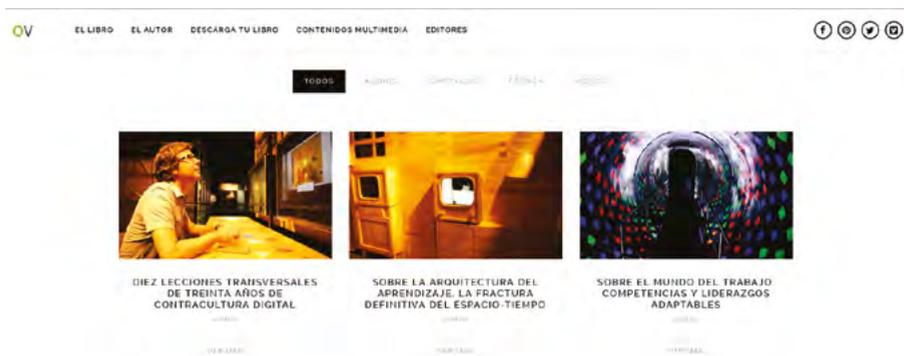


Figura 3. Página Web del proyecto "Opportunity Valley"

Conclusiones

Hay procesos formativos formales e informales que muestran transformaciones en todas las actividades de aprendizaje, pensados hacia la experimentación, el ensayo, error y acierto de prácticas educativas.

El fenómeno de acceso libre brinda más y mejores posibilidades para las comunidades con necesidad de acceso a información científica, documentación, plataformas y herramientas.

Nuevas metodologías disruptivas aparecen como dinámicas que buscan darle un rol protagónico al estudiante o al sujeto en formación. La magistralidad, el rol egocéntrico del docente y la actitud pasiva de los estudiantes fueron prácticas de los siglos pasados y debemos una actualización de los escenarios educativos.

Empresas e instituciones educativas deben propender por la generación de espacios de aprendizaje colaborativo, una mejor interacción de los agentes y autoformación mediada por tecnologías.

Los entornos o ecosistemas digitales de aprendizaje enriquecen cada uno de los procesos formativos: planeación, ejecución y evaluación, pero aún debemos responder basándonos en investigaciones: ¿Cómo debería ser un ecosistema digital del siglo XXI?

Los ecosistemas digitales deben dar respuestas a necesidades físicas y digitales, a partir de los estilos cognitivos específicos. Algunos autores afirman que la construcción de estos ecosistemas debe basarse sobre la modularidad y la adecuación, es

decir, deben ser no lineales, aptos para los cambios propios de las cotidianidades. Entornos educativos *hacker*, para la experimentación: estilo LEGO.

Las posibilidades de internet y las redes sociales deben verse como mediaciones interesantes y positivas de los procesos formativos. Internet es un hipertexto social de conexión de nodos dispuesta a la colaboración. La estimulación de estas tecnologías para compartir el conocimiento, democratizar la información y el desarrollo de habilidades sociales deben verse como principios y valores intrínsecos de las nuevas organizaciones.

La ubicuidad digital del sujeto, del ciudadano digital y de las comunidades son factores para aprovechar en la construcción de una inteligencia colectiva.

Referencias

- Arantes, E., Stadler, A., Del Corso, J., y Catapan, A. (2016). Contribuições da educação profissional na modalidade a distância para a gestão e valorização da diversidade. *Revista Espacios*, 37(22), E-1. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a16v37n22/163722e1.html>
- Bishop, J. L., & Verleger, M. A. (2013, June). The flipped classroom: A survey of the research. In ASEE National Conference Proceedings (Vol. 30, No. 9), Atlanta, GA .
- Del Moral Pérez, M., y Villalustre Martínez, L. (2015). MOOC: ecosistemas digitales para la construcción de PLE en la educación superior. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 18(2), 87-117. doi: <http://dx.doi.org/10.5944/ried.18.2.13353>
- García-Peñalvo, F. J., Hernández-García, Á., Conde-González, M. Á., Fidalgo-Blanco, Á., Sein-Echaluce Lacleta, M. L., Alier-Forment, M., Iglesias-Pradas, S. (2015). Mirando hacia el futuro: ecosistemas tecnológicos de aprendizaje basados en servicios. En Á. Fidalgo Blanco, M. L., Sein-Echaluce Lacleta, y F. J. García-Peñalvo (Eds.), *La sociedad del aprendizaje. Actas del III Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Competitividad*. CINAIC 2015

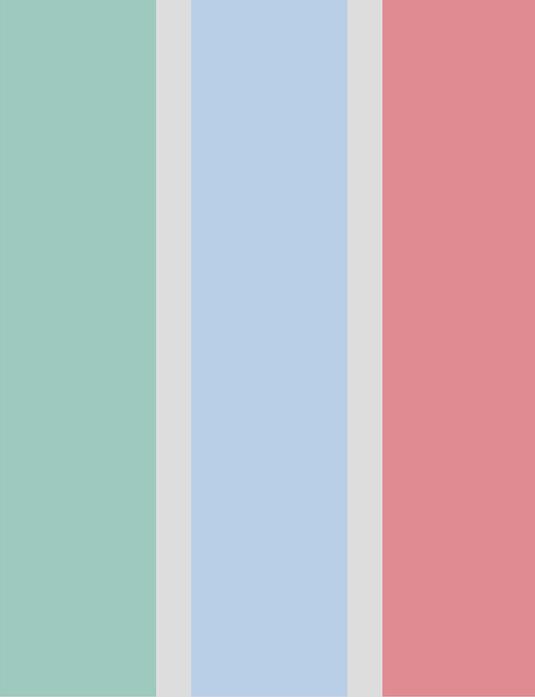
- (14-16 de octubre de 2015, Madrid, España) (pp. 553-558). Madrid, España: Fundación General de la Universidad Politécnica de Madrid.
- Islas, O. y Arribas Urrutia, A. (2010). Comprender las redes sociales como ambientes mediáticos. En A. Piscitelli, I. Adaime, & I. Binder. (Eds.), *El proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje* (pp. 147-161). Madrid, España: Fundación Telefónica.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona, España: Paidós.
- Pardo Kuklinski, H. (2010). *Geekonomía. Un radar para producir en el postdigitalismo*. Barcelona, España: Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Pardo Kuklinski, H. (2014). *Opportunity Valley. Lecciones no aprendidas de treinta años de contracultura digital*. Barcelona, España: Outliers School.
- Paz, A. P., Serna, A., Ramírez, M. I., Valencia, T., y Reinoso, J. (2014). Hacia la perspectiva de aula invertida (Flipped Classroom) en la Pontificia Universidad Javeriana desde una tipología de uso educativo del Sistema Lecture Capture (SLC). En *Novena Conferencia Latinoamericana de Objetos y Tecnologías de Aprendizaje Lacló 2014* (pp. 396-404).
- Piscitelli, A. (2010). Edupunk, maestros ignorantes, educación invisible y el proyecto Facebook. En: Piscitelli, A., Adaime, I. & Binder, I. (Comps.). *El proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. (pp.21-34) Madrid, España: Fundación Telefónica.
- Quishpe-Armas, J., Cedeño-Viveros, L., Meléndez-Campos, J., Suárez-Mora, C., & Camacho-León, S. (2015). An Immersive 3D Virtual Learning Environment for Analyzing the Atomic Structure of MEMS-Relevant Materials. *Procedia Computer Science*, 75, 413-16. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.265>
- Sepúlveda, E., y Suárez, C. (2015). *eBooks interactivos. Diseño y producción*. Medellín, Colombia: Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó.

Sepúlveda, E. y Suárez, C. (2016). *Transmedia literacy e intertextualidad*. Medellín, Colombia: Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó.

Sharples, M., McAndrew, P., Weller, M., Ferguson, R., FitzGerald, E., Hirst, T., y Gaves, M. (2003). *Innovating Pedagogy 2013: Open University Innovation Report 2*, (US). Milton Keynes: The Open University. Recuperado de <https://iet.open.ac.uk/file/innovating-pedagogy-2013.pdf>

Torres, A. (2017). El profesor del siglo XXI tiene que enseñar lo que no sabe. *El País*. Recuperado de http://economia.elpais.com/economia/2017/01/15/actualidad/1484514194_176496.html





PARTE 2

-Experiencias-

Dos estrategias de creación de contenidos son frecuentes en el campo digital: la remediación y la transmедиación. En el primer caso se parte de un contenido anterior para llevarlo a un nuevo medio. Suele decirse entonces que se trata de una versión o una adaptación de dicha obra. En el segundo, el procedimiento es crear un contenido derivado a partir de un contenido generador. Las conocidas secuelas y las poco comunes precuelas son un ejemplo claro de esto. También la extensión de las historias se da por medio de la creación de otros productos asociados con una obra y su universo narrativo.

Estos procedimientos se observan en las experiencias de creación que se relatan en la segunda parte de este libro. Pero antes de entrar a su exposición, debe notarse que están relacionadas con cuatro niveles de producción: la docencia, el aula, las bibliotecas y los productores independientes. Con tal muestra, se intenta presentar un abanico, aunque no muy amplio, sí representativo de los escenarios en que se exploran constantemente iniciativas relacionadas con el texto digital.

Inicia esta segunda parte del texto el capítulo “Producciones digitales hipertextuales desde la investigación y la docencia, orientadas a la exploración de experiencias de lectura en pantalla”, que habla acerca de los contenidos producidos por fuera de los circuitos comerciales. En el siguiente texto, “La ciudad de letras”, se trae un ejemplo de un producto digital elaborado en el aula. Luego se relata la experiencia de una institución representativa de

la cultura del libro y la lectura, el Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín. Más allá de los esfuerzos por integrar plataformas de lectura digital, como por ejemplo Over Drive, que se emplea con buen resultado en muchas bibliotecas, en este caso se narra la exploración directa de la cultura digital a través de la experimentación. Este relato nos lleva a encontrar cómo se construye un sistema audiolector para invidentes, en el que la materialidad del libro hace parte del entorno digital.

Finalmente se encuentra el relato breve e interesante de una experiencia de creación premiada por una de las convocatorias más apreciadas en el medio: Crea Digital. La exploración que se narra aquí no puede ser más sugerente: libros remotos. Los integrantes de ese equipo transmiten su experiencia de creación.



Producciones digitales hipermediales desde la investigación y la docencia

Carlos Suárez Quiceno

carlos.suarezquiceno@gmail.com

Sociólogo de la Universidad de Autónoma Latinoamericana, Licenciado en Español y Literatura de la Universidad de Antioquia, Magíster en Estética de la Universidad Nacional, sede Medellín, Doctor en Diseño y Creación de la Universidad de Caldas. Docente-Investigador del grupo Urbanitas de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño de la Universidad Católica Luis Amigó.

Edwin Andrés Sepúlveda Cardona

edwin.sepulvedaca@amigo.edu.co

<http://orcid.org/0000-0003-3602-623X>

Comunicador social. Magíster en Educación Virtual. Candidato a Doctor en Comunicación y Publicidad. Docente investigador. Es el Líder de la línea en Comunicación y Ciberculturas e investigador del Grupo de Investigación Urbanitas, de la Universidad Católica Luis Amigó. Especializado en temas como: TIC, Marketing Digital, Transmedia, Hipertexto, Ciberculturas. Autor de los libros: *eBooks* interactivos, modelo y producción (2015) y *Transmedia literacy e intertextualidad* (2016).

Aún es temprano para vaticinar el rumbo que tomará la lectura sobre soportes electrónicos, pero queda claro que los textos se extienden más allá de la página y de sus tradicionales posibilidades.

Resumen

Frente a la convergencia de la lectura y la escritura en los entornos digitales, los docentes investigadores del grupo Urbanitas han pretendido aportar al desarrollo de productos digitales que refuercen estas dos competencias. Se presenta entonces la experiencia de investigación y creación en este campo. Finalmente se propone la adopción de estrategias para divulgar este tipo de productos.

Palabras clave

Experiencia de lectura en pantalla; Convergencia; Producciones digitales; Investigación; Docencia.

Introducción

Este texto retoma la experiencia docente de los autores y las experiencias investigativas del grupo Urbanitas de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño de la Universidad Católica Luis Amigó, en relación con la convergencia (Jenkins, 2008) de la lectura y la escritura en los entornos digitales. Se entiende esta convergencia como una relación en la que el nuevo medio compite con el anterior, pero también convive con él y retoma características en diferentes planos. En sus palabras: “si el paradigma de la revolución digital presumía que los nuevos medios despedazarían a los viejos, el emergente paradigma de la convergencia asume que los viejos y los nuevos medios interaccionarán de formas cada vez más complejas” (Jenkins, 2008, p. 17). Esto quiere decir que la lectura y la escritura no solo se extienden a un nuevo soporte, sino que interactúan con este, generando relaciones de complementariedad, préstamos, contaminaciones y otros fenómenos.

Hubo un momento en el que se creyó ingenuamente que la sola mediación instrumental de un computador se convertiría en un aliciente importante para la lectura. Se suponía que las personas estarían muy interesadas en leer en el computador, especialmente si los textos presentaban características multimedia. Era la década de los 90, los primeros libros interactivos se comercializaban con relativo éxito. Surgieron diversos libros multimedia que para el día de hoy ya han caído en la obsolescencia. Basta pensar, por ejemplo, en muchos de los cuentos que Disney llevó a estos formatos. En otro campo de producción, la literatura también incursionó en la lectura en pantalla, a partir del célebre hipertexto *Afternoon* de Michael Joyce (1990).

Después se presentó un hecho interesante, empezaron a surgir los primeros dispositivos móviles y equipos orientados exclusivamente a la lectura, asunto que llevaría, hacia el año 2007, al posicionamiento de los *eReaders* de tinta electrónica y luego a la irrupción de las tabletas y a los teléfonos con pantalla capacitiva. En el tema de la oferta de dispositivos electrónicos, es claro lo que Attali (1991) expresó acerca de la profusión de objetos nómadas que “no nacerán sólo de los caprichos de la imaginación de los investigadores, sino también de las necesidades de una industria al acecho de los medios para canalizar deseos en mercancías” (p. 68). Unos objetos nómadas que transformarán la vida de los individuos de una forma aún más radical que el automóvil y la televisión en el siglo XX. Buena parte de estos serán el soporte de muchas de las lecturas que se harán en el porvenir.

Por fuera de lo que empezó planteándose como una disputa entre el libro impreso y los formatos digitales, se destaca el posicionamiento de las pantallas que siguieron su acelerado ritmo de crecimiento, a la par que la expansión de Internet fue demostrando que la textualidad digital se imponía bajo la forma de una convergencia de la lectura y la escritura en los entornos digitales. Así, sin advertirlo claramente, el contexto material de la lectura se modificó.

El libro digital apenas ronda los 50 años, mientras el libro impreso cuenta con más de 500 (Lebert, 2010, p. 1). Aún es temprano para vaticinar el rumbo que tomará la lectura sobre soportes electrónicos, pero queda claro que los textos se extienden más allá de la página y de sus tradicionales posibilidades.

La producción digital en el grupo Urbanitas

Hablar de producción digital de tipo hipertextual e hipermedial en la docencia y la investigación es referirse a un espacio de creación que no es el más usual en el contexto académico. La producción digital de este tipo es una actividad asociada con casas editoriales, propia de la industria del entretenimiento, más que de la enseñanza propiamente. No obstante, también le compete a la didáctica la exploración de los recursos que brinda el hipertexto digital.

En el grupo de investigación Urbanitas se asumió este tema dentro de la pregunta por las relaciones entre cibercultura y comunicación. También desde la perspectiva de la lectura pensada como experiencia. La revisión de los productos digitales que se han realizado en el grupo implica un breve inventario en el que se describen las características de este tipo de contenidos. Antes es conveniente definir el sentido en que se asume el primer término.

El significado etimológico del verbo leer resulta muy revelador. Habitualmente el término se emplea de manera restringida para referirse al acto de leer textos alfabéticos, pero no debe olvidarse su sentido extenso, en el que se asimila a la acción de seleccionar, elegir, diferenciar, interpretar, decodificar.

Entender la lectura como una experiencia significa que no solo interesa el contenido del texto, sino las condiciones físicas y materiales en que se desarrolla el acto lector.

El primer producto de texto digital que se creó en el grupo fue un juego interactivo de texto denominado *Fórmula inmortal* (2011), que tenía como propósito desarrollar habilidades en comprensión de lectura y razonamiento lógico (Figura 1). Este tipo de juegos se desarrollaron desde finales de los años 70, llegando después de haber tenido una época gloriosa, a su declive hacia los años 90 del siglo pasado. Aún se cultivan por desarrolladores independientes y, en algunos casos, se realizan versiones y adaptaciones para sistemas operativos de equipos móviles. Se eligió este género porque presenta unas condiciones muy apropiadas para realizar ejercicios de lectura, puesto que se basa en textos que desarrollan una historia en primera persona bajo un estilo conversacional. El juego avanza en la medida en que el jugador interactúa con el sistema ingresando ordenes en lenguaje natural. Es de anotar que quizá este sea el único juego interactivo de texto hecho en Colombia.



Figura 1. Etiqueta y carátula del juego interactivo de texto “Formula inmortal”.

Fuente: Elaboración propia.

El juego mencionado fue programado bajo el estilo de las aventuras conversacionales para computador, que a su vez tenían su antecedente en los relatos denominados “Elige tu propia aventura”. En este caso, como en muchos otros, va a ser determinante el ejercicio de remediación.

Luego, con el propósito de explorar estrategias de escritura, se realizó un proyecto sobre mediación en la escritura de relatos interactivos por medio de software para escritura no lineal. De allí se produjo una serie de cuatro relatos visuales, a la manera como los japoneses han cultivado este género. Nos servimos del sistema de autoría denominado Renpy, que se encuentra bajo licencia de uso público.

Si bien el propósito de este proyecto era explorar la hipertextualidad como mediación instrumental para desarrollar narraciones, implicó el desarrollo de textos de carácter narrativo para ser llevados a la pantalla. Así se logró, por medio de la conformación de equipos interdisciplinarios de estudiantes, crear cuatro relatos visuales completamente originales que han sido empleados en la docencia y se han compartido en encuentros académicos.

En un momento posterior, se emprendió un proyecto de investigación acerca de la didactización de los relatos interactivos para ser empleados en contextos de aula. De allí surgieron dos nuevos relatos: uno del tipo relato visual y otro más orientado hacia un libro enriquecido o producto multimedia con una interface de lectura altamente legible y fusionada con imágenes para crear una experiencia más inmersiva. Este relato multimedia lleva el nombre de “Memorias de la imaginación”, se trata de una especie de inventario de seres imaginarios de la tradición oral de los Wayuu, el pueblo indígena más numeroso de Colombia.

Paralelamente, se han desarrollado productos multimedia que sistematizan algunas de estas experiencias, para intentar replicarlas en otros escenarios y transferir los resultados de estas investigaciones a otras personas interesadas en la temática.

Más recientemente se incursionó en la producción de libros interactivos en el formato iBooks Author, que se aprecia como un estándar apropiado para la creación ágil y dinámica de textos interactivos. El primer libro llevado a este formato exponía los resultados de una investigación acerca de la creación de un modelo para la producción de libros interactivos. Este texto se halla disponible gratuitamente en la tienda de iBooks bajo el nombre *eBooks interactivos: diseño y producción* (Sepúlveda y Suárez, 2015). En esta línea de trabajo también se desarrolló el libro interactivo *Transmedia Literacy*, que se dedica a exponer las ventajas de las estrategias de transmediación para la producción de contenidos. Vinculado a una reciente investigación del grupo Urbanitas, también se avanza en la escritura de otro libro para formato iBooks y PDF, que retoma la temática de las transformaciones del libro en la cultura. Esta obra llevará el título de *Avatares del libro y la lectura*.

Asimismo, en el programa de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó se han llevado al aula estas estrategias de creación de contenidos, como parte de los proyectos docentes de algunas asignaturas, lo que ha representado un dinamizador muy apropiado en los procesos de aprendizaje y en la creación

de productos auténticos dentro del escenario formativo. Así, de estas experiencias docentes se han retomado piezas que integran algunos de los productos multimedia o se han creado productos como *Book trailers* que han servido para promocionar los libros del Fondo Editorial de la Universidad.

Estos diversos productos han explorado estrategias y conceptos que se integran en un mismo propósito: crear experiencias de lectura en pantalla.

Docencia y producción de contenidos digitales

La integración en la metodología docente de la estrategia de producción se ha sistematizado en un producto multimedia denominado “Estrategias de transmediación para la producción de contenidos digitales en el aula”. También ha sido objeto de diversas ponencias en eventos académicos como Bibliotic y el Encuentro Nacional de Investigadores de la Universidad.

En todos estos ejercicios se manifiesta un interés por la creación de contenidos digitales orientados al ejercicio de la lectura en pantalla y una búsqueda de estrategias de diseño y comunicación para hacer de los contenidos digitales una herramienta de formación para los estudiantes y un aporte a las ofertas de lectura en formatos digitales.

Son muchas las alternativas, estrategias y posibilidades que es necesario explorar en el terreno de la convergencia de la lectura en los entornos virtuales. Un aspecto notable en el diseño de los productos digitales y los programas de lectura es la remediación, o sea, el paso de un medio a otro medio. Esta es la estrategia más común en la producción digital.

Los productos digitales presentan en muchas ocasiones poca circulación y un ciclo de vida muy corto. En ocasiones es conveniente migrar de sistema cuando el recurso ya no es compatible con el software. Frente a esta problemática de la obsolescencia y la recepción es necesario emplear estrategias de difusión. En el caso de los entornos académicos, se deberá integrar este tipo de productos a los materiales de estudio, así como será necesario distribuir estos productos a repositorios digitales e instituciones culturales.

Referencias

- Attali, J. (1991). *Milenio*. Barcelona: Seix-Barral.
- Lebert, M. (2010). *Del libro impreso al libro digital*. NEF, Universidad de Toronto. Recuperado de <https://archive.org/details/delibroimpresoa34091gut>
- Fórmula Inmortal (versión 2) [software]. (2011). Universidad Católica Luis Amigó. Recuperado de <http://www.caad.es/fichas/formula-inmortal.html>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós ibérica.
- Joyce, M. (1990) *Afternoon, a history*. Eastgate system.
- Sepúlveda, E., y Suárez, C. (2015). *eBooks interactivos*. Medellín, Colombia: Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó. Recuperado de <https://itunes.apple.com/co/book/ebooks-interactivos/id1003978270?mt=11>



“La ciudad de letras que no oye”: una experiencia de creación en el aula

Anny Cristina Cárdenas López

anny.cardenaslo@amigo.edu.co

Técnica en Comunicación Social del Instituto Metropolitano de Educación (IME),
Técnica en Camarografía del convenio Universidad de Antioquia – SENA. Egresada
de Comunicación Social, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín.

...y la cultura de la lectura, aunque no se ha perdido, se ha ido transformado.

Resumen

El siguiente texto, escrito en primera persona, presenta un trabajo derivado de un proyecto de aula, en el que los estudiantes crearon o adaptaron contenido para el medio digital. En este caso, se trata de una obra original que ha sido diseñada con la intención de convertirla en un producto digital. Para la exposición, el texto se vale de interesantes reflexiones basadas en la experiencia en torno a la narración en formatos digitales.

Palabras clave

Narración en formatos digitales; Literatura; Remediación; Transmediación.

La academia nos ofrece una valiosa oportunidad de aprender y experimentar. Como Comunicadora Social, amante de la escritura y del componente audiovisual de la carrera, cada materia me brinda un valor agregado que me permite afianzar mis habilidades como contadora de historias, y no hubo mejor momento para inspirar la convergencia de estos dos aspectos, que cuando los conceptos de remediación y transmediación llegaron a mis notas de clase.

Al navegar por las rutas tecnológicas y las posibilidades narrativas que permiten inimaginables alcances, noto que hoy en día la globalización y los avances han educado al público de forma visual, y la cultura de la lectura, aunque no se ha perdido, se ha ido transformando.

Además, la literatura ahora incorpora la interacción, como se ve en el singular mundo de la literatura electrónica original. Supongo que los videojuegos descienden de este tipo de literatura, porque concuerdan ciertos elementos y su dinámica se remonta a cuando se construía una historia en la medida en que se tomaban decisiones dentro del recorrido de la misma.

Indagando un poco sobre el tema, llegué a los inicios de la literatura electrónica original con la obra "Afternoon, a story" escrita por Michael Joyce (1987), en la que la historia comienza con la frase "Creo que he visto morir a mi hijo esta mañana". Inicialmente fue escrita como demostración del programa de creación de hipertextos *Storyspace*, luego fue publicada en disquete y distribuida como libro por Eastgate Systems en 1990 y se convirtió en la innovación que llevó la interacción y la hipertextualidad a la literatura digital.

Al explorar en esta obra se puede observar que todas las palabras, incluyendo los artículos y preposiciones, llevan a otra página y mientras se navega de forma no lineal, se construye la historia, pero sin saber nunca si se ha llegado al final de esta; lo que la hace fascinante e interesante para mí (respetando el campo visual que para la época reinaba, es decente a la vista), pues pensar en la posibilidad de ofrecerle al lector varias vías narrativas sugiere mucha creatividad e imaginación. El autor me pareció muy osado al innovar no solo en el método, sino también en la narrativa que es práctica, conductiva, intuitiva y clara. Aunque luego de un rato de dar vueltas y vueltas por las mismas páginas llega un momento en el que la novedad se acaba y si hay un final, uno mismo se lo puede imaginar.

Quería tomar estas experiencias literarias como un aprendizaje en cuanto a formar una cultura de lectura, que bien sea digital, digitalizada o física, genere un equilibrio en pro de la creación. Así fue, pues, como la “Ciudad de Letras que no Oye” (Figura 1) comenzó a formarse.

El reto estuvo en encontrar un equilibrio entre lo que había escrito como obra literaria y la parte visual, además de establecer la forma de interacción que definiría el trasfondo de la historia, pasando también por lo técnico con la configuración de comandos y la programación que le daría vida a los personajes y sus acciones guiadas, por quien pasa de ser consumidor a un productor de experiencia.

Así, luego del resultado final, es indispensable seguir buscando y trabajando las diferentes formas de hacer del público un consumidor activo.

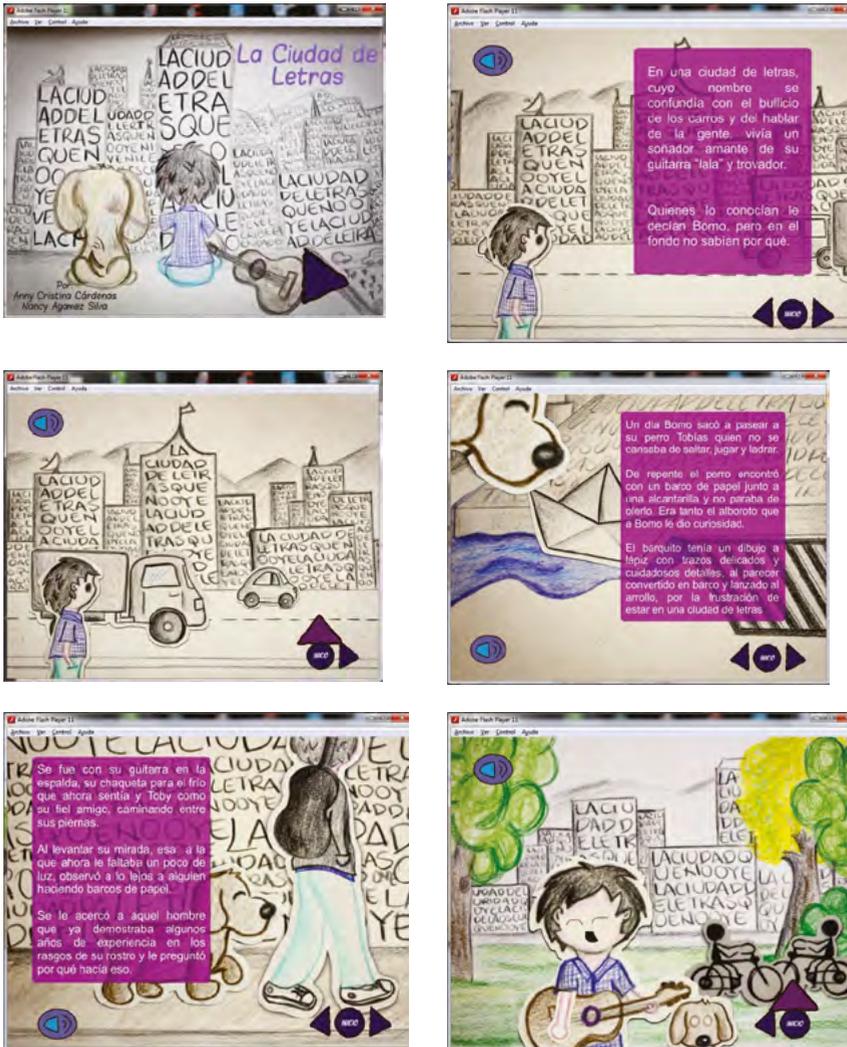
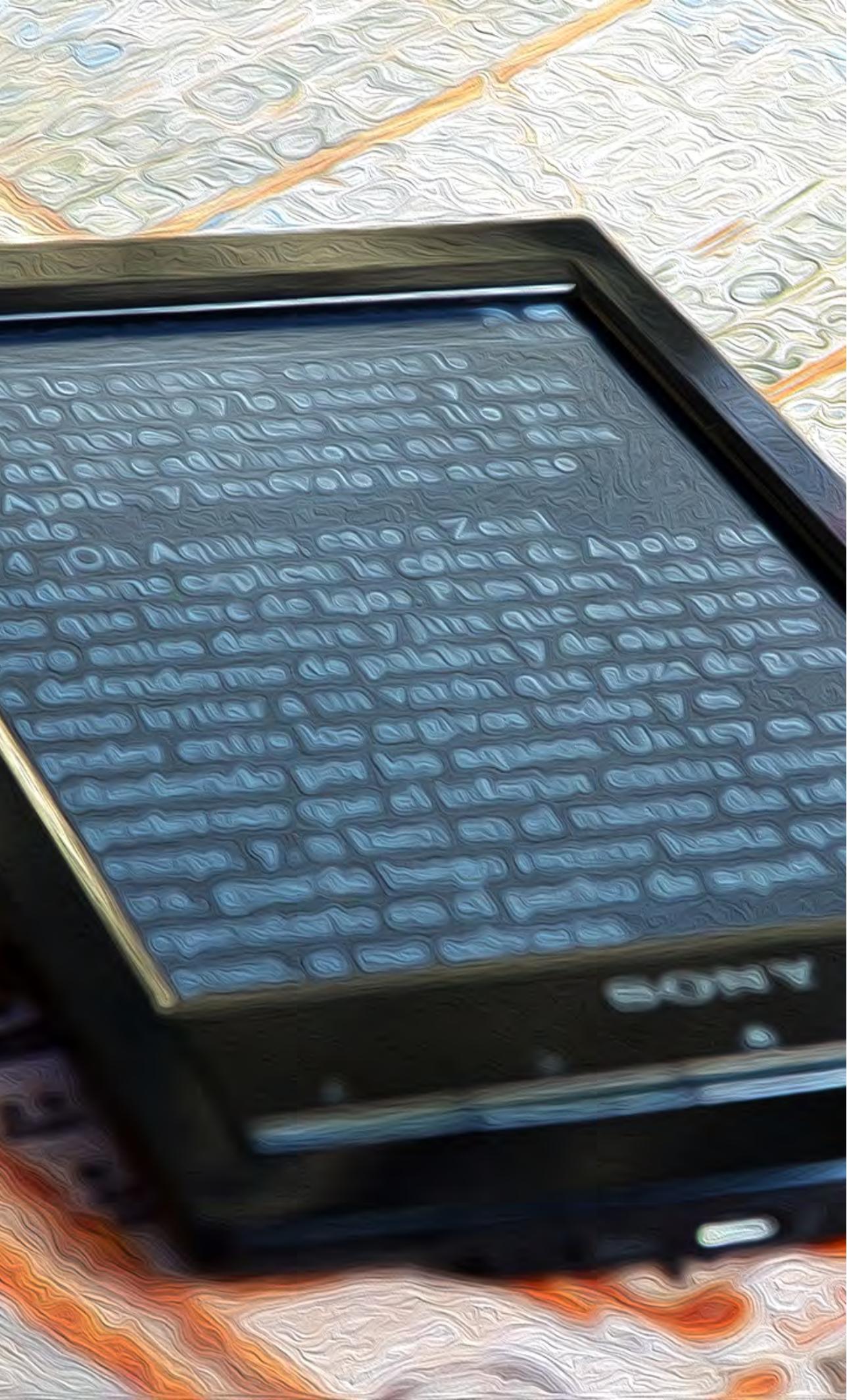


Figura 1. Ciudad de Letras que no Oye.

Fuente: Elaboración propia.

Referencias

Joyce, M. (1987). *Afternoon, a story*. Recuperado de <http://www.wwnorton.com/college/english/pmaf/hypertext/aft/>



Bibliolabs, estrategia de cultura digital del sistema de bibliotecas públicas de Medellín

Astrid Lorena Carmona Suárez

astridcarmona20@gmail.com

Comunicadora Social de la Universidad Católica Luis Amigó. Interesada por la investigación sobre la cultura digital, los procesos que se dan en torno a esta y su relación con la literatura en el contexto social. Ha participado en la documentación, realización, comunicación y análisis de contenidos interactivos, transmediales e hipertextuales. Se desempeña como Mediadora de Cultura Digital del Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín.

Uno de los puntos para destacar del proyecto ha sido la construcción de dispositivos usando hardware y software libre que contribuyan a mejorar la vida de las personas en relación al uso de las tecnologías, siempre con la propuesta de fácil acceso y código abierto.

Resumen

El desarrollo y difusión de las tecnologías de la información y la comunicación, TIC, ha propuesto una serie de cambios sociales y culturales en la forma como las personas acceden a información y se comunican entre sí, por lo tanto, a partir del año 2014, el Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín, desde el área de Cultura digital, inició la conceptualización y ejecución de *Bibliolabs: Territorios en código abierto y colaborativo*, una propuesta metodológica pensada en pro de fortalecer los procesos que se desarrollan en torno al uso y apropiación de las TIC. La estrategia *Bibliolabs* propone generar y gestionar diversos contenidos a través de la articulación con diferentes canales, áreas, instituciones, unidades de información y personas, pero también mediante la conformación de grupos de interés, laboratorios, talleres, encuentros y experiencias que promuevan el intercambio de conocimientos en torno a múltiples procesos mediados por la tecnología digital.

Palabras clave

Bibliotecas; Cultura digital; TIC; Colaborativo; Experimentación; Laboratorios; Software libre; Tecnología; Creación; Narrativa; Datos abiertos; Apropiación.

Introducción

Cuando se piensa en bibliotecas, lo primero que se viene a la mente es un edificio silencioso con estantes llenos de libros, mesas, bibliotecarios y lectores; o al menos este era el concepto que se tenía hace algunos años, pues ahora las bibliotecas se han convertido en espacios de encuentro y aprendizaje donde no solo hay textos impresos, sino también computadores y todo tipo de dispositivos conectados a Internet que amplían las posibilidades de acceso a la información, fortalecen los procesos sociales y culturales de las comunidades donde se encuentran y contribuyen a crear y compartir conocimiento.

Bajo esta premisa surge el área de Cultura digital del Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín (SBPM) y se establece la creación y ejecución de *Bibliolabs: territorios en código abierto y colaborativo*, una estrategia que tiene como propósito implementar metodologías de trabajo colaborativo entre los servidores y usuarios de las diferentes bibliotecas públicas de la ciudad, mediante experiencias, métodos y herramientas que puedan ser puestas en práctica en la labor cotidiana de la biblioteca, especialmente, en las actividades relacionadas con la generación de ideas, resolución de problemas y la experimentación conjunta y co-creativa.

Lo anterior estableció un reto inicial para los mediadores de las unidades de información: comprender y establecer ¿qué es la cultura digital?, ¿cómo se vinculan las TIC con los demás servicios que ofrecen las bibliotecas? y ¿cuál sería la forma de integrar los paradigmas que ofrece Internet y las tecnologías digitales en las bibliotecas?

Desde estas inquietudes, Bibliolabs (2014 – 2018) inició como un laboratorio en sí mismo con el objetivo de definir la cultura digital en las bibliotecas y los componentes que debían ser parte de esta, como el acceso a la información y servicios digitales, la inclusión social, la conexión en red entre comunidades para la interacción y el intercambio de saberes, la creación de procesos formativos en torno a las nuevas tecnologías y la generación de conocimiento a través de la exploración, la investigación y la co-creación que aporten a las problemáticas y necesidades de los territorios; definiciones que se renuevan constantemente de acuerdo con la evolución de las TIC y las concepciones sociales y culturales de la tecnología en la sociedad.

Adicionalmente, Bibliolabs asumió una serie de retos basados inicialmente en comprender conceptos como código abierto, Creative Commons, software libre, datos abiertos, pero también en encontrar la forma de acercar a los funcionarios y visitantes de las bibliotecas a los mismos, sin dejar de lado sus servicios inherentes y abriendo posibilidades para el acceso libre a Internet, la gestión de contenidos e información digital y la ampliación de infraestructura necesaria para la experimentación tecnológica con la comunidad que se relaciona con las bibliotecas directa o indirectamente.

Un laboratorio de experimentación tecnológica en las bibliotecas

Durante el año 2014, el Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín puso en marcha la propuesta Bibliolabs, un espacio de exploración, diálogo, conceptualización y creación en torno a la cultura digital que poco a poco ha ido evolucionando y fortaleciéndose de acuerdo con las actividades y talleres que se llevan a cabo en las unidades de información.

Bibliolabs inició con una serie de encuentros entre profesionales del SBPM, Casa Tres Patios y el colectivo UnLoquer bajo la premisa Territorios en Código Abierto y Colaborativo (TCAYC), lo cual planteó tres ejes de acción: formas de hacer no tradicionales, lectura del territorio y herramientas para la creación, documentación y comunicación del proyecto; a partir de los cuales se realizaron ocho talleres en diferentes lugares que fueron la base para constituir esta propuesta metodológica de cultura digital de las bibliotecas con cuatro enfoques: radiodifusión y mapas sonoros, recorridos virtuales, experiencias interactivas y presentación de contenidos.

César Mazo (s.f.), articulador de cultura digital y uno de los principales líderes del proyecto, explica que:

A partir de conceptos claves como código abierto, licencias Creative Commons, Software Libre, Datos Abiertos, se realizan acciones acordes a los principios de información pública que permite el uso, modificación, retroalimentación y comunicación en red de las experiencias, es decir de la información representada en diversos formatos como evidencia del conocimiento de las personas y comunidades que se relacionan con las bibliotecas.

A partir de estos talleres, surgió la necesidad de crear grupos de interés, espacios para compartir ideas, aprendizajes y propuestas que se pudieran implementar en las funciones cotidianas de las bibliotecas. En estos grupos podrían participar todos los funcionarios del SBPM, sin importar el rol, cada uno enfocado a un área específica, pero con el objetivo común de desarrollar acciones colaborativas mediadas por las tecnologías digitales en torno al quehacer bibliotecario: alfabetización informacional, comunicación territorial, biblioteca pública, gestión del conocimiento, experimentación tecnológica y narrativa hipermedia; en las que cada uno de los participantes aporta desde sus propios conocimientos, pero también contribuye a la búsqueda, creación y difusión de información.

Uno de los principales logros con respecto a la conformación de los grupos de interés, fue el surgimiento de grupos de experimentación como RadioLabs, del cual nació Ciudad Parlante, la emisora web del Sistema de Bibliotecas y Bibliogamers, un club enfocado en el tema de videojuegos con un enfoque de creación, aprendizaje, trabajo en equipo y pensamiento crítico; además, grupos de estudio en torno al papel de la biblioteca pública en la sociedad. Estos grupos han permitido generar un espacio donde permanentemente se comparte conocimiento y se comparten ideas para la construcción y co-creación de experiencias que hacen posible leer intereses y necesidades de los territorios.

A través de talleres y laboratorios de programación de software y creación de objetos análogos se desarrollan interfaces interactivas para acceder a la información multimedia; el propósito es incentivar una experiencia de aprendizaje activo a partir de la premisa "hazlo tú mismo" y "hazlo con otros". La metodología que se usa al diseñarlas es llamada *open-knowledge* o conocimiento abierto, donde una persona que genera un conocimiento lo documenta para que otra persona lo pueda usar; esto, a su vez, permite que los proyectos que se crean en una biblioteca puedan ser replicados por las demás de manera fácil y sistemática (Mazo, s.f.).

Dispositivos, contenidos y creaciones colaborativas

Con el proyecto funcionando en distintas unidades de información, un ecosistema de software libre con las herramientas, recursos y materiales necesarios para desarrollar las ideas y con un gran equipo conformado tanto por mediadores de cultura digital como

por otros profesionales, entidades e instituciones, Bibliolabs logró establecer algunas metodologías que propiciaron el trabajo en conjunto con las comunidades de las bibliotecas donde se desarrollan laboratorios y que ha permitido la generación de contenidos y herramientas que ayuden a la solución de problemáticas puntuales del territorio.

Algunas de las experiencias que han inspirado la construcción de prototipos e instrumentos propios se hacen evidentes en las vivencias, historias, testimonios y estilos de vida que a diario llegan a las unidades de información, por ende, uno de los puntos para destacar del proyecto ha sido la construcción de dispositivos utilizando software y hardware libres que contribuyan a mejorar la vida de las personas en relación al uso de la tecnología, siempre con la propuesta de fácil acceso y código abierto.

Las unidades de información como entes sociales e incluyentes están en constante búsqueda para fortalecer el apoyo y el acompañamiento que se viene ofreciendo a las personas con alguna discapacidad visual y que tienen dificultades de lectura y escritura; dicho fortalecimiento se realiza mediante el uso y aprovechamiento de nuevos recursos tecnológicos e informáticos como el **lector de audiolibros**, que nace a partir de la necesidad de facilitar una herramienta que ayude a personas con discapacidad visual a acercarse a la lectura y que les posibilite una mayor autonomía en el acceso a la información y al conocimiento.

Desde la construcción de este lector se implementan acciones y actividades conducentes a definir actividades para identificar y establecer aquellos materiales bibliográficos digitales o físicos, que luego serán reproducidos en audio por medio del dispositivo lector.

El objeto del proyecto audiolector contribuye a mejorar el proceso de comprensión lectora orientado a este grupo poblacional, enriqueciendo las posibilidades de acceso a la información y al conocimiento, al tiempo que contribuye al rompimiento de los paradigmas, actitudes y enfoques respecto a las personas con limitaciones físicas.

La realización del lector de libros ha tenido un avance muy significativo, ya que ha podido contar con un trabajo colaborativo realizado en diferentes etapas:

- Selección de los materiales bibliográficos, digitales o físicos para ser alojados en el módulo mp3.
- Grabación de los textos en audio.
- Desarrollo de una colección especial de materiales.

Actualmente existen tres versiones de este dispositivo que se pueden encontrar en las bibliotecas públicas.

Igualmente se han desarrollado otros proyectos como el denominado Bibliobot, un kit de robótica que apoya el desarrollo de los laboratorios para la enseñanza de programación e implementación de circuitos electrónicos con sensores, motores y diversos componentes.

Durante la ejecución de los talleres del área de cultura digital en las unidades de información del SBPM, se identificó la necesidad de implementar espacios donde exista un acercamiento más profundo con la tecnología y se trascienda de los conocimientos básicos, a ser entes generadores de la misma. Debido a esto, se decidió crear ambientes para el aprendizaje de la robótica.

El SBPM cuenta con algunas herramientas que fueron utilizadas para el aprendizaje de programación, y tuvieron un alto impacto y participación en diversas actividades desarrolladas, dichas herramientas están distribuidas en distintas unidades y son de un costo elevado, si se tiene en cuenta la realidad socio-económica de nuestros territorios. Adicionalmente y por su reducida cantidad, no suplen la demanda y la necesidad de impactar mayor público, por este motivo se propuso la creación de kits de robótica de bajo costo, con el plus de incluir piezas recicladas en estos, ampliando de esta manera la cobertura del proyecto.

El Bibliobot es un artefacto que integra diversos conocimientos adquiridos en las actividades desarrolladas en el grupo de interés de experimentación tecnológica. Es un dispositivo que permite fomentar múltiples experiencias y actividades en las unidades de información, proponiendo a nuestros usuarios un desafío cognitivo como medio para desarrollar y aplicar contenidos de ciencia y tecnología, para la resolución de problemas concretos o retos. Entre estos se desarrolló un mando Bluetooth a distancia

por medio de una aplicación móvil que controla un prototipo de carro radiocontrol, prototipo en el cual también se incorporan diversos sensores que expanden las opciones de programación y sus funciones, para el desarrollo de talleres de programación tecnológica en las bibliotecas. Fue tal su impacto en el medio, que se presentó el proyecto al Ministerio de Cultura y resultó ganador del premio *100 estímulos para proyectos innovadores en bibliotecas públicas*.

Adicionalmente, desde que inició el proyecto, se han realizado una serie de talleres, experiencias y dispositivos para continuar ampliando las posibilidades que ofrecen las TIC, incluyendo la realización de una impresora braille, videojuegos, clubes de lectura hipermedia, juegos de rol, Bibliobox, adaptación de teclados en alto relieve, bastones inteligentes para personas con discapacidad visual, realidad aumentada, entre otros.

Eventos nacionales e internacionales

La invitación a “abrir el código” propuesta por Bibliolabs ha planteado igualmente la realización de eventos propios y la participación en eventos de ciudad e internacionales para llegar a diversos públicos, pero también para abrir las posibilidades, explorar, conocer y aplicar estrategias que se realizan en otros lugares y bibliotecas.

- Evento Bibliolabs

Se lleva a cabo de forma anual desde noviembre de 2014 y busca mostrar a la comunidad los avances, productos, creaciones y procesos que se desarrollan en las unidades de información en torno a la propuesta de Bibliolabs, por lo tanto, su principal objetivo es integrar a todo el SBPM en un espacio donde confluyan talleristas, creadores, bibliotecarios y usuarios de las bibliotecas de Medellín.

El evento *Bibliolabs: territorios en código abierto y colaborativo—Asiste, participa e interactúa en la muestra de creaciones y experiencias* se ha llevado a cabo en los parques biblioteca León de Greiff -La Ladera-, Gabriel García Márquez -Doce de Octubre-, Manuel Mejía Vallejo -Guayabal-, y en la Biblioteca Pública La Floresta.

- Eventos del libro

Desde el año 2015, el Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín participa en la organización del Salón de Nuevas Lecturas de la Fiesta del Libro y la Cultura de Medellín, con una propuesta en la cual se incluyen productos de los talleres de cada biblioteca, además de experiencias del Laboratorio de Experimentación Tecnológica y transmisiones en vivo de Ciudad Parlante, emisora web de las bibliotecas y experiencias de lectura.

Actualmente es un espacio que permite que los contenidos y metodologías que se han desarrollado desde los grupos de interés de Bibliolabs sean visibilizadas por las personas que hacen parte del Sistema y por la comunidad en general, donde pudieron compartir información, sugerencias e ideas para tener en cuenta en el desarrollo de nuevos productos y herramientas.

- Semana de la cultura digital

Con el crecimiento de la estrategia y la inclusión de la misma en el plan táctico y operativo de las bibliotecas, Bibliolabs se vincula al Día de Internet, efeméride impulsada por la Asociación de Usuarios de Internet (AUI), entidad española sin ánimo de lucro; dicha celebración se cumple el 17 de mayo en diversos países.

Con esta propuesta y con la ejecución de una serie de acciones llamadas “Activaciones de uso público TIC”, en las cuales se promueven los servicios, recursos, fuentes e información a través de tecnologías de la información y la comunicación, enfocados principalmente en la privacidad y la seguridad se estableció la realización de la *Semana de la cultura digital* durante el mes de mayo, en el marco de la efeméride. Este evento se realiza desde el año 2016.

- Programa Iberoamericano de Bibliotecas Públicas (Iberbibliotecas)

Bibliolabs es uno de los 10 proyectos ganadores de la tercera Convocatoria de Ayudas del Programa Iberoamericano de Bibliotecas Públicas (Iberbibliotecas), y es elegido en la convocatoria del mismo programa para recibir a 40 profesionales bibliotecarios de Brasil, Chile, Costa Rica, España, México, Paraguay y Colombia, quienes ganaron las pasantías internacionales, subvencionadas por Iberbibliotecas, para conocer la experiencia.

Igualmente, mediadores del Sistema de Bibliotecas han participado de la segunda y tercera edición de las pasantías internacionales de Iberbibliotecas, representando el proyecto en Brasil (2017) y España (2018).

Desde el inicio del proceso de Bibliolabs en el año 2014, se han realizado una gran cantidad de proyectos y procesos enfocados al trabajo con la comunidad y la articulación entre bibliotecas, con el propósito de fortalecer el área de cultura digital y aportar nuevas formas de leer, escribir y percibir el territorio; abriendo nuevos espacios de diálogo, interacción, comunicación, experimentación e intercambio de conocimiento en torno al uso de las nuevas tecnologías en múltiples ámbitos sociales.

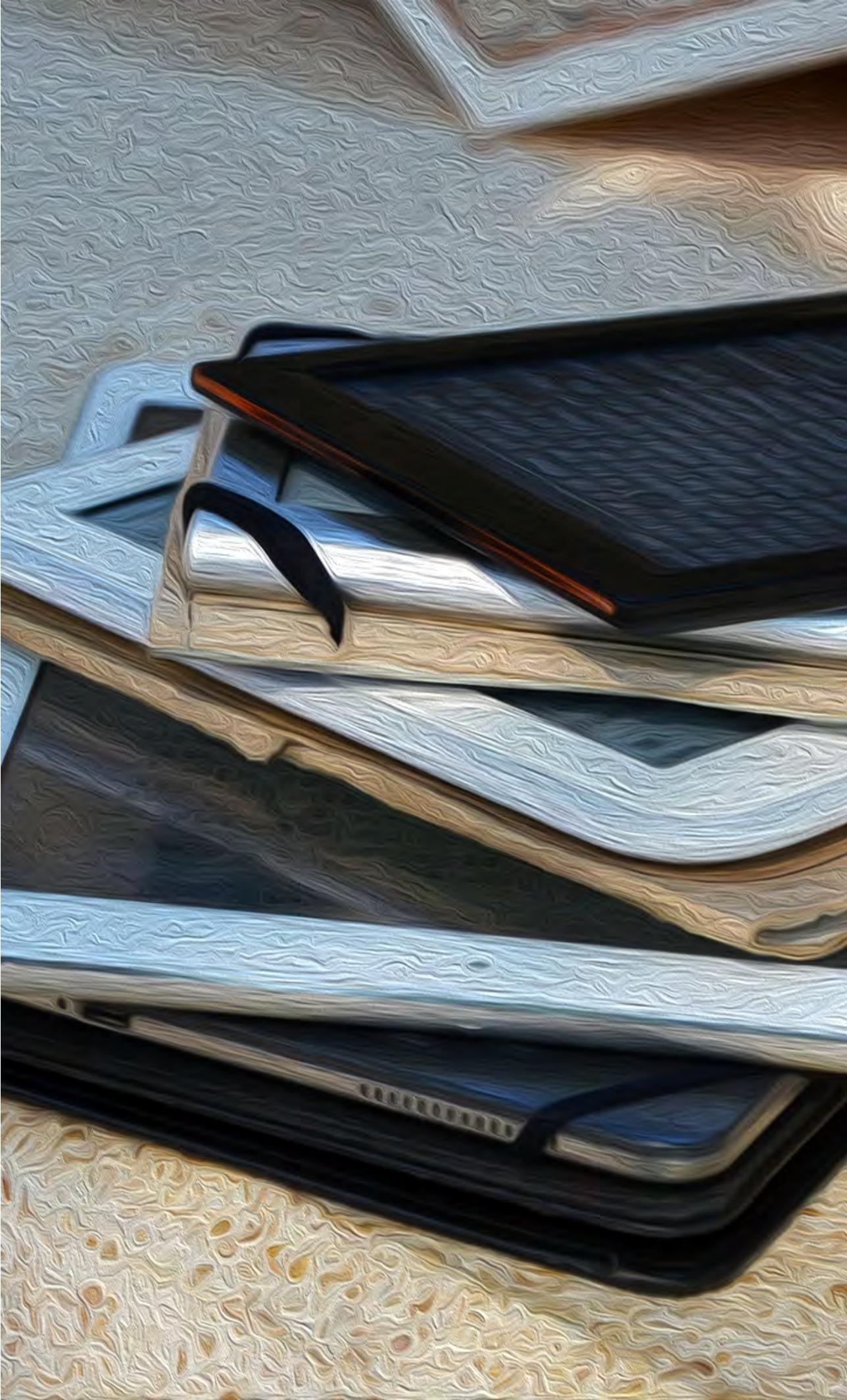
Referencias

Mazo, C. (s.f.). Bibliolabs. Wiki-#Bibliolabs: Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín. Recuperado de <http://it.bibliotecamedellin.gov.co:8082/doku.php>

Bibliolabs. (s.f.). En Wiki-#Bibliolabs. Recuperado de <https://wiki.bibliolabs.cc/bibliolabs:bibliolabs>

Biblioteca Pública Piloto. (2014). #BIBLIOLABS: Territorios en Código Abierto y Colaborativo. Medellín, Colombia: Casa tres patios.

Biblioteca Pública Piloto. (2016). Metodología #Bibliolabs: Territorios en Código Abierto y Colaborativo. Medellín, Colombia: Colección Observatorio de Lectura.



Libros remotos

Esteban Rey - Adriana Lozano Román

Esteban Rey, escultor, docente de la Universidad Nacional y Adriana Lozano, dibujante, son artistas digitales, que se han unido en una propuesta: El costurero eléctrico. Disponible en <http://costureroelectrico.com>

En el año 2015 concursaron en la convocatoria crea digital del Ministerio de TIC con la propuesta Libros remotos y obtuvieron el apoyo para llevar adelante su proyecto. Esteban Rey fue ganador de la Residencia CHELA: Arte, ciencia y tecnología en Buenos Aires Argentina, 2016.

... el poner al libro como objeto clave, misterio o acertijo, nos acerca inmediatamente al lugar común donde otros se preguntan por su futuro, el futuro del libro, ya sea para afirmarlo o para negarlo categóricamente y proféticamente.

Resumen

Esta experiencia presenta una obra ganadora de la Convocatoria Crea Digital del Ministerio de TIC, en Colombia. Los autores se proponen mostrar en forma amplia su producto.

Palabras clave

Libros remotos; Experimentación narrativa; Lectura y escritura compartida.

¿Qué son?

Los *libros remotos* son libros que no difieren en apariencia de muchos otros, pero tienen la capacidad de detectar el tacto del lector en zonas específicas de sus páginas de papel, sobre imágenes o textos predefinidos, para enviar en ese momento mensajes inalámbricos a un ecosistema tecnológico de dispositivos electrónicos que convierten esos mensajes en movimiento, sonido, color, cambios de temperatura o iluminación.

¿Qué es?

Libros remotos es una plataforma para explorar narrativas que propone una experiencia de aventura, en su sentido más literal, buscando tender hilos entre la escritura y la oralidad al promover la integración de la lectura compartida, la escritura electrónica, el dibujo y la práctica editorial.

¿Cómo surgió?

Este proyecto viene configurándose desde hace tres años por los integrantes del Costurero eléctrico (Costureroelectrico, s. f.). Adriana Lozano es dibujante; sus materiales recurrentes son cuadernos de pequeño formato, marcadores, rapidógrafos y lapices de colores. Esteban Rey es escultor y la mayor parte de su trabajo emerge de la escritura de código computacional y el ensamblaje de circuitos electrónicos. Los materiales y la manera en que las personas se relacionan con ellos configuran diferentes maneras de pensar. En esa relación también puede incluirse la manera misma de comunicar esos pensamientos. Adriana Lozano, no solo para mostrar su trabajo, sino también para alimentarlo, contaminarlo y compartirlo, ha usado intensamente las redes y, a través de ellas, la experimentación editorial abierta. Esteban Rey ha sido más cercano a la pedagogía y sus puestas en escena.

Son maneras de pensar diferentes y complementarias que han estado alimentadas desde tiempo atrás por textos comunes (Clarice Lispector, Eduardo Viveiros de Castro, Roberto Bolaños, Edouard Glissant), por la participación en movimientos de cultura libre (incluyendo el hardware y el software libre) y por experiencias concretas que vale la pena anotar acá brevemente.

Costurero eléctrico fue en principio un proyecto de investigación que Esteban Rey diseñó como docente de la Universidad Nacional de Colombia sede Bogotá, y coordinó junto a otras docentes del Jardín Infantil de la misma Institución, reuniendo un grupo de estudiantes de artes plásticas, ingeniería, arquitectura y diseño para proponer interfaces tangibles adecuadas a un público de primera infancia. También coordinó durante dos años los programas de robótica y videjuegos del Proyecto C4 (Secretaría de Educación del Distrito Capital – Universidad Javeriana). Allí propuso actividades experimentales de narrativa lúdica, orientadas a la primera infancia e implementadas por talleristas y profesoras de jardines infantiles públicos, donde los niños integraban dibujo, collage, ensamblaje escultórico y programación en Scratch Jr¹. Adriana Lozano curó la colección de dibujos y muestra itinerante Fantasmas, colección agrupada a través del intercambio epistolar de dibujos con artistas de América, Asia y Europa; con una metodología similar ha dirigido y editado la revista Club de Dibujo (costureroelectrico), de publicación semanal.

¿Cómo se ha desarrollado?

En el proyecto pueden diferenciarse cuatro etapas de experimentación y desarrollo:

- Verificación del marco operativo
- Prototipado
- Desarrollo ecosistémico
- Dramaturgia

Estas son etapas de iteración recurrente, un ciclo que se repite constantemente, pero que también puede usarse para describir una linealidad de desarrollo. Hasta ahora, se han completado las primeras dos etapas y la mitad de la tercera, con un pequeño cuento impreso en el prototipo de un *libro remoto*. Además se produjo la construcción modular del prototipo de una maleta-teatrino robotizada y el desarrollo de un motor de videojuegos para interfaces tangibles distribuidas, que permitirán repartir, entre los participantes y en el espacio de lectura compartida, eventos y efectos teatrales, cinematográficos o performativos.

¹ A partir de la implementación de la propuesta en el Colegio Eduardo Santos IED, las profesoras Nancy Herrera, Nancy Parra y Yolima Cárdenas presentaron una propuesta de investigación a la SED que les ha permitido continuar por su cuenta con la iniciativa.

El desarrollo dramático incluye los documentos de referencia para la puesta en escena de las sesiones de lectura compartida, así como para las sesiones de desarrollo editorial que el mismo público podrá llevar a cabo. Más aún, contempla el desarrollo de una serie de componentes modulares de software (*plug-ins*, *addons*), que podrán instalarse en las plataformas pedagógicas abiertas más populares, para facilitar la apropiación de nuestra plataforma y la experimentación narrativa autónoma (Costureroelectrico, 2016).

¿A quién está específicamente dirigido y en dónde tiene cabida?

La lectura y escritura compartida es la actividad hacia la que se enfoca el proyecto, por ello Libros remotos están específicamente dirigidos a comunidades interesadas en la pedagogía, en la expresión narrativa, o en ambas; desde el grupo familiar hasta la comunidad escolar y la biblioteca pública; del artista que hace libros diferentes, hasta el grupo que se presenta en un escenario.

En la medida en que puedan considerarse los espacios pedagógicos como espacios dramáticos, con una puesta en escena (el salón de clase, el auditorio, el recreo, el cuarto a media luz), una serie de guiones (el currículo, el reglamento, la lección del día) y un grupo de actores, más o menos conscientes de los roles que juegan, el desarrollo dramático para Libros remotos podrá integrarse en esos espacios con un buen impacto, una clara pertinencia y una alta relevancia².

Epílogo: ¿cuándo desaparecerá el libro?

En su sentido más literal, una experiencia de *aventura* nos pone en presencia de las cosas que han de venir, y en esa singular relación con algún futuro posible al que es remitido quien actúa en el ahora; el poner al libro como objeto clave, misterio o acertijo, nos acerca inmediatamente al lugar común donde otros se preguntan por su futuro, el futuro del libro, ya sea para afirmarlo o para negarlo categóricamente y proféticamente.

² En las experiencias anteriores, que apenas enumeramos más arriba, pudimos observar cómo el discurso tecnológico en el aula no deja de tener ciertos vicios a pesar de las buenas intenciones de las directrices estatales o privadas. La prevalencia de la mirada de la ingeniería (la tecnología como un todo-solución) y el sesgo de una ideología de género (programación y pensamiento lógico como actividades masculinas, construcción y pensamiento relacional como actividades femeninas), son solo algunos aspectos problemáticos que hemos tenido en cuenta al crear Libros remotos.

Si de profecías se trata, creemos mucho más necesario generar aparatos (juegos) que hagan posible “una visión profética del pasado” (Glissant, 2002). Algo que nos permita contemplar, como si se tratara de un anuncio publicitario hecho con realidad aumentada, el horizonte que abrió la aparición del libro al mismo tiempo que el que lo cerró. No es algo fácil, pero creemos que es algo tremendamente necesario para nuestra época. Siguiendo la metáfora del libro-mundo, aparte de asistir y seguir invitando sin cesar al gran planetario de los libros, habría que poder viajar atravesando dimensiones.

Referencias

- Costureroelectrico. (s. f.). Recuperado de <http://costureroelectrico.com/clubdedibujo/>
- Costureroelectrico. (2016). *RemoteBooks*. [Video de Youtube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=-JlmJSkdIGM>
- Glissant, E. (2002). *Introducción a una poética de lo diverso*. Barcelona: Ediciones del Bronce.



El texto digital en juego: a manera de conclusión

Desde los estudios acerca de la irrupción de los libros digitales, pasando por su comercialización y contemplando su expansión a otros formatos y estrategias, la obra derivó en su segunda parte hacia varias experiencias donde se ejemplificó, en diferentes niveles, la actual relación con los textos digitales. Ese recorrido fue posible gracias al Encuentro *eBookCamp* que se realizó entre académicos y profesionales relacionados con la producción de contenido digital en Colombia, quienes luego de compartir con el auditorio sus conocimientos y experiencias, ofrecieron sus reflexiones por escrito.

Los eventos de promoción del libro y la lectura, así como las encuestas sobre hábitos lectores, le han abierto campo al texto digital. Pero también la labor docente, la actividad estudiantil, la gestión de las bibliotecas, el trabajo editorial, todos los escenarios en que se pone en juego la textualidad, se extienden hacia un nuevo espacio para la lectura y la escritura.

El pulso de la producción de textos digitales en Colombia debe ser examinado constantemente para conocer las posibilidades que se abren en todos los escenarios en que concurre.

El tema de la lectura en medios digitales, y de un modo especial los dispositivos, los formatos, los programas informáticos y las plataformas de lectura son un campo abierto a la exploración

y a la investigación. De ahí que sea oportuno insistir en la importancia de compartir el saber y la experiencia en torno al desarrollo de la textualidad digital.

Es necesario seguir promoviendo los espacios de encuentro para comprender esta relación con la textualidad en todos sus formatos.

La dicotomía libro impreso / libro digital no debe entenderse como una oposición, sino como una coexistencia en la que el papel y la pantalla no solo son soportes textuales, sino que se erigen en medios. En algunos casos, esta relación implica una ampliación de los contenidos y una nueva forma de distribución.

Si bien existen posiciones encontradas frente a las ventajas de cada medio, ni los libros digitales, ni los libros impresos, parecen retroceder en el empeño de ser portadores de texto, de permitir la comunicación escrita.

La presencia de las tecnologías digitales tanto en el campo de la textualidad, como en todos los demás, se empieza a naturalizar de un modo tal que resulta comprensible hablar de una era postdigital. Bajo este concepto, el libro impreso y el libro digital empiezan a convivir de un modo más tranquilo, más armonioso, en el que las librerías, las bibliotecas y la lectura en papel no se ven amenazadas sino complementadas. De igual forma, los dispositivos de lectura, las bases de datos, los libros hipermediales, dialogan con el texto impreso, en un juego en el que la piedra, el papel y el pixel se alternan, ceden su espacio mutuamente a la cadena de relaciones que se establece en una dinámica constante.

Este libro recoge conceptos y experiencias alrededor de la producción de libros digitales en Colombia. En gran parte se basa en la producción digital del grupo de investigación Urbanitas de la Universidad Católica Luis Amigó, pero también integra otros actores como El Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín, un ganador del Premio Crea Digital y experiencias de aula que hacen de esta obra un documento representativo para la comprensión del ecosistema de los libros digitales en los últimos años.

La obra se divide en dos partes: conceptualización y experiencias. La primera parte enfoca los principales temas que se han planteado sobre la textualidad digital, y la segunda presenta cuatro experiencias, estrategias de creación, implementación y distribución de libros digitales en nuestro medio.

En suma, este documento aspira a registrar un momento importante en la historia del libro digital en Colombia.

Piedra, papel y pixel

El texto digital en juego