

Seminario: Edición, diseño de información y transformación digital

Departamento:

Edición

Profesor:

Visentin, Juan Ignacio

2° Cuatrimestre - 2020

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

Programas



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

DEPARTAMENTO: EDICIÓN

SEMINARIO: EDICIÓN, DISEÑO DE INFORMACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

MODALIDAD DE DICTADO: VIRTUAL (según Res. (D) N° 732/20 y normativa específica dispuesta a los efectos de organizar el dictado a distancia)

PROFESOR/A: VISENTIN, JUAN IGNACIO

CUATRIMESTRE: 2°

AÑO: 2020

CÓDIGO N°:



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

SEMINARIO: EDICIÓN, DISEÑO DE INFORMACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

MODALIDAD DE DICTADO: VIRTUAL¹

CARGA HORARIA: 64 HORAS

CUATRIMESTRE Y AÑO: 2º / 2020

CÓDIGO N°:

PROFESOR/A: VISENTIN, JUAN IGNACIO

EQUIPO DOCENTE COLABORADOR:²

POLONI, NOELIA LUJÁN

a. Fundamentación y descripción

Entendemos que las prácticas editoriales y el campo de la edición universitaria se nos muestran actualmente desde la currícula académica como dos espacios yuxtapuestos, el primero en cambio constante y el segundo sujeto a ciertos cánones que a veces parecen incuestionables. En efecto, la práctica editorial se vincula de manera directa con la producción y gestión de contenidos sobre diferentes plataformas y soportes, la evaluación sobre la pertinencia de los diferentes medios de comunicación y su resonancia, y una nueva configuración de la instancia de recepción de los destinatarios.

Las editoriales son organizaciones complejas las cuales afrontan cada vez más mayores desafíos en el devenir de sus actividades. La irrupción de nuevas tecnologías digitales posibilitan nuevas formas de comunicación y acción, y de este modo han modificado los negocios y mercados en los cuales las organizaciones se desenvuelven con un agregado: la aceleración del cambio tecnológico crece a tasas exponenciales.

Los objetos transaccionales no son iguales a las de 30, 50 o 100 años atrás. Si bien las publicaciones siguen ostentando el valor cultural ganado a través del desarrollo de la cultura impresa, se van evidenciando cambios en los soportes y formatos que se distribuyen y circulan. Inclusive, los productores de estos bienes devienen en prestadores de servicios y experiencias, mientras que los

¹ Programa adecuado a las pautas de funcionamiento para la modalidad virtual establecidas en Res. D. 732/20 y otra normativa específica dispuesta a los efectos de organizar la cursada en el contexto de la emergencia sanitaria que impide el desarrollo de clases presenciales en la Universidad.

² Los/as docentes interinos/as están sujetos a la designación que apruebe el Consejo Directivo para el ciclo lectivo correspondiente.

clientes/consumidores se transforman en usuarios, co-productores e (incluso) evangelizadores de la marca/objeto/producto. De este modo, las alianzas y las posturas competitivas de los diversos actores movilizan permanentemente el ecosistema mediático-conectivo.

Este contexto determina la necesidad de un replanteo de las herramientas de gestión que las organizaciones utilizan, las cuales deben permitir un replanteo de los modelos de negocios que llevan a la práctica. Entre las herramientas de gestión mencionadas podemos destacar aquellas que están apoyadas en métodos y técnicas de esquematización e infovisualización de los procesos y proyectos de la empresa. A su vez, aquellas herramientas que nos ayudan a gestionar los recursos propician esquemas de socialización del conocimiento necesario para innovar en términos productivos y tecnológicos.

Las causas de la modificación del campo son, sin duda, el surgimiento de las cuestionadas industrias creativas, las nuevas tecnologías digitales y los diferentes modos de acceder a la información y al entretenimiento que han modificado, efectivamente, los diferentes campos culturales contemporáneos y sus prácticas. La edición es un proceso transversal, que atraviesa diversos campos: la comunicación es uno de ellos. Por ese motivo es que intentamos desarrollar contenidos que abarcan disciplinas diversas. El diseño de información, la comunicación gráfica y audiovisual, las narrativas transmedia y la producción editorial son áreas que debemos ayudar a expandir.

A modo de síntesis, es dable observar que las nuevas tecnologías no siempre reemplazan a las antiguas profesiones, no obstante, sí es necesario que los profesionales sean capaces de desarrollar nuevas capacidades y competencias para hacer frente a los desafíos actuales y futuros.

b. **Objetivos:**

Que el alumno pueda:

- Incorporar una visión integradora y epistemológica de la comunicación, el diseño y la tecnología aplicada a los nuevos procesos de transmisión de información y conocimiento.
- Describir el estado actual del contexto infocomunicacional en el cual se desenvuelven las organizaciones en general y las editoriales en particular.
- Adquirir herramientas conceptuales de comprensión y gestión en comunicación, diseño y edición, basadas en el pensamiento crítico, la creatividad y la innovación.
- Reconocer los fundamentos visuales de utilizados en los procesos de información.
- Aplicar diferentes técnicas tendientes al relevamiento de datos e

información.

- Ser capaz de definir y generar un modelo de negocio fundamentado en el desarrollo de bienes informacionales.
- Reconocer los diferentes métodos de gestión de recursos informacionales.

c. **Contenidos:** [organizados en unidades temáticas]

Unidad 1: Ecosistemas de medios conectivos

Los procesos de transformación cultural y cognitiva. Condiciones de producción y gestión del conocimiento. Capitalismos de plataformas. Cultura global de la información. Economía de la información y el conocimiento. Software y analítica cultural. Dinámica tecnología, cultura y diseño.

Unidad 2: Sistemas visuales para el Diseño de Información

Fundamentos del diseño de Información. Discurso y semiosis visual. Pensamiento visual y esquemática. Tecnologías intelectuales como red de interfases. Interfases para la socialización del conocimiento. Visualización como herramienta de gestión. Narración y data storytelling. Aplicaciones y casos de uso (Gapminder, Google Data Studio, Tableau, Flourish, Infogram, entre otros).

Unidad 3: Tecnologías y herramientas mentales para la transformación digital

Técnicas de investigación y exploración de mercados. Definición de modelo de negocios. Aplicación de las nuevas tecnologías en los negocios. Modelos de negocios experimentales. Metodologías de gestión de procesos y proyectos. Herramientas de mejora de la eficiencia y productividad.

Unidad 4: Gestión de la innovación

Diseño de servicios. Fundamentos. Teoría informacional de la acción. Espacio semántico del servicio. Axiomas. Design thinking. Diseño participativo. Co-diseño. Métodos. Innovación y design management. Gestión de recursos informacionales.

d. **Bibliografía, filmografía y/o discografía obligatoria, complementaria y fuentes, si correspondiera:**

Unidad 1: Ecosistemas de medios conectivos

Bibliografía/Filmografía/Discografía obligatoria

- Basco, A., Beliz, G., Coatz, D., Garnero, P. (2018). Industria 4.0: fabricando el futuro. Monografía del BID.
- Brey, A., Innerarity, D. y Mayos, G. (2009). "La sociedad de la ignorancia y otros ensayos", Cap. La sociedad de la ignorancia. Libros de Infonomía.
- Lash, S. (2005). "Crítica de la información", Cap. 1 y 3. Buenos Aires: Amorrortu.
- Manovich, L. "Analítica cultural" (Fuente).

- Scolari, C. (2008). "Hipermediaciones", Cap. 2. Barcelona: Gedisa.
- Srnicek, N. (2018). "Capitalismo de plataformas", Cap. 2. Buenos Aires: Caja Negra.
- Van Dijck, J. (2016). "Cultura de la conectividad", Cap. 1 y 8. Buenos Aires: Siglo XXI.

Bibliografía complementaria

- Albornoz, L. (comp.) (2011). "Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación", Cap. Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información. Buenos Aires: Paidós.
- Jenkins, H. (2015). "Cultura transmedia", Introducción y Cap. 5. Barcelona: Gedisa.
- Manovich, L. (1999). "Lenguaje de los nuevos medios", Cap. 1. Barcelona: Paidós.

Fuente

- Industria 4.0: fabricando el futuro:
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Industria-40-Fabricando-el-Futuro.pdf>

Unidad 2: Sistemas visuales para el Diseño de Información

Bibliografía/Filmografía/Discografía obligatoria

- Costa, J. (1998). "La esquemática", Cap. El trabajo del visualista y La visualización por esquemas. Barcelona: Paidós.
- Costa, J. (2008). "La forma de las ideas", Cap. La vida de las formas (mentales) y De qué están hechas las imágenes. Barcelona: Costa Punto Com Editor.
- Costa, J. (2013). "Diseño global en la empresa", en Cuadernos de Diseño 3: Diseño, innovación, empresa. Madrid: IED Madrid Editorial.
- Mayer-Schönberger, V. y Cukier, K (2013). "Big data. La revolución de los datos masivos", Cap. 5 y 6. Madrid: Turner Noema.
- Royo, J. (2004). "Diseño digital", Cap. 3. Barcelona: Paidós.
- Scolari, C. (2004). "Hacer clic", Cap. 1. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2004). "Hacia una taxonomía de los regímenes de info-visualización". (Fuente).
- Scolari, C. (2019). ¿Cómo analizar una interfaz?.

Bibliografía complementaria

- Alonso, J. (2018). "Bases de datos, infografías y visualizaciones digitales para el análisis cultural".
- Costa, J y Moles, A. (1991). "Imagen didáctica", Cap. Pensar en línea o pensar en superficie. Barcelona: Ediciones CEAC.
- Rico, E. J. y Gómez, M. G. (2011). "Estudios críticos sobre diseño de información", Parte I Conceptos y experiencias en diseño de información. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras (UBA).

Fuentes

- “Bases de datos, infografías y visualizaciones digitales para el análisis cultural”: <https://culturalmentedigitales.wordpress.com/2019/08/30/bases-de-datos-infografias-y-visualizaciones-digitales-para-el-analisis-cultural/>
- ¿Cómo analizar una interfaz?: https://www.researchgate.net/publication/330651740_Como_analizar_una_interfaz
- “Hacia una taxonomía de los regímenes de info-visualización”: https://www.researchgate.net/publication/228382655_Hacia_una_taxonomia_de_los_regimenes_de_info-visualizacion

Unidad 3: Tecnologías y herramientas mentales para la transformación digital

Bibliografía/Filmografía/Discografía obligatoria

- AA.VV. (2015). “Verne. El modelo de innovación de Infonomía”, Cap. 5 a 9. Libros de Infonomía.
- Osterwalder, A. y Pigneur, Y (2010). “Generación de modelos de negocios”, Partes 1, 4 y 5. Barcelona: Deusto.
- Poloni, N./Visentin, J (2020). “Introducción a la gestión de proyectos editoriales”, Cap. 7 y 10. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras (UBA).
- Savoia, A. (2011). “Pretotipar esto”, Cap. 1 a 4.

Bibliografía complementaria

- Osterwalder (2015). “Diseñando la propuesta de valor”, Parte 1. Barcelona: Deusto.
- Ries, E. (2011). “El método Lean Startup”, Parte 2. Barcelona: Deusto.

Fuentes

- “Pretotipar esto”: <https://www.pretotyping.org/resources.html>

Unidad 4: Gestión de la innovación

Bibliografía/Filmografía/Discografía obligatoria

- AA.VV. (2015). “Verne. El modelo de innovación de Infonomía”, Cap. 1 a 4. Libros de Infonomía.
- Costa, J (1995). “Comunicación corporativa y revolución de los servicios”, Cap. 3. Madrid: Ed. Ciencias Sociales.
- Pelta, R. (2013). “Design thinking. Tendencias en la teoría y metodología del diseño”. Barcelona: UOC.
- Poloni, N./Visentin, J (2020). “Introducción a la gestión de proyectos editoriales”, Cap. 12. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras (UBA).
- Shedroff, N. “Las emociones están en camino a la innovación significativa”.

Bibliografía complementaria

- Barrabés, C. (2013). “Diseño y creación de conceptos empresariales innovadores”, en Cuadernos de Diseño 3: Diseño, innovación, empresa. Madrid:

IED Madrid Editorial.

- Cuesta, M. (2013). "Diseño, innovación y empresa. Los tres pilares que conducen al éxito" en Cuadernos de Diseño 3: Diseño, innovación, empresa. Madrid: IED Madrid Editorial.

- Manzini, E. (2013). "Design para una nueva economía. Una economía verde, social, en redes", en Cuadernos de Diseño 3: Diseño, innovación, empresa. Madrid: IED Madrid Editorial.

- Poloni, N./Visentin, J (2020). Introducción a la gestión de proyectos editoriales", Cap. 7. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras (UBA).

- Visentin, J. "Infoxicación, neurobiología y diseño de información".

Fuentes

- "Las emociones están en camino a la innovación significativa":

http://revistafaz.org/articulos_2/01_lasemociones_shedroff.pdf

- "Infoxicación, neurobiología y diseño de información":

<http://www.redinfodesign.org/infoxicacion-neurobiologia-y-diseno-de-informacion/>

e. Organización del dictado de seminario

El seminario se dicta en modalidad virtual mientras duren las restricciones establecidas por el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio definido por el gobierno nacional (DNU 297/2020). Su funcionamiento se adecua a lo establecido en la Res. (D) N° 732/20 y a la normativa específica dispuesta a los efectos de organizar el dictado a distancia.

El dictado de clases se realiza a través del campus virtual de la Facultad de Filosofía y Letras y de otros canales de comunicación virtual que se consideren pertinentes para favorecer el intercambio pedagógico con los/las estudiantes.

La carga horaria total es de 64 horas.

Modalidad de trabajo

El seminario tendrá una modalidad de dictado virtual la cual se apoyará en un aula ad-hoc generada en el Campus Virtual de la facultad, en donde se subirán todos los contenidos y actividades. El seminario tendrá un cronograma de las clases y actividades, las cuales se irán realizando tanto de manera sincrónica como asincrónica. Aquellas clases que se desarrollasen de manera sincrónica también serán grabadas para aquellos que no hayan podido asistir en tiempo real a la misma o para su posterior consulta.

A su vez, durante la cursada se irán desarrollando los temas del programa, buscando propiciar el debate de los mismos en los foros del aula del Campus Virtual. A lo largo del curso se asignarán casos de estudio y trabajos que se tratarán tanto individual como grupalmente.

f. **Organización de la evaluación**

El sistema de regularidad y aprobación del seminario se rige por el Reglamento Académico (Res. (CD) N° 4428/17) e incorpora las modificaciones establecidas en la Res. D 732/20 para su adecuación a la modalidad virtual de manera excepcional:

Regularización del seminario:

Es condición para alcanzar la regularidad del seminario aprobar una evaluación con un mínimo de 4 (cuatro) durante la cursada. Para ello los/las docentes a cargo dispondrán de un dispositivo definido para tal fin.

Aprobación del seminario:

Los/as estudiantes que cumplan el requisito mencionado podrán presentar el trabajo final integrador que será calificado con otra nota. La calificación final resultará del promedio de la nota de cursada y del trabajo final integrador.

Si el trabajo final integrador fuera rechazado, los/as interesados/as tendrán la opción de presentarlo nuevamente antes de la finalización del plazo de vigencia de la regularidad. El/la estudiante que no presente su trabajo dentro del plazo fijado, no podrá ser considerado/a para la aprobación del seminario.

VIGENCIA DE LA REGULARIDAD: El plazo de presentación del trabajo final de los seminarios es de 4 (cuatro) años posteriores a su finalización.

RÉGIMEN TRANSITORIO DE ASISTENCIA, REGULARIDAD Y MODALIDADES DE EVALUACIÓN DE MATERIAS: El cumplimiento de los requisitos de regularidad en los casos de estudiantes que se encuentren cursando bajo el Régimen Transitorio de Asistencia, Regularidad y Modalidades de Evaluación de Materias (RTARMEM) aprobado por Res. (CD) N° 1117/10 quedará sujeto al análisis conjunto entre el Programa de Orientación de la SEUBE, los Departamentos docentes y los/las Profesores a cargo del seminario.

g. **Recomendaciones**
(NO HAY)



Mg. Juan Ignacio Visentin