UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

DEPARTAMENTO: EDICIÓN

CÓDIGO Nº: 0921

MATERIA:EDICIÓN ELECTRÓNICA Y MULTIMEDIA

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN: PD

MODALIDAD DE DICTADO: PRESENCIAL ajustado a lo dispuesto por REDEC-2022-2847-UBA-DCT#FFYL.

PROFESORA: PELLEGRINO, MARIANA I.

CUATRIMESTRE: 2º

AÑO: 2023

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
DEPARTAMENTO DE EDICIÓN
CÓDIGO Nº: 0921
MATERIA: EDICIÓN ELECTRÓNICA Y MULTIMEDIA
MODALIDAD DE DICTADO: PRESENCIAL ajustado a lo dispuesto por REDEC-2022-2847-UBA-DCT#FFYL [1]
RÉGIMEN DE PROMOCIÓN: PD
CARGA HORARIA: 96 HORAS
2º CUATRIMESTRE 2023

PROFESOR/A: PELLEGRINO, MARIANA IRENE

EQUIPO DOCENTE:[2]
PROFESORA ADJUNTA A CARGO: PELLEGRINO, MARIANA I.
AYUDANTE DE PRIMERA: GALIA, NORA
AYUDANTE DE PRIMERA: MELIENI, MARÍA VICTORIA
AYUDANTE DE PRIMERA: SOTTANIS, LÍA INÉS
AYUDANTE DE PRIMERA: RECALDE, DANIELA SOLEDAD
AYUDANTE DE SEGUNDA: PEREYRA IRAOLA, MÁXIMO FERNANDO

ADSCRIPTOS:
CORREA, ARIADNA
LICAVESKI DIAZ, JULIETA
MASSARO, JUAN MANUEL
MATUS LERNER, CAMILA
ROMERO, MICAELA JULIETA
SATULOVSKY, SOFÍA
SOLIMINE, MERCEDES

a. Fundamentación y descripción

La Cátedra está formada por un grupo de profesionales con amplia experiencia en la industria de la cultura y el entretenimiento.
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 y el uso de las herramientas de moda, sino que puedan inscribir esos saberes en las problemáticas más actuales de la relación de las tecnologías de la información y de la comunicación en su rol de transformación de las prácticas sociales.
Paralelamente la Cátedra materializa su propuesta en las áreas de investigación y desarrollo (llevando adelante proyectos UBATIC y participando en UBATICS y FILOTICS), en la de producción de textos y presentación en congresos tanto nacionales como internacionales, así como también en asesoramientos y tareas de transferencia al ámbito de lo público y en el intercambio activo de prácticas con otras cátedras

1 Establece para el dictado de las asignaturas de grado durante la cursada del 1º y 2º cuatrimestre de 2022 las pautas complementarias a las que deberán ajustarse aquellos equipos docentes que opten por dictar algún porcentaje de su asignatura en modalidad virtual.
2 Los/as docentes interinos/as están sujetos a la designación que apruebe el Consejo Directivo para el ciclo lectivo correspondiente.

tanto de la carrera de Edición y de la Facultad de Filosofía y Letras como de otras unidades académicas de la Universidad de Buenos Aires y de otras universidades del país.

b. **Objetivos:**

Que las y los estudiantes:

- adquieran fundamentos teóricos y conocimientos prácticos que les permitan discernir sobre la pertinencia de los desarrollos en el campo de la edición electrónica;
- sepan discernir la pertinencia de las herramientas informáticas para la construcción de estrategias y contenidos digitales en distintos formatos y entornos;
- conozcan los desafíos de la comunicación en línea para curar contenidos en entornos sociales virtuales;
- produzcan 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 las y los estudiantes 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 desarrollo de un proyecto. Asimismo, se buscará que las y los estudiantes reconozcan la interdependencia de roles y actividades dentro de este tipo de tarea, que reúne diversos perfiles profesionales.

c. **Contenidos:**

<u>Unidad 1: De la galaxia de Gutemberg al universo eBook</u>

a) Surgimiento de la edición electrónica

Antecedentes históricos. Evolución de los avances tecnológicos en cuanto a la lectura y la escritura, la cultura, el entretenimiento y los medios de comunicación. 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. La edición con inteligencia artificial.

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. Separación de formas y contenidos. Web semántica vs. web predictiva. Estrategia colaborativa y participación. Usuario prosumidor. Convergencia de medios. Comunicaciones públicas y privadas: el impacto de la comunicación en la era conectada. Inteligencia artificial y edición.

c) Productos digitales como soporte y como contenido

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

<u>Unidad 2: De la arquitectura de la información a la usabilidad</u>

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. 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. Ingeniería del texto digital.

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 Nielssen 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, eBooks y apps. La idea de diseño universal. Experiencia del usuario y usabilidad. Modos preventivos y reparativos. Desarrollo de Plantillas con criterios de usabilidad.

Unidad 3: Nuevas audiencias digitales – Nuevas narrativas

a) Nuevos lectores-usuarios-consumidores
Identidades culturales y globalización. El escenario móvil. 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 trasmedia (transmedia storytelling)
Continuidad y discontinuidades entre libros, salas de cine, TV, Internet/web, videojuegos, móviles y eventos reales y virtuales. Las lógicas 360°. Cruce de plataformas y desafíos al rol del editor. Nuevos perfiles de profesionales relacionados con la edición electrónica.

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. 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. Social talenting. El papel del editor en los nuevos entornos. Otros campos de la Edición Electrónica: edición en videojuegos, edición en plataformas educativas, edición en contenidos mobiles, edición en apps, edición en tiendas online, edición en metaversos, edición de textos AI, etc.

c) Acontecimientos culturales en la nube
Estrategias cruzadas entre la pantalla televisiva, las plataformas de contenido no lineal y la pantalla computacional. Indicadores de audiencia: reach/amplificación, engagement, impresiones, social buzz. ¿Existe el Social Rating? ¿Qué sucede con los lanzamientos mundiales cinematográficos? ¿Cuál es el cambio de consumo, producción y distribución en la industria editorial para abordar la actividad conversacional en redes?

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 guion 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 estrategias 360°.

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

Unidad 1
Bibliografía obligatoria

Ambrosini, A. (2008). *La cultura del entretenimiento: fenómeno mundial : el caso argentino* (pp.53-62). Nabuko.

Borsuk A. (2018). El libro expandido. Variaciones, materialidad y experimentos. Buenos Aires: Ed. Ampersand. pp. 205-264.

Chartier, R. (2021). Lectura y pandemia. 1era ed. Buenos Aires: Katz Editores. pp 11-27; 38-41

Eco, H. (1968). Cahier e doléances y Defensa de la cultura de masas. *Apocalípticos e integrados* (pp.46-57). Lumen.

Fernández Zalazar, D. (2020). "Aproximaciones sobre la lectura en la actualidad" en *Del clic al tap*. (1.a ed.). Buenos Aires, Argentina: LID editorial. Recuperado el 2/3/2021 de https://www.bajalibros.com/AR/Del-clic-al-tap-Mariana-I-Pellegrino-Diana-Fer-eBook-1878917

Gil, M. Y Rodríguez, J. (2011). El paradigma digital y sostenible del libro. Madrid: Trama Editorial. pp. 29-44.

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

Igarza, R. (2009). Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural. La Crujía. pp. 170-189.

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.

Neri, C. (2002). "Textos tramas y dígitos" en *Bytes y papel*. Buenos Aires, Argentina: Editando Lo Digital. pp. 12-40.

Neri, C. (2012). "Leer con los dedos" en *Leer, escribir y compartir. Más allá de los temores de las industrias culturales*, Buenos Aires, Argentina: Biblos. pp. 11-27.

Orihuela, J. L. (2002). "Los nuevos paradigmas de la comunicación", en *eCuaderno*.

Pellegrino, M. (2020). “El ejercicio en tiempo presente. Lectorcentrismo y autorcentrismo” en *Del clic al tap*. (1.a ed.). Buenos Aires, Argentina: LID editorial. Recuperado el 2/3/2021 de https://www.bajalibros.com/AR/Del-clic-al-tap-Mariana-I-Pellegrino-Diana-Fer-eBook-1878917

Pellegrino, M. (2020). “Entretenimiento, cultura y doble clic” en *Del clic al tap*. (1.a ed.). Buenos Aires, Argentina: LID editorial. Recuperado el 2/3/2021 de https://www.bajalibros.com/AR/Delclic-al-tap-Mariana-I-Pellegrino-Diana-Fer-eBook-1878917

Scolari, C. A. (2009). *Media Evolution. Sobre el origen de las especies mediáticas*, Buenos Aires, Argentina: La Marca Editora. pp. 32-53.

Unidad 2
Bibliografía obligatoria

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

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

Neri, C. (2005). “El concepto de usabilidad y sus avatares” en *No todo es click*, Buenos Aires, Argentina: Libros y bytes. pp. 17-45.

Pellegrino, M. (2020). “El eTiempo. Una perspectiva de consumo” en Del clic al tap. (1.a ed.). Buenos Aires, Argentina: LID editorial. Recuperado el 2/3/2021 de https://www.bajalibros.com/AR/Del-clic-al-tap-Mariana-I-Pellegrino-Diana-Fer-eBook-1878917

Scolari, C. (2004). “La ilusoria transparencia de las interfaces” en *Hacer Clic*. *Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa. pp. 21-38.

Unidad 3
Bibliografía obligatoria

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

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: Paidós. pp. 13-34.

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

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.

Murduchowicz, R. (2018). Prólogo en *Cómo se informan los adolescentes en la era digital* (9-19). Penguin Random House Grupo Editorial.

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.

Prensky, M. (2001). Nativos digitales, inmigrantes digitales. *On the Horizon*, 9 (5), 1-7.

Scolari, C. (2013). "¿Qué son las narrativas transmedia?" *en Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto. pp. 21-58.

Scolari, C. A. (2008). "This is the end: las interminables discusiones sobre el fin de la televisión" en *La Trama de la Comunicación*. pp 289-208.

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
Bibliografía obligatoria

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

Han, B. (2014). Sin mediación. En *En el enjambre* (pp. 22-27). Herder Editorial.

Mallimaci, A. (2020). "La pregunta por el medio" en *Del clic al tap*. (1.a ed.). Buenos Aires, Argentina: LID editorial. Recuperado el 2/3/2021 de https://www.bajalibros.com/AR/Del-clic-al-tap-Mariana-I-Pellegrino-Diana-Fer-eBook-1878917

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.

Sisto, D. (2023). "Internet como Narnia: una brecha en una experiencia normal" en *Puercoespines digitales. Vivir y nunca morir online*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.

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
Bibliografía obligatoria

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.

Guía para el desarrollo de un proyecto digital. Ficha de Cátedra.

Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2013/2023. Sistema de información cultural de Argentina. Dirección de Planificación y seguimiento de gestión. Ministerio de Cultura Argentina.

Bibliografía complementaria

Augé, M. (1992). Los "no lugares". *Espacios del anonimato.* Ed. Gedisa.
Barret, E. y Redmond, M. (1997). *Medios contextuales en la práctica cultura.* 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.
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*. UVICFlacso 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.
Fidanza, V. (2005). Bienvenido E-book, en *No todo es click*. Buenos Aires, Argentina: Libros y Bytes.
Finquelievich, S. y Schiavo, E. (compiladoras) (1998). La ciudad y sus TICs. Quilmes, Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
Finquelievich, 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.
Infodesign, What Is a Scenary? Traducción de la Cátedra.
La Ferla, J. (1996). *La revolución del video*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.
Literacy Conference at The University of London, 1-3 September 1994.
Lebert, M. (2009). *Una corta historia del ebook*. Toronto, Canadá: Universidad de Toronto. Traducido por Anna Álvarez y revisado por Marie Lebert.
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 holocubierta: el futuro de la narrativa en el ciberespacio.* Barcelona, España: Paidós.
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. (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. y Fernández Zalazar, D. (2006). "La lectura en tiempos de Internet" en *No todo es click*, Buenos Aires, Argentina: Libros y Bytes. pp. 129-135.
Neri, C. (2005). La conectividad de la gente. Enredando Minorías. *No todo es Click*. Buenos Aires, Argentina: Libros y Bytes. pp. 51-58.
Neri, C. (2001). "Singularidad en la red /Escenas del Chat" en *Bytes y papel*. Buenos Aires, Argentina: Editando lo digital.
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. Paidós.
Papert, S. (1997). *La familia conectada*. Ed. Emece.
Queau, F. (1995). *Lo virtual.Virtudes y Vértigo*. España: Paidós.
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. Barcelona, España: Paidós.
Ronselfend 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*. Paidós.
Zaid, G. (1996). La oferta y la demanda de poesía en *Los demasiados libros*. Ciudad de México, México: Anagrama. pp. 69-71.

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

Se dicta en modalidad presencial. De forma transitoria, y según lo pautado por la resolución REDEC-2022-2847-UBA-DCT#FFYL, el equipo docente puede optar por dictar hasta un treinta por ciento (30%) en modalidad virtual mediante actividades exclusivamente asincrónicas.
El porcentaje de virtualidad y el tipo de actividades a realizar en esa modalidad se informarán a través de la página web de cada carrera antes del inicio de la inscripción.

- **Carga Horaria:**

Materia Cuatrimestral: La carga horaria mínima es de 96 horas (noventa y seis) y comprenden un mínimo de 6 (seis) y un máximo de 10 (diez) horas semanales de dictado de clases.

f. **Organización de la evaluación:**

OPCIÓN 2
Régimen de **PROMOCIÓN DIRECTA (PD)** Establecido en el Reglamento Académico (Res. (CD) Nº 4428/17.
El **régimen de promoción directa** consta de 3 (tres) instancias de evaluación parcial. Las 3 instancias serán calificadas siguiendo los criterios establecidos en los artículos 39º y 40º del Reglamento Académico de la Facultad. **Aprobación de la materia:** La aprobación de la materia podrá realizarse cumplimentando los requisitos de alguna de las siguientes opciones: <u>Opción A</u> -Aprobar las 3 instancias de evaluación parcial con un promedio igual o superior a 7 puntos, sin registrar ningún aplazo. <u>Opción B</u> -Aprobar las 3 instancias de evaluación parcial (o sus respectivos recuperatorios) con un mínimo de 4 (cuatro) puntos en cada instancia, y obtener un promedio igual o superior a 4 (cuatro) y menor a 7 (siete) puntos entre las tres evaluaciones. -Rendir un EXAMEN FINAL en el que deberá obtenerse una nota mínima de 4 (cuatro) puntos.

Para ambos regímenes:

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) Nº 1117/10 quedará sujeto al análisis conjunto entre el Programa de Orientación de la SEUBE, los Departamentos docentes y el equipo docente de la materia.

g. **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
- Fanpage: www.facebook.com/CatedraEdicionElectronicaYMultimedia
- Instagram: www.instagram.com/catedraeeym
- YouTube: www.youtube.com/channel/UCAaI-gA8JPMcMrdCabDvKSA
- Correo: catedraeeym@gmail.com