

# Materia: Edición electrónica y multimedia

Departamento:

Edición

Profesor:

Pellegrino, Mariana I.

## 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

**MATERIA:** EDICIÓN ELECTRÓNICA Y MULTIMEDIA

**RÉGIMEN DE PROMOCIÓN:** EF

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

**PROFESORA:** PELLEGRINO, MARIANA I.

**CUATRIMESTRE:** 2°

**AÑO:** 2020

**PROGRAMA N°:** 0921

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES**  
**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS**  
**DEPARTAMENTO DE EDICIÓN**  
**MATERIA: EDICIÓN ELECTRÓNICA Y MULTIMEDIA**  
**MODALIDAD DE DICTADO: VIRTUAL<sup>1</sup>**  
**RÉGIMEN DE PROMOCIÓN: EF**  
**CARGA HORARIA: 96 HORAS**  
**CUATRIMESTRE Y AÑO: 2° 2020**  
**CÓDIGO N°: 0921**

**PROFESORA: PELLEGRINO, MARIANA I.**

**EQUIPO DOCENTE:<sup>2</sup>**

PROFESORA ADJUNTA A CARGO: PELLEGRINO, MARIANA I.

AYUDANTE DE PRIMERA: GALIA, NORA

AYUDANTE DE PRIMERA: MELIENI, MARÍA VICTORIA

ADSCRIPTOS:

COLOMBO, TAMARA

KULKIS BARBEITO, DALMA

PEREYTRA IRAOLA, MÁXIMO

PRISCO, ÁNGELES

RECALDE, DANIELA

SISKINDOVICH, DÉBORA

SOTTANIS, LÍA

---

<sup>1</sup> Programa adecuado a las pautas de funcionamiento para la modalidad virtual establecidas en Res. (D) N°. 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.

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

**Carrera:** Edición

**Cátedra:** Edición Electrónica y Multimedia

**Adjunta a cargo:** Mariana I. Pellegrino

**Programa de la materia 2020**

### **a. Fundamentos y descripción**

La constitución actual de la Cátedra Edición Electrónica y Multimedia data de 2015. Se trata de un equipo de Editores graduados en la carrera con amplia experiencia en el campo y formados desde 1997 por Carlos Neri, primer profesor titular de la materia quien fue convocado por la Carrera de Edición por sus antecedentes de docencia e investigación en el área de tecnología y educación, tanto en grado como en posgrado. Para la generación de la propuesta docente nos guían los dos ejes que confluyen en la Carrera de Edición: un perfil profesionalista del egresado y, no menos importante, una inscripción en una Facultad humanística con centenaria trayectoria. Esta situación se plasma en una estrategia de Cátedra donde los aspectos instrumentales de los contenidos mínimos del programa no se disocian de los aspectos más universalistas del conocimiento, en una apuesta a formar profesionales que no queden atrapados en la mera capacitación sino que puedan inscribir esos saberes en las problemáticas más actuales de la relación de las tecnologías de la información y la comunicación en su rol de transformación de las prácticas sociales. Paralelamente la Cátedra materializa su propuesta en las áreas de investigación y desarrollo, en la de producción de textos y presentación en congresos tanto nacionales como internacionales, como así también en asesoramientos y tareas de transferencia al ámbito de lo público y en el intercambio activo de prácticas con otras cátedras tanto de la carrera de Edición y de la Facultad de Filosofía y Letras como de otras unidades académicas.

### **b. Objetivos generales**

Que el alumno:

- adquiera fundamentos teóricos y conocimientos prácticos que le permitan discernir sobre la pertinencia de los desarrollos en el campo de la edición electrónica;
- sepa discernir la pertinencia de las herramientas informáticas para la construcción de estrategias y contenidos digitales en distintos formatos y entornos;
- conozca los desafíos de la comunicación en línea para curar contenidos en entornos sociales virtuales;
- produzca criterios de investigación y análisis de las posibilidades de la edición electrónica.

Estos objetivos se implementarán en base a dos ejes:

a) Eje teórico-conceptual

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

b) Eje práctico y de autoría

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

### **c. Contenidos**

#### **Unidad 1: De la galaxia de Gutenberg al universo eBook**

*a) Surgimiento de la edición electrónica*

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

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

La lógica de la web. Cambios en el código hacia un concepto de diseño universal. El software de gestión de contenidos (CMS). Separación de formas y contenidos. Web semántica. Estrategia colaborativa y participación. Usuario prosumidor. Convergencia de medios. Comunicaciones públicas y privadas. Análisis del impacto comunicacional.

*c) Productos digitales como soporte y como contenido*

Formas de producción y distribución digital. Libro electrónico, libros apps, audiolibros y nuevos formatos. Los dispositivos. Sistemas propietarios y sistemas abiertos. Las estrategias de Amazon y Google. Situación y perspectivas en Argentina. El paratexto digital. El editor como motor cultural en la construcción de lectores.

## Bibliografía básica

- Fernández Zalazar, D. (2016). "Aproximaciones sobre la lectura en la actualidad" en *Del entretenimiento al conocimiento. Engranajes de la cultura*: Berazategui. pp 8-20.
- Gil, M y Rodríguez, J. (2011) *El paradigma digital y sostenible del libro*. Madrid, España, Trama Editorial.
- Landow, G. (1995). "El hipertexto y la teoría crítica" en *Hipertexto*. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología. Buenos Aires: Paidós. Pp 13-49.
- Lebert, M. (2009). *Una corta historia del ebook*. Toronto, Canadá, Universidad de Toronto. Traducido por Anna Álvarez y revisado por Marie Lebert.
- Neri, C. (2002) "Textos tramas y dígitos" en *Bytes y papel*, Buenos Aires, Argentina, Editando Lo Digital. pp 13-34.
- Neri, C. (2012). "Leer con los dedos" en *Leer, escribir y compartir. Más allá de los temores de la industrias culturales*, Buenos Aires, Argentina, Biblos. pp 11-27.
- Neri, C. y Fernández Zalazar, D. (2006). "La lectura en tiempos de Internet" en *No todo es click*, Buenos Aires, Argentina, Libros y Bytes. Pp129-135.
- Pellegrino, M. (2012). "El ejercicio en tiempo presente. Lectorcentrismo y autorcentrismo" en *Leer, escribir y compartir. Más allá de los temores de la industrias culturales*, Buenos Aires, Argentina, Biblos. pp 31-37.
- Orihuela, J. L. (2002). "Los nuevos paradigmas de la comunicación", en *eCuaderno*.
- Scolari, C. A. (2009). *Media Evolution. Sobre el origen de las especies mediáticas*, Buenos Aires, Argentina, La Marca Editora. pp32-53.

## Unidad 2: De la arquitectura de la información a la usabilidad

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

La arquitectura de la información como campo del editor. Hipertextualidad e hipermedia en entornos cerrados, abiertos y mixtos. Programación y planificación. Integración de disciplinas. Modelo hipertextual y modelo de interfaz (orientación a la información vs. orientación a la tarea). Modelo de tríada fractal propuesto por la Cátedra. Diseño de sistemas de navegación. Diseño centrado en el usuario. Técnica de *card sorting* para el rotulado y organización de la información. Análisis de zonas de pantalla y estrategias de navegación.

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

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

Plantillas con criterios de usabilidad.

### **Bibliografía básica**

Fernández Zalazar, D. y Neri, C. (2008). “La web semántica. Estructura y modelos de representación del conocimiento. Clasificaciones: Taxonomías y folksonomías”, “Los problemas de accesibilidad y usabilidad general de la web” y “Web semántica como forma dinámica de un mejor acceso para todos” en *Telarañas de conocimiento*, Buenos Aires, Argentina, Libros y bytes.

Garret, J. (2000) Los elementos de la experiencia del usuario.

[http://www.jjg.net/elements/translations/elements\\_es.pdf](http://www.jjg.net/elements/translations/elements_es.pdf)

Karpicius, A. (2016). “Accesibilidad y diseño universal” en *Del entretenimiento al conocimiento*, Berazategui, Argentina, Engranajes de la cultura. pp 32-45.

Neri, C. (2007). “Editando la interacción. Lectoescritura y participación a la luz de la Web 2.0” en *Revista espacios*, Buenos Aires, Argentina, Facultad de Filosofía y Letras.

Neri, C. (2005). “El concepto de usabilidad y sus avatares” en *No todo es click*, Buenos Aires, Argentina, Libros y bytes. pp17-45

### **Unidad 3: Nuevas audiencias digitales – Nuevas narrativas**

#### **a) Nuevos lectores-usuarios-consumidores**

Identidades culturales y globalización. El escenario móvil. Herramientas de social listening. La investigación de audiencias y de grupos. Estudio de las actitudes. Estudio de las motivaciones. Big Data Vs. Thick Data. Realidad Virtual y Gamificación.

#### **b) Narrativas transmedia (transmedia storytelling)**

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

### **Bibliografía básica:**

Jenkins, H. (2009). “La guerra entre efectos y significados” en *Fans, bloggers y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós. pp 251-266.

Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling*, MIT Technology Review, Massachusetts, Estados Unidos, The MIT Press.

Jofre, C. (2016). “Hacia la cuantificación del yo” en *Del entretenimiento al conocimiento*, Berazategui, Argentina, Engranajes de la cultura. pp 90-106.

Lecinski, J. (2011). El nuevo modelo mental en *Ganar en el momento cero de la verdad*. Google. pp. 15-22.

Lerner, H. (2015). La adolescencia en la contemporaneidad: Las tribus, los Ni-Ni, Las generaciones X, y Z, en *Adolescentes jóvenes: nuevos horizontes. Escuchar, interrogar, pensar*. Buenos Aires, Argentina, Noveduc (pp. 90-106).

Pardo Kuklinski, H. (2010). “Bienvenidos al postdigitalismo” en *Geekonomía. Un radar para producir en el postdigitalismo*. Barcelona: Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona. Pp 19-36.

- Pellegrino, M. (2016). "Entretenimiento, cultura y doble clic" en *Del entretenimiento al conocimiento*, Berazategui, Argentina, Engranajes de la cultura. Pp29-37.
- Prensky, M. (2001). Nativos digitales, inmigrantes digitales. *On the horizon*, 9 (5), 1-7.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona, España, Deusto.
- Scolari, C. A. (2008). This is the end: las interminables discusiones sobre el fin de la televisión. *La Trama de la Comunicación*. 2008; 13: 13-25.
- Soto, R. (2016). "Realidad Virtual y Gamificación: lugar de empalme entre el entretenimiento y la educación" en *Del entretenimiento al conocimiento*, Berazategui, Argentina, Engranajes de la cultura. pp 46-62.
- Toffler, A. (1980). El resurgimiento del prosumidor en La tercera ola. Bogotá, Colombia, Plaza & Janes. pp. 171–185.
- Watts, D. (2008). "La era de la conectividad" en *Mundos Pequeños. Seis grados de separación*. Barcelona: Paidós. pp 5-21.

#### **Unidad 4: El universo Internet: de lo estático a los flujos de información**

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

Estructura de las redes sociales. Entornos abiertos y cerrados. Medios lineales y no lineales. Microblogging. Los casos Facebook, Instagram, YouTube y Twitter como paradigmáticos. Uso de otras redes en la promoción y producción de productos culturales y de entretenimiento. Escenario estadístico de consumo global, panregional y local. Acercamiento a la generación campañas pagas en Internet relacionadas con redes sociales y conversación. Own Media, Paid Media, Gain Media.

##### *b) Edición de flujos de información*

Pasaje a la Web 3.0. Viralidad y edición/curación de contenidos. Diferencia entre trabajo orgánico y pago. Social talenting. ¿Cómo se produce y reproduce el periodismo digital? Diarios electrónicos vs. versiones digitales de los diarios de papel. El papel del editor en los nuevos entornos. Otros campos de la Edición Electrónica: edición en videojuegos, edición en plataformas educativas, edición en contenidos móviles, edición en tiendas online, etc.

##### *c) Acontecimientos culturales en la nube*

Estrategias cruzadas entre la pantalla televisiva y la pantalla computacional. Indicadores de audiencia: reach/amplificación, engagement, impresiones, social buzz. ¿Existe el Social TV Rating? ¿Qué sucede con los lanzamientos mundiales cinematográficos? ¿Cuál es el cambio de consumo, producción y distribución en la industria editorial?

#### **Bibliografía básica:**

De Ugarte, D. (2006) *El poder de las redes. Manual digital*. Editorial De las indias. Pp 89-95.



Fernández Zalazar, D. (2012) "Video-juegos" en *Leer, escribir y compartir. Más allá de los temores de la industrias culturales*, Buenos Aires, Argentina, Biblos.

García Fanlo, L. (2012). "Twitter y la rebelión de los ciberfans de Gran Hermano 2.0". *Carlón M. y Neto F., La política de los cibernautas. Nuevas formas de participación, Bs As, La Crujía Ediciones*. pp 97-115.

Han, B. (2014). "Sociedad de la indignación" en *En el enjambre*. Barcelona, España, Herder. pp. 13–20.

Jenkins, H. (2009). "La guerra entre efectos y significados" en *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós. pp 251-266.

Mallimaci (2016) "La pregunta por el medio" en Revista FIBRA, edición 13, junio 2015. ISSN: 2362-5364.

Neri, C. y Pellegrino, M. (2006). "Internet y la construcción del nuevo rol del periodista" en *No todo es click*, Buenos Aires, Argentina, Libros y Bytes.

Van dijck, J. (2016). "El ecosistema de los medios conectivos: ¿atrapados, cercados, sin salida?" en *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores. pp 251-283.

## **Unidad 5: El desarrollo de un proyecto de edición digital (módulo transversal a todos los temas)**

El proyecto de edición. Etapas. Pre-producción, producción y post producción. Características. Pasos para la elaboración de un proyecto. El guión hipermedial. Metodologías de desarrollo. Diseño centrado en el usuario. Modelo de entrevista abierta y semiabierta para recolección de información con el cliente. Utilización de técnica de *Card Sorting* para determinar necesidades de los usuarios. Metodologías persona y escenario. Formas del prototipado. Análisis heurístico de la idea al *Story-Board*. Mapa de navegación. Diferencias y semejanzas con los mapas conceptuales. Prototipado papel como fin de la pre-producción. Investigación de competencia y diseño de estrategia 360.

### **Bibliografía básica:**

Caplan, G. (1999). Capítulo 3 en *Editar sin papel*, Buenos Aires, Argentina, JVE.

Fidanza, V. (2000) "Una apuesta con fundamento" en *Textos, tramas y dígitos*, Buenos Aires, Argentina, CbC.

Mouchon, E. *El concepto "persona" y el concepto "escenario"*.

Orihuela, J. y Santos, M. (1999). Capítulos 2,3 y 4 en *Introducción al diseño digital*, Madrid, España, Anaya.

Orihuela, J. y Santos, M. (2005) *Guía para el diseño y evaluación de proyectos de comunicación digital*.

*Infodesign, What Is a Scenary?* Traducción de la Cátedra.

### **e. Organización del dictado de la materia:**

La materia 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 96 horas.

### **Modalidad de trabajo**

Clases teóricas y prácticas. Investigaciones de campo. Desarrollo de proyectos de productos. Análisis de casos. En el transcurso del cuatrimestre, las clases teóricas plantearán la problemática del campo y desarrollarán demostraciones de los temas expuestos. En el espacio de los trabajos prácticos se desarrollará una actividad consistente en la simulación de la generación de productos digitales. En esta simulación se pondrán en juego los conocimientos pertinentes, así como se dedicará un espacio importante a la investigación y el relevamiento de las posibilidades del medio. Al mismo tiempo, se entrenarán estrategias para la presentación de proyectos de modo expositivo y gráfico.

### **f. Organización de la evaluación**

La materia se dicta bajo el régimen de promoción con EXAMEN FINAL (EF) establecido en el Reglamento Académico (Res. (CD) N° 4428/17) e incorpora las modificaciones establecidas en la Res. (D) N° 732/20 para su adecuación a la modalidad virtual de manera excepcional.

#### **-Regularización de la materia:**

Es condición para alcanzar la regularidad de la materia aprobar 2 (dos) instancias de evaluación parcial (o sus respectivos recuperatorios) con un mínimo de 4 (cuatro) puntos en cada instancia.

Quienes no alcancen las condiciones establecidas para el régimen con EXAMEN FINAL deberán reinscribirse u optar por rendir la materia en calidad de libre.

#### **-Aprobación de la materia:**

La aprobación de la materia se realizará mediante un EXAMEN FINAL presencial en el que deberá obtenerse una nota mínima de 4 (cuatro) puntos. La evaluación podrá llevarse a cabo cuando las condiciones sanitarias lo permitan.

Se dispondrá de UN (1) RECUPERATORIO para aquellos/as estudiantes que:

- hayan estado ausentes en una o más instancias de examen parcial;
- hayan desaprobado una instancia de examen parcial.

La desaprobación de más de una instancia de parcial constituye la pérdida de la regularidad y el/la estudiante deberá volver a cursar la materia.

Cumplido el recuperatorio, de no obtener una calificación de aprobado (mínimo de 4 puntos), el/la estudiante deberá volver a inscribirse en la asignatura o rendir examen en calidad de libre. La nota del recuperatorio reemplaza a la nota del parcial original desaprobado o no rendido.

La corrección de las evaluaciones y trabajos prácticos escritos deberá efectuarse y ser puesta a disposición del/la estudiante en un plazo máximo de 3 (tres) semanas a partir de su realización o entrega.

#### **VIGENCIA DE LA REGULARIDAD:**

Durante la vigencia de la regularidad de la cursada de una materia, el/la estudiante podrá presentarse a examen final en 3 (tres) mesas examinadoras en 3 (tres) turnos alternativos no necesariamente consecutivos. Si no alcanzara la promoción en ninguna de ellas deberá volver a inscribirse y cursar la asignatura o rendirla en calidad de libre. En la tercera presentación el/la estudiante podrá optar por la prueba escrita u oral. A los fines de la instancia de EXAMEN FINAL, la vigencia de la regularidad de la materia será de 4 (cuatro) años. Cumplido este plazo el/la estudiante deberá volver a inscribirse para cursar o rendir en condición de libre.

**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 la cátedra.

#### **h. Recomendaciones**

Dado que la Carrera de Edición no posee correlatividades sugerimos cursar esta materia hacia el final de la formación sobre todo en el caso de los estudiantes ingresantes.

#### **Áreas virtuales de contacto:**

- Campus virtual de la Cátedra: [campus.filo.uba.ar](http://campus.filo.uba.ar)
- Fanpage: [www.facebook.com/CatedraEdicionElectronicaYMultimedia](https://www.facebook.com/CatedraEdicionElectronicaYMultimedia)
- Instagram: [www.instagram.com/catedraeeym](https://www.instagram.com/catedraeeym)
- YouTube: [www.youtube.com/channel/UCAal-gA8JPMcMrdCabDvKSA](https://www.youtube.com/channel/UCAal-gA8JPMcMrdCabDvKSA)
- Correo: [catedraeeym@gmail.com](mailto:catedraeeym@gmail.com)

#### **Bibliografía complementaria:**

- Augé, M. (1992). *Los "no lugares". Espacios del anonimato*. Ed. Gedisa.
- Barret, E. y Redmond, M. (1997). *Medios contextuales en la práctica cultural*, Barcelona, España, Paidós.
- Barthes, R. (1990). Introducción y capítulo I en *S/Z*. Ciudad de México, México, Siglo XXI.
- Battelle, J. (2005). Capítulo 1 en *La base de datos de las intenciones*. Madrid, España, Tendencias.
- Beltrán, Adriana (2017). "Mercadotecnia editorial: ¿cómo promover libros en la era de los contenidos?", en Esteves, Fernando y Patricia Piccolini (eds.) *La edición de libros en tiempos de cambio*, Ciudad de México, México, Paidós.
- Benhamou, F. (2014) *El libro en la era digital. Papel, pantallas y otras derivas*. Buenos

Aires, Argentina, Paidós.

Berners-Lee, T. (2000). Introducción y capítulo I en *Tejiendo la red*. Madrid, España, Siglo XXI.

Boersner, J. y Neri, C. (2008). La lectura entre dos blogs en diálogo. *Revista Trama y Texturas*.

Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Ed. Anagrama.

Caplan, G. (2005). Accesibilidad en la red. En *No todo es Click*, Buenos Aires, Argentina, Libros y Bytes. pp 69-82.

Caplan, G. (1999). *Editar sin papel*. Ed. JVE.

Castells, M. (1998). *La era de la información. Vol 1 Introducción y capítulo 5*. Madrid, Alianza.

Castells, M. (1998). *La era de la Información. Vol. 1. La sociedad red*. Madrid, Alianza.

Cobo, C. y Pardo, H. (2006). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. UVIC- Flacso México: México.

Davis, J. y Merritt, S. (1999). Capítulos 1 y 2 en *Diseño de páginas Web*, Madrid, España, Anaya.

Eco, H. (1998). Epílogo en Nunberg, Goffrey. *El futuro del libro*. Buenos Aires, Argentina, Paidós.

Fernández Zalazar, D. y Neri, C. (2008) "Análisis de los recursos y aplicaciones didácticas de la Web 2.0. Textos, redes y videos", "De la primera vida a la segunda vida. ¿Una perspectiva a futuro?" en *Telarañas del conocimiento*. Buenos Aires, Argentina, Libros y Bytes.

Fidanza, V. (2005). Bienvenido E-book, en *No todo es click*, Buenos Aires, Argentina, Libros y Bytes.

Finkelievich, S. y Schiavo, E. (compiladoras) (1998). *La ciudad y sus TICs*, Quilmes, Buenos Aires, Argentina, Universidad Nacional de Quilmes.

Finkelievich, S., Vidal, A., & Karol, J. (1992). *Nuevas tecnologías en la ciudad: Información y comunicación en la cotidianeidad*. Buenos Aires, Argentina, Centro Editor de América Latina.

Graham, S. y Marvin, S. (1996). *Telecommunications and the City. Electronic spaces, urban places*, Nueva York, Estados Unidos, Routledge.

Gubern, R. (2010). De la computadora al libro electrónico en *Metamorfosis de la lectura*. Barcelona, España: Anagrama.

Gubern, R. (1996). *Del bisonte a la realidad virtual*, Barcelona, España, Anagrama.

Heck, R., Owen, A. y Rowe, B. (1995). *Home-Based Employment and Family Life*, Westport, Estados Unidos, Auburn House.

Hesse, C. (1998). Los libros en el tiempo en Nunberg, Geoffrey, *El futuro del libro*, Buenos Aires, Argentina, Paidós.

Jenkins, H. (2008). Adoración en el altar de la convergencia. Un nuevo paradigma para comprender el cambio mediático La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona, España, Paidós.

La Ferla, J. (1996). *La revolución del video*, Buenos Aires, Argentina: Eudeba.

Literacy Conference at The University of London, 1-3 September 1994.

Machado, A. (1998). El advenimiento de los medios digitales en El medio es el diseño.

Ferla y Groisman, Buenos Aires, Argentina, Eudeba.

Maig 98 Primer Congreso Internacional de Publicación Electrónica.

Mc Luhan, M. y Fiore, Q. (2015) *El medio es el masaje. Un inventario de efectos*, Buenos Aires, Argentina, La Marca Editora.

Mc Luhan, M. (1994). *La galaxia Gutenberg*, Barcelona, España, Paidós.

Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place*, Oxford, Reino Unido, Oxford University Press.

Mitchell, J. Williams. (1996). *City of bits*, Massachusetts, Estados Unidos, MIT Press.

Murra, J. (1999). *Hamlet en la holocubierto: el futuro de la narrativa en el ciberespacio*, Barcelona, España, Paidós.

Neri, C., Fernández Zalazar, D. y Karpicius, A. (2012) “Estudios de la usabilidad. Consideraciones sobre sitios para niños” en *Leer, escribir y compartir. Más allá de los temores de la industrias culturales*, Buenos Aires, Argentina, Biblos.

Neri, C. (2009). “Aprender en la red: construyendo redes de aprendizaje, redes de sentido”. *Memorias I Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVI Jornadas de Investigación Quinto Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. 1*, Vol 1. Facultad de Psicología: CABA pp. 565-567.

Neri, C. (2005) La conectividad de la gente. Enredando Minorías. No todo es Click. Ed Buenos Aires, Argentina, Libros y Bytes. pp 51-58.

Neri, C. (2001). “Singularidad en la red /Escenas del Chat” en *Bytes y papel*. Editando lo digital: Buenos Aires.

Neri, C. (2001). “El museo del Prado: una visita virtual” en *Bytes y papel*. Buenos Aires. Editando lo digital: Buenos Aires.

Nielsen, J. (2001). Homepage Usability: 50 Websites Deconstructed. Ed. New Riders Publishing.

Nunberg, G. (1998). El futuro del libro. Ed. Paidos.

Papert, S. (1997). La familia conectada. Ed. Emece.

Queau, F. (1995). Lo virtual. Virtudes y Vértigo. Ed. Paidos. España.

Rheingold, H. (2004). Prólogo y Capítulos 1 y 2. en *Multitudes inteligentes*. Gedisa: Barcelona.

Roncaglia, G. (2012), *La cuarta revolución. Seis lecciones sobre el futuro del libro*. Villa María, Argentina, Eduvim.

Rosello, M.(1997). Los mapas del screener. El 'Wandersmänner' de Michel de Certeau y el detective hipertextual de Paul Auster, Teoría del hipertexto. Paidós, Barcelona.

Ronsfeld y Morville (2000). Capítulos 1, 2 y 3 en *Arquitectura de la información*, Ciudad de México, México, Mcgraw Hill.

Sarlo, B. (1994). Escenas de la vida postmoderna en Buenos Aires. Ed. Ariel.

Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*, Barcelona, España, Gedisa.

Turkle, S. (1998). Vida en la pantalla. Paidos.

Zaid, G. (1996). La oferta y la demanda de poesía en *Los demasiados libros*. Ciudad de México, México, Anagrama. pp 69-71.

#### **Bibliografía de referencia:**

- Garrett, J. IA.Recon. Traducción Horacio Salazar. 2002.

<http://www.jjg.net/ia/recon/spanish.html>

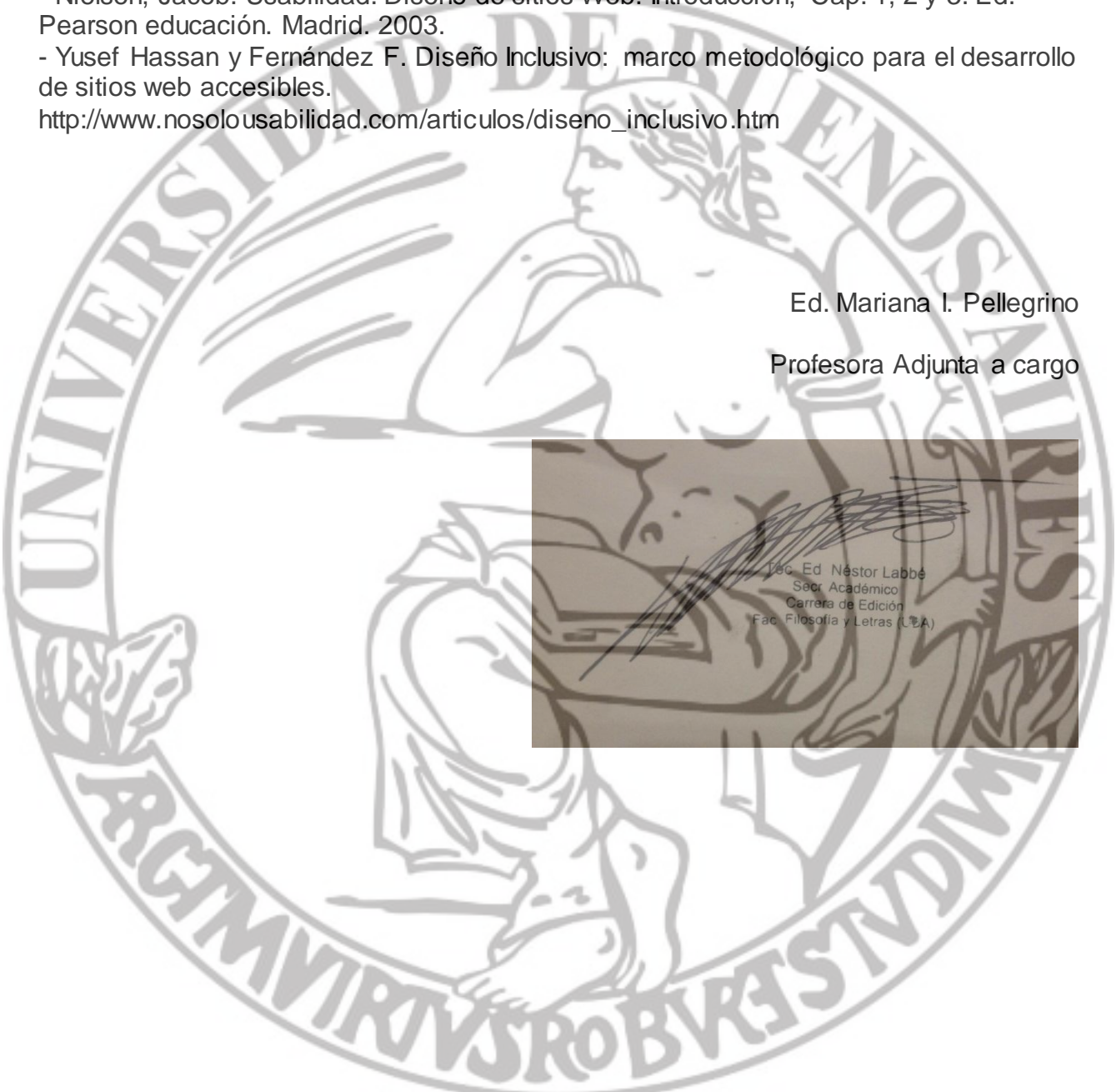
- Gómez Sánchez, M. (2018).

[http://www.nosolousabilidad.com/articulos/test\\_usabilidad\\_realidad\\_virtual.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/test_usabilidad_realidad_virtual.htm)

- Hassan y Fernández (2004). Card Sorting: Técnica de categorización de contenidos.  
<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/cardsorting.htm>
- Hassan y Nuñez, A. Diseño de arquitecturas de información: descripción y clasificación.  
[http://www.nosolousabilidad.com/articulos/descripcion\\_y\\_clasificacion.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/descripcion_y_clasificacion.htm)
- Nielsen, Jacob. Usabilidad. Diseño de sitios Web. Introducción, Cap. 1, 2 y 3. Ed. Pearson educación. Madrid. 2003.
- Yusef Hassan y Fernández F. Diseño Inclusivo: marco metodológico para el desarrollo de sitios web accesibles.  
[http://www.nosolousabilidad.com/articulos/disenio\\_inclusivo.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/disenio_inclusivo.htm)

Ed. Mariana I. Pellegrino

Profesora Adjunta a cargo



Ed. Néstor Labbé  
Secr. Académico  
Carrera de Edición  
Fac. Filosofía y Letras (LFA)