



CERLALC Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe

Proyecto estratégico talleres de entrenamiento / formación sobre libro electrónico año 2011

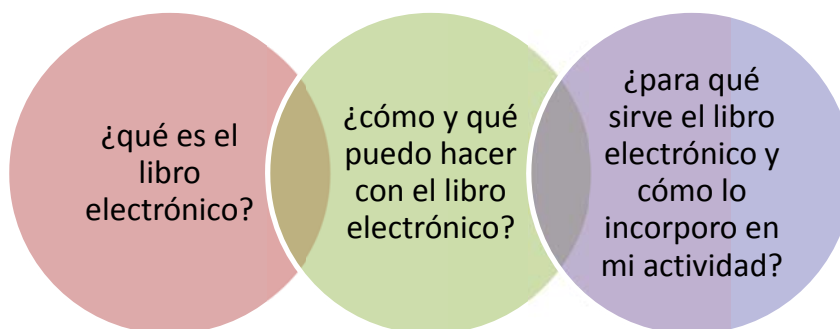
El libro electrónico: Finalmente, lo que quiso saber. Herramientas para entender lo que es, cómo se hace y para qué sirve.

Seminario - Taller de entrenamiento y formación (12 horas)

1. Presentación

En correspondencia con los lineamientos y misión del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC –entre los que merecen especial mención sus esfuerzos hacia la protección de la creación intelectual, el fomento de la producción y circulación del libro y la promoción de la lectura y la escritura–, así como la necesidad de que miembros de la cadena de valor del libro estén al tanto de las convergencias que se observan con los medios digitales y las nuevas formas de promoción y distribución del libro; el CERLALC ha diseñado un Seminario-Taller de entrenamiento y formación en la materia que, de manera simple y práctica, pero con el rigor del caso, brinde conceptos y herramientas para que los participantes incursionen, afiancen y desarrollen estrategias que les permitan entender el entorno, formular proyectos para la diversificación de su portafolio editorial y generar nuevas oportunidades para la industria desde la perspectiva digital.

Sencillez, claridad conceptual, practicidad y búsqueda de discernimiento en la materia, son conceptos que persigue esta iniciativa, en medio de la sobreabundancia de información, de los modelos existentes y de las noticias que circulan de manera amplia en las redes de información. Con estas premisas, el seminario-taller responderá tres preguntas básicas:



Estas preguntas se relacionan con cuatro grandes ámbitos y ejes que caracterizarán el Seminario-Taller:

- ✓ **Obtención de la información suficiente y necesaria para entender** los grandes cambios que están sucediendo en el mundo en relación con la industria editorial, casos, modelos y ejemplos exitosos, perspectiva sociológica (primero es el hombre, luego la tecnología), a fin de que puedan ser entendidos como una oportunidad para el logro de objetivos específicos al interior de una organización editorial.
- ✓ **Generación de procesos proactivos, propositivos y convergentes** en los asistentes, que puedan devenir en el desarrollo e iniciativas para llevar a cabo planes de trabajo específicos, bien a nivel de las comunidades locales, regionales o, incluso, en la gestación de proyectos globales en donde pueda obtenerse un beneficio común.
- ✓ **Establecimiento de un marco epistemológico** que permita, en el diseño y desarrollo de planes en la materia: a.) guardar sintonía con lectores tradicionales (no nativos digitales) b.) generar acciones específicas para los denominados "*emigrantes digitales*" (aquellos que ya tienen en su cotidianidad el acceso a diferente tipos de medios) y, c.) postular bases y proyectos concretos para los nuevos "*nativos digitales*", que acceden a la información solamente a partir de medios especializados con los que ellos han nacido y/o se han formado.
- ✓ **Ejemplos de creación y casos concretos de libro electrónico para el fortalecimiento de planes** que los participantes puedan adelantar, aportando pistas para optimizarlos en función de las posibilidades tecnológicas vigentes.

2. Objetivos

De acuerdo con la manera como está diseñado el Seminario-Taller, son cuatro los objetivos específicos que persigue, que se articulan entre sí:



1. **Sensibilizar** a los asistentes frente a los cambios que vienen aconteciendo en el mundo que se relacionan e indican directamente (positiva o negativamente, según como se les mire) en el uso estratégico de los medios, con especial énfasis en el medio editorial y sus tecnologías relacionadas.

2. **Generar** procesos de información – formación, para que las asistentes puedan aprehender estos cambios con base en experiencias, modelos, ejemplos y proyectos reales, con una visión convergente y propositiva, que les permita entender, interpretar y proyectar estos conocimientos.
3. **Practicar** mediante el desarrollo de un taller concreto de producción de libro electrónico desde la perspectiva de libro lineal para distribución electrónica y libro electrónico con componentes multimediales, construido con lógicas narrativas hipertextuales e hipermediales.
4. **Posibilitar** escenarios de desarrollo para la generación o fortalecimiento de líneas de acción estratégicas a ser formuladas o implementadas por los participantes en el corto y mediano plazo.

Dirigido a:

Especial énfasis al ámbito de editores en las diversas áreas de la industria.

3. Programa / Metodología

El Seminario-Taller tendrá una duración de 12 horas en dos jornadas, la primera de ocho horas y la segunda de cuatro horas (dos días de duración), en donde la teoría, la práctica, los análisis de casos y el intercambio de ideas, serán su escenario de desarrollo **(ESTOS HORARIOS PUEDEN VARIAR EN FUNCIÓN DE LA AGENDA DE LOS ORGANIZADORES, SIENDO PREFERIBLE MANTENER UN ESTÁNDAR DE 12 HORAS DE TRABAJO)**

DÍA 1

(8 horas)

Presentación del Seminario-Taller y explicación de la agenda de trabajo

Sensibilizar

Presentación con ejemplos reales de acontecimientos importantes que están incidiendo directamente en la industria editorial. Apertura hacia posibilidades y realizaciones en las cuales cada quien, dentro de su industria u organización específica, puede ser actor fundamental.

En este espacio se presentarán ejemplos preparados, acompañados de una serie de preguntas antes o después de cada ejemplo. La actividad termina con una lluvia de ideas que serán dadas por los asistentes a manera de introducir el trabajo de forma grupal.

Taller 1 (grupal)

Preguntándonos sobre qué significan estas cosas y esbozando escenarios posibles para cada caso específico

Información – Formación (Parte 1)

Introducción

Con énfasis en:

- Editorial
- Desarrollo y cambios de la industria
- Modelos y formas de producción. promoción, comercialización y distribución

Practicar

Haciendo un libro electrónico

Consideraciones

Definiciones

Alternativas y vías de desarrollo
Casos concretos

1. De nuestro modelo de prensa offset y el archivo original digital abierto y/o la recuperación de archivos, al PDF, XML y el e-pub (abordar el proceso de creación y conversión de contenidos editoriales a diferentes formatos electrónicos, para su posterior salida a formato papel, e-book o e-commerce). Posibilidades.

2. De las lógicas lineales de la construcción tradicional editorial, al hipertexto y la multimedia (posibilidades de desarrollo con estándares multimedia disponibles en la red y/o privados como Flash, para la creación de nuevos soportes y lógicas del libro). Posibilidades.

Taller 2 (grupal)

De la escaleta y las lógicas de producción lineal a los nuevos lectores hipertextuales e hipermediales.

DÍA 2

(4 horas)

Información – Formación (Parte 2)

Con énfasis en:

- Marketing editorial (escenarios y posibilidades)
- Nativos digitales, emigrantes, no nativos
- Distribución / Comercialización
- Redes sociales
- Experiencias exitosas
- Riesgos
- Recomendaciones

Motivación

Taller 3 (grupal)

Cuestionamiento de estas realidades y previendo campos de realizaciones futuras

Posibilitar

Lineamientos, con ejemplos e ideas concretas, sobre caminos o modos de operación: generación de redes, establecimiento / fortalecimiento de políticas, desarrollo de planes concretos, etcétera.

Conclusión y Cierre

A manera de síntesis y conversatorio, indagar cómo lo visto y aprehendido da las bases para el eventual desarrollo o fortalecimiento de actividades o planes específicos, a nivel local, regional o global.

Recursos necesarios para el desarrollo de la actividad:

- Video proyector de alta luminosidad
- Computador con acceso a Internet (opcional)
- Conexión a Internet inalámbrico dedicado de mínimo 1Mbps (opcional)
- Papelógrafo

4. Conferencista

JAIME IVÁN HURTADO BONILLA



E-MAIL: gerencia@lalibriadelau.com

Comunicador Social-Periodista. Especialista en Gerencia Educativa. Estudios en Mercadeo. Formación permanente en comunicación, marketing, edición, edición universitaria, semiótica, *e-learning*, *e-commerce* y estudios en educación superior. Docente en estas áreas en diversas universidades colombianas.

Responsabilidades actuales:

- CEO www.lalibriadelau.com, conocimiento y cultura. Mayo de 2004 a la fecha. (Ganador Premio Internet Colombia 2005, Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones, CCIT; y Premio Nacional 2009 "Espacios Web Temáticos y Medios de Comunicación Digitales", Ministerio de Cultura de Colombia.) (www.lalibriadelau.com). Reconocida por la Revista IT Manager como una de las 100 mejores empresas High-Tech en Colombia (Junio de 2011)
- Gerente de Publidisa Colombiana S.A.S., filial de Publicaciones Digitales S.A. (Publidisa), España, empresa especializada en soluciones tecnológicas para la industria editorial a nivel global. Mayo de 2011 a la fecha. (www.publidisa.com)
- Consultor de Proyectos Estratégicos, Ediciones de la U. Mayo de 2010 a la fecha. (www.edicionesdelau.com)
- Miembro de la Junta Directiva de la Cámara Colombiana del Libro, 2009-2012. Coordinador del Comité de Tecnología de este organismo. (www.camlibro.com.co)
- Consultor internacional en temas de tecnología, editorial y educación (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y El Caribe, CERLALC, UNESCO). Junio de 2009 a la fecha.
- Gerente Hipertexto Ltda. Mayo de 2004 a la fecha. (www.hipertexto.com.co)

Otras responsabilidades:

- Director Medios Audiovisuales y Publicaciones Universidad de La Salle. 1996 – 2004
- Vicepresidente y Presidente de la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia, ASEUC. Abril de 2002 – abril de 2003. Abril de 2003 – abril de 2004 (www.aseuc.org.co)
- Director del Centro de Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Educación. Universidad Pedagógica Nacional. Agosto de 2004 – Diciembre de 2005.