



TIC's

web 2.0, herramientas, recursos...





¿TIC's?

Tecnologías de la **información** y la **comunicación**.

Dos énfasis:

INFORMACIÓN

COMUNICACIÓN





¿posicionamiento?

SI

Claro y contundente...

www.e-itd.com/blog.html



¿Nuevas tecnologías?

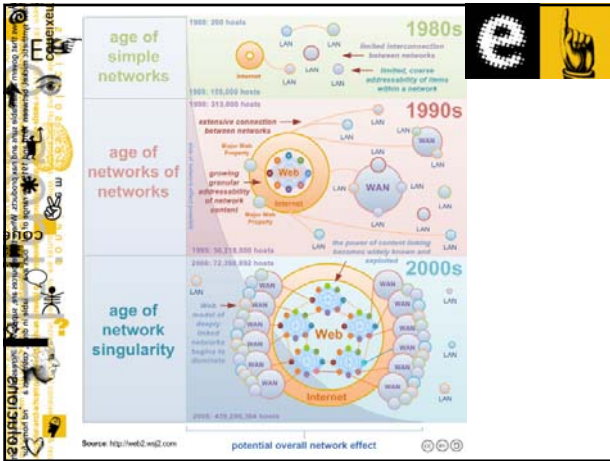
No hablamos de nuevos aparatos.

No hablamos de nuevas y complejas tecnologías.

Hay un cambio de paradigma

Hablamos de líneas de código.

Hablamos de nuevos procesos.



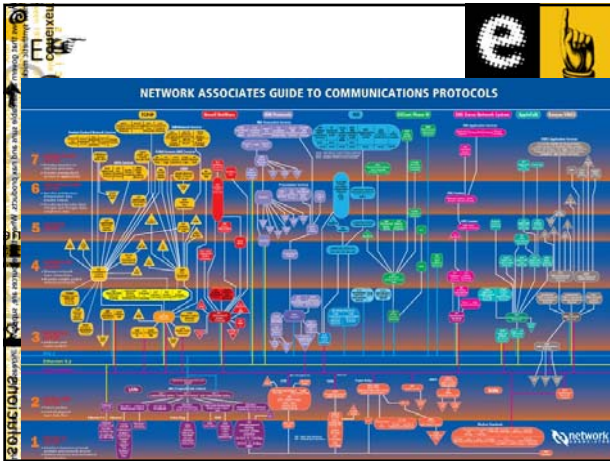
¿Qué son y para qué sirven?

- Herramientas de información.
- Herramientas de comunicación.
- Herramientas de participación.
- Herramientas de conocimiento.
- Herramientas de creación.



Los soportes

- Diskettes????
- CD-Rom, DVD...
- USB
- Interactivos...
- Webs...
- Internet...



Mail de contacto
sarok8@gmail.com
 Enlaces
<http://www.blinklist.com/SarokCiuro>

- Internet, medio de comunicación y difusión
 - Introducción: Ciberespacio y cibercultura
 - El nacimiento de internet
 - Características de internet
 - Comunicación y difusión en Internet
- Blogs
 - Chats
 - Foros
 - Webs
 - Wikis
 - ...

- Internet, medio de comunicación y difusión
- Introducción: Ciberespacio y cibercultura
- El nacimiento de internet
- Características de internet
- Comunicación y difusión en Internet

Vannevar Bush – “As We May Think”
<http://www.theatlantic.com/doc/194507/bush>


Paul Baran – **conmutación de paquetes**
 Universidades Militares

Vinton Cerf – **protocolo TCP/IP**

Tim Berners Lee – **HTTP / HTML / Hypertext**

William Gibson - **Neuromante**

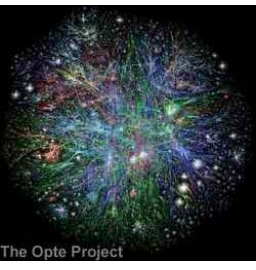
- Internet, medio de comunicación y difusión
- Introducción: Ciberespacio y cibercultura
- **El nacimiento de internet**
- Características de internet
- Comunicación y difusión en Internet



THE ARPANET

SEPT. 1969

1 node



The Opte Project

FIGURE 6.1 Drawing of September 1969
(Courtesy of Alex McKenzie)

- Internet, medio de comunicación y difusión
- Introducción: Ciberespacio y cibercultura
- El nacimiento de internet
- Características de Internet
- Comunicación y difusión en Internet

Hipertexto

¿Cómo funciona nuestra mente?

¿Cómo interactuamos con la pantalla?

¿Cómo interactuamos con el contenido?

¿Cómo "saltamos" de un contenido a otro?

- Internet, medio de comunicación y difusión
- Introducción: Ciberespacio y cibercultura
- El nacimiento de internet
- Características de internet
- Comunicación y difusión en Internet

Proyectos participativos / útiles en internet

www.zoho.com www.kompoz.com/

www.mindomo.com/ <http://talkr.com/>

www.kaboodle.com/ <http://ma.gnolia.com/>

www.shelfari.com/ www.slideshare.net/

www.riya.com/ <http://blip.tv/>

<http://musestorm.com/> <http://wetpaint.com>

<http://www.asylumhome.net/cms.ashx/>



<http://queue.ieor.berkeley.edu/~goldberg/garden/Ars/>

- Patrimonio cultural y nuevas tecnologías
- Introducción: reflexión y análisis
- Patrimonio cultural e Internet
- Museos, bibliotecas, itinerarios culturales...

¿Qué entendemos por digitalizar?

La digitalización consiste no sólo en la transformación de objetos físicos en formatos digitales mediante la utilización de tecnologías de información, sino la creación a partir de activos digitales de productos y servicios con valor añadido para un conjunto de usuarios.

Ana Nistal
Red.es



- Patrimonio cultural y nuevas tecnologías
- Introducción: reflexión y análisis
- Patrimonio cultural e Internet
- Museos, bibliotecas, itinerarios culturales...

Objetivo: mantener la capacidad de visualizar, recuperar, manipular y aprovechar la información digital pese a los constantes cambios de los dispositivos tecnológicos.

Retos:

• Soporte	• Procesos dinámicos
• Hardware y software	• Impedimentos legales
• Organización	• Uso de metadatos



Joseba Abaltua
Grupo DELI
Universidad de Deusto

- Patrimonio cultural y nuevas tecnologías
- Introducción: reflexión y análisis
- Patrimonio cultural e Internet
- Museos, bibliotecas, itinerarios culturales...

- Garantizar contenidos de calidad, facilitando el acceso al mayor número de ciudadanos al Patrimonio Cultural y Natural.
- Contribuir a preservar, conservar y difundir Patrimonio
- Fomentar el uso didáctico y la investigación del Patrimonio por parte de la comunidad educativa, científica e investigadora
- Colaborar en el impulso del turismo cultural de calidad

Patrimonio en sentido amplio: mueble, inmueble, documental, bibliográfico, audiovisual, natural, inmaterial

- Patrimonio cultural y nuevas tecnologías
- Introducción: reflexión y análisis
- Patrimonio cultural e Internet
- Museos, bibliotecas, itinerarios culturales...

Paso a paso, inconvenientes...

- Iniciativas que complementan los proyectos de informatización de las instituciones culturales
- Museos: Selecciones de obras para ilustrar los sitios web ???
- Todavía son escasas las iniciativas de digitalización integrales
- Poca coordinación
- Recelos ante las nuevas tecnologías
- Los Derechos de Autor y la Propiedad Intelectual




- Patrimonio cultural y nuevas tecnologías
- Introducción: reflexión y análisis
- Patrimonio cultural e Internet
- Museos, bibliotecas, itinerarios culturales...

Industrias culturales un sector en progresión

Patrimonio, *un proceso* en proceso lento



CATALOGACIÓN E INVENTARIO

Ir un poco más allá del uso interno...

Reorganización de espacios...

Reflexión e interés... <http://www.ichim.org/>

Un ejemplo... <http://www.ecoledulouvre.fr>

- Patrimonio cultural y nuevas tecnologías
- **Introducción: reflexión y análisis**
- Patrimonio cultural e Internet
- Museos, bibliotecas, itinerarios culturales...



¿Cómo hacemos de una experiencia individual un proceso más global?

CD – DVD – Mesas interactivas ... PDA ...

Entornos informáticos fuera de la ruta museística o expositiva ...

¿A qué nos conduce todo esto?

<http://www.mediatecaonline.net/autobahn/>

- Patrimonio cultural y nuevas tecnologías
- **Introducción: reflexión y análisis**
- Patrimonio cultural e Internet
- Museos, bibliotecas, itinerarios culturales...

Programas de apoyo, rescate y memoria

DIGICULT <http://www.digicult.info/pages/index.php>



UNESCO <http://whc.unesco.org/patrimonio.htm>
http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=17721&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

RED.ES <http://patrimonio.red.es/>

eContent <http://cordis.europa.eu/econtent/>

eTen
http://ec.europa.eu/information_society/activities/eten/index_en.htm

PADICAT <http://www.padicat.cat/es/index.php>



- Gestión y producción de proyectos digitales I
- Usabilidad, Accesibilidad, Simplicidad, Representación visual del conocimiento
- Fases de la producción digital, Equipos de trabajo
- De la idea al proyecto, El proceso de producción digital, La gestión de los contenidos
- Post producción

Gestión y producción de proyectos digitales I

Simplicidad = Equilibrio

Ley 1 Reducir
Ley 2 Organizar
Ley 3 Tiempo
Ley 4 Aprendizaje
Ley 5 Diferencias
Ley 6 Contexto
Ley 7 Emoción
Ley 8 Confianza
Ley 9 Fracaso
Ley 10 La Única

John Masda
<http://lawsosimplicity.com/>

- Gestión y producción de proyectos digitales I
- Usabilidad, Accesibilidad, Simplicidad, Representación visual del conocimiento
- Fases de la producción digital, Equipos de trabajo
- De la idea al proyecto, El proceso de producción digital, La gestión de los contenidos
- Post producción

Diseño de sitios web (XHTML + CSS)
 Diseñar con estándares desde cero
 XHTML (tipo de documento, head, Reglas para escribir XHTML, atributos genéricos, tablas, formularios y javascript)
 CSS. Hojas de estilo (árbol del documento, selectores, unidades de medida, color y fondos, margen, espaciado y borde, texto, menús, disposición en página).
 Diseños para todos (escribir código accesible, problemas con algunos navegadores).

Usabilidad y Accesibilidad
 Introducción a la Usabilidad (definiciones, disciplinas afines...)
 Evaluación de la Usabilidad (test de usuarios, evaluación heurística, estudio de casos)
 Accesibilidad
 Pautas de Accesibilidad
 Validación de la accesibilidad (herramientas para la revisión, revisión manual y automática)
 Ejercicios prácticos (heurística de usabilidad, revisión de pautas de accesibilidad)

Arquitectura de la información
 El arquitecto de la información
 Organización de la información (tipos de sistemas de navegación)
 Diseño de sistemas de navegación
 Sistemas de rotulación (rótulos como sistemas de navegación, términos de indización, vínculos, encabezados...)
 Sistemas de búsqueda

- Gestión y producción de proyectos digitales I
 - Usabilidad, Accesibilidad, Simplicidad, Representación visual del conocimiento
 - Fases de la producción digital, Equipos de trabajo
 - De la idea al proyecto, El proceso de producción digital, La gestión de los contenidos
 - Post producción

Gestión y producción de proyectos digitales I

Idea



brainstorming



Definir conceptos clave



- Gestión y producción de proyectos digitales I
 - Usabilidad, Accesibilidad, Simplicidad, Representación visual del conocimiento
 - Fases de la producción digital, Equipos de trabajo
 - De la idea al proyecto, El proceso de producción digital, La gestión de los contenidos
 - Post producción

Gestión y producción de proyectos digitales I

Fase de estudio o pre-redacción

Estudio de viabilidad (motivación del proyecto)

A raíz de los conceptos clave
 E. Mercado

Quien es el público destinatario?
 . Quien es el cliente?
 . Cual será la distribución final?

E. Técnico
 . tipo de ordenador receptor.
 . tipo de navegador receptor.
 . equipo humano de trabajo.

- Gestión y producción de proyectos digitales I
 - Usabilidad, Accesibilidad, Simplicidad, Representación visual del conocimiento
 - Fases de la producción digital, Equipos de trabajo
 - De la idea al proyecto, El proceso de producción digital, La gestión de los contenidos
 - Post producción

Gestión y producción de proyectos digitales I

Fase de estudio o pre-redacción

Diseño de prototipos (varios)
 Definir metáfora
 Construcción prototipos
 Prueba de prototipos
 Comparativa
 Elección del prototipo final
 Evaluación completa del prototipo escogido

Documentalistas (empieza el trabajo de trabajar los contenidos)

- Gestión y producción de proyectos digitales I
 - Usabilidad, Accesibilidad, Simplicidad, Representación visual del conocimiento
 - Fases de la producción digital, Equipos de trabajo
 - De la idea al proyecto, El proceso de producción digital, La gestión de los contenidos
 - Post producción

Gestión y producción de proyectos digitales I

Fase de Pre-producción

1 desarrollo de guiones
 documental / literario - digitalismo
 diseño interactivo
 guías de estilo gráfico
 guión técnico

2 estudio técnico
 plan de trabajo
 personal
 material necesario
 derechos de autor
 anomalías / errores
 previsión de gastos
 plan de postproducción

- Gestión y producción de proyectos digitales I
 - Usabilidad, Accesibilidad, Simplicidad, Representación visual del conocimiento
 - Fases de la producción digital, Equipos de trabajo
 - De la idea al proyecto, El proceso de producción digital, La gestión de los contenidos
 - Post producción

Gestión y producción de proyectos digitales I

Fase de Producción

- 1 desarrollo del plan de trabajo realizado en la anterior fase
- 2 creación de ambiente suscitar expectativas de mercado, provocar interés en posibles usuarios mediante conceptos claros y relacionados con los conceptos de la aplicación que estamos diseñando.
- 3 Aplicación de los contenidos en la aplicación

- Gestión y producción de proyectos digitales I
 - Usabilidad, Accesibilidad, Simplicidad, Representación visual del conocimiento
 - Fases de la producción digital, Equipos de trabajo
 - De la idea al proyecto, El proceso de producción digital, La gestión de los contenidos
 - Post producción

Gestión y producción de proyectos digitales I

Fase de Post-producción

- 1 evaluación
 - efectividad
 - integración de los medios
 - imagen corporativa
 - idoneidad (objetivos marcados)
 - eficiencia
- 2 mantenimiento
 - tipo de mantenimiento
 - herramientas de mantenimiento
 - planificación del mantenimiento
 - personal
 - periodicidad
 - tareas
- 3 distribución
 - News
 - spiders "metatags"
 - off-line: revistas especializadas

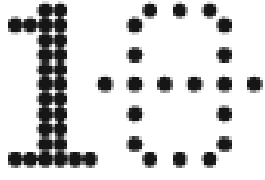
- Gestión y producción de proyectos digitales I
 - Usabilidad, Accesibilidad, Simplicidad, Representación visual del conocimiento
 - Fases de la producción digital, Equipos de trabajo
 - De la idea al proyecto, El proceso de producción digital, La gestión de los contenidos
 - Post producción



Gestión y producción de proyectos digitales I

Creative commons

<http://cyber.law.harvard.edu/blogs/gems/ion/secreativo.swf>

- Gestión y producción de proyectos digitales I
 - Usabilidad, Accesibilidad, Simplicidad, Representación visual del conocimiento
 - Fases de la producción digital, Equipos de trabajo
 - De la idea al proyecto, El proceso de producción digital, La gestión de los contenidos
 - Post producción



Simplicity is about subtracting the obvious, and adding the meaningful.

La simplicidad consiste en sustraer lo que es obvio y añadir lo específico.



En caso de duda hay que recurrir a esta ley, es más simple.




Arte simple... funcional... divertido... interesante...

<http://amaztype.tha.jp/>



<http://www.canxalant.es/pixel>

Lurkers

- El 80% de **consumidores** son la gran mayoría de la audiencia, son casi todos los visitantes desde buscadores y parte de los habituales. Tienen dos contribuciones al medio que visitan. La primera es que son los que generan la práctica totalidad de los ingresos de publicidad, ya sea esta CPM (por impresiones) o por clicks. La segunda es que forman la *cantera* de la que luego salen los contribuidores.
- El 19% de **contribuidores** son los que generan la comunidad en torno al blog. Son los que lo convierten en una conversación, los que le dan vida, los que luego lo enlazan desde sus blogs y los que hacen que el blog se diferencie de una web sobre la misma temática. A menudo de entre ellos surgen los creativos.
- El 1% de **creativos** son los que generan los posts, los que sacan nuevos temas, los que moderan la participación de la comunidad y los que hacen que el blog sea interesante para los contribuidores y también para los consumidores.

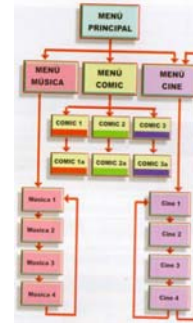
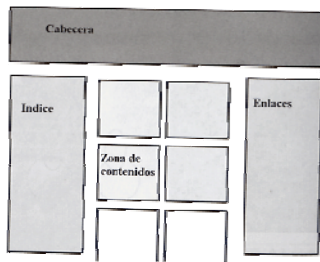
Para que vengan al site los consumidores es necesario tener a los contribuidores y para que estos vengan hay que tener muy buenos creativos. En gestionar bien estos tres grupos está el truco para que un blog tenga éxito de público. Así de fácil y así de difícil.

- Gestión y producción de proyectos digitales II: Guionaje multimedia - Proyecto

```

    graph TD
      A[Narración audiovisual interactiva] --> B[Narración audiovisual]
      A --> C[Ergonomía (usabilidad)]
      B --> D[Argumentación]
      B --> E[Narración]
      B --> F[Creatividad]
      B --> G[Composición (Diseño gráfico)]
      B --> H[Storyboarding]
      B --> I[Texto e imágenes]
      C --> J[Storyboarding interactivo]
      C --> K[Diseño web]
      C --> L[Análisis y evaluación]
  
```



La interfaz probablemente sea la parte más importante de una aplicación multimedia, por que si no va a ser la parte que haga que todo funcione correctamente, si va a ser la parte que primero le llegue al usuario y con la que va a estar en contacto todo el tiempo, por lo que debe resultar impactante, intuitiva y fácil de utilizar. La interfaz debe diseñarse siguiendo unas pautas principales:

1. Es importante que existan unas zonas de pantalla que se mantengan siempre fijas, para que el usuario las identifique fácilmente.
2. Los botones deben estar agrupados conforme a acciones comunes, deben aparecer siempre en los mismos puntos de pantalla y tener siempre el mismo comportamiento ante acciones similares.
3. Es conveniente identificar las pantallas con algún tipo de rango o categoría.
4. Siempre deben existir botones o zonas que nos permitan salir directamente de la aplicación, avanzar o retroceder hasta un punto anterior.

Parámetros generales del diseño de la interfaz

Al empezar el diseño es conveniente tener en cuenta una serie de parámetros:


El tamaño que la aplicación va a tener en pantalla, si va a verse en una ventana o a pantalla completa.

El tamaño máximo del entorno en el que se va a visualizar, en este caso Windows (320x240, 640x480, 800x600 son algunos de los tamaños posibles, aunque el segundo suele ser el estándar empleado).

El número de colores: 256, 16 bits o 24 bits. Hay que pensar que todos los ordenadores no están capacitados para utilizar números elevados de colores.

La resolución de las imágenes, que en el caso de las pantallas para ser visualizadas en una computadora siempre será de 72 ppp si se trata de Windows y 75 ppp si se trata de Macintosh.

etc...


e 

- Gestión y producción de proyectos digitales II: Guiónaje multimedia

10 principios básicos a tener presentes antes de hacer el guión de un interactivo, siempre evitando que sean un corsé para la creatividad.

1 - Principio de usabilidad
 Mucho se ha hablado de enfocar la web al usuario. La usabilidad hace referencia a la rapidez y facilidad con que las personas llevan a cabo ciertas tareas a través del uso de un producto, en nuestro caso de aplicaciones interactivas. Serán los usuarios, y no los desarrolladores, quienes determinarán finalmente si una aplicación es fácil de usar.

2 - Principio de accesibilidad
 Una página web debe ser usable y accesible de forma fácil y comprensible para el usuario, salvo que se pretenda lo contrario, por ejemplo en juegos donde precisamente la dificultad forme parte del atractivo del videojuego o incluso en una web donde pueda interesar crear esta situación. En definitiva, se trata de hacer webs y no laberintos.


e 

- Gestión y producción de proyectos digitales II: Guiónaje multimedia

10 principios básicos a tener presentes antes de hacer el guión de un interactivo, siempre evitando que sean un corsé para la creatividad.

3 - Principio de múltiple entrada
 Se trata de tener presente los tres factores que intervienen en el almacenamiento del conocimiento del ser humano: factor cognitivo, afectivo y la experiencia previa. Así, la forma en que grabamos la información en nuestra memoria depende tanto de la estructura de la información, del impacto afectivo y de la experiencia previa.
 El factor cognitivo se refiere a la capacidad de conocimiento del ser humano para razonar y solucionar problemas y de cómo se estructura la información, mientras que el impacto afectivo se refiere a cómo una aplicación actúa sobre las emociones del usuario. La experiencia previa se refiere a las habilidades que adquiere el usuario al utilizar aplicaciones similares.

4 - Principio de interactividad
 La interactividad, aparte de reforzar el mensaje, tiene como función principal la de convertir en actor al espectador y así el usuario crea su itinerario particular.
 Al plantear el guión debemos pensar en las posibilidades que va a tener el usuario de interactuar. Otro factor a tener en cuenta es que la interacción no se limita al usuario/máquina sino que también podemos contemplar la opción de una navegación compartida por parte de varios usuarios, por ejemplo el caso de los juegos on line en Internet o una web con un chat incorporado para múltiples usuarios.


e 

- Gestión y producción de proyectos digitales II: Guiónaje multimedia

10 principios básicos a tener presentes antes de hacer el guión de un interactivo, siempre evitando que sean un corsé para la creatividad.

5 - Principio del feed-back
 El principio del feed-back o retroalimentación consiste en la generación de una comunicación bidireccional. Por oposición a la comunicación unidireccional, como puede ser una película de cine donde el receptor es sólo espectador, en aplicaciones interactivas el usuario se convierte en actor, generando respuestas de diversa índole frente a la aplicación. No nos referimos tan sólo a la capacidad de decidir el itinerario de navegación, sino a la posibilidad de generar una respuesta o que modifique la propia aplicación. Un ejemplo lo constituyen las bases de datos dinámicas existentes en la World Wide Web, como son las subastas on line, donde el usuario puede pujar por un producto generando la respuesta de otro usuario que puge más o quizás del vendedor que adjudique ese producto. En este caso, la retroalimentación afecta a varios usuarios aparte de la aplicación que incluye en su contenido las nuevas ofertas generadas.

6 - Principio de dinamismo
 El principio del dinamismo promueve la sensación de vitalidad. El guionista tiene la oportunidad de idear aplicaciones que van más allá de la rotura de la linealidad. Ya no se trata sólo de crear aplicaciones que respondan a las órdenes del usuario; además, deberíamos dar la sensación de que la aplicación está viva. Por ejemplo, el Campus virtual del Graduado multimedia a distancia (www.grmnd.net), nos reconoce al entrar y nos da la bienvenida gracias a que accedemos a él mediante nuestro nombre de usuario y su correspondiente contraseña, además de ofrecer información actualizada mediante un pequeño banner en la pantalla principal. Otro ejemplo es el de las páginas web que varían su aspecto (fotografías, fondo, etc...) cada vez que accede a ellas un nuevo usuario. Son páginas que ofrecen una sensación de dinamismo constante.

e 

- Gestión y producción de proyectos digitales II: Guiónaje multimedia


10 principios básicos a tener presentes antes de hacer el guión de un interactivo, siempre evitando que sean un corsé para la creatividad.

7 - Principio de necesidad
 Todos los productos cubren una necesidad. Este principio del marketing también es válido en una aplicación interactiva, es decir, una aplicación cubre una o varias necesidades. Pueden ser ocio, formación, ofimática, arte... El guionista debe tener clara la necesidad que cubre su producto, qué objetivos se han marcado y tener presente al público objetivo de la aplicación.

8 - Principio de atención
 Este principio también válido para otros medios sigue vigente en toda aplicación. Se trata de pensar en el futuro usuario y de cómo vamos a lograr su atención. Cuántas veces no hemos visitado una página web, en un principio interesante por algún motivo, y ha sido entrar y no hemos pasado de la primera o primeras páginas porque esa aplicación ha sido incapaz de mantener nuestro interés. Debemos esforzarnos en idear páginas que mantengan el interés.

9 - Principio de unicidad
 Según este principio el usuario final debe percibir la aplicación como un todo, es decir, como un producto homogéneo, sin que se note que existe un equipo de producción detrás. Con una aplicación multimedia, el guión debe tener en cuenta este principio y el productor o jefe de producción dirigir todo el equipo para lograr un producto homogéneo, logrando una percepción global de la aplicación por parte del usuario. Este principio va ligado al estilo de la aplicación, que es la forma en que los recursos técnicos son utilizados.

- Gestión y producción de proyectos digitales II: Guionaje multimedia



10 principios básicos a tener presentes antes de hacer el guión de un interactivo, siempre evitando que sean un corsé para la creatividad.

10 - Piensa en multimedia
 Todos estamos familiarizados con la cultura audiovisual impuesta por el cine, la televisión y el lenguaje publicitario... y sin poderlo evitar acabamos trasladando esta concepción al multimedia, cuando realmente se trata de mucho más. Los avances tecnológicos han posibilitado la eclosión multimedia, de hecho, no son nuevos en su invención pero sí en su aplicación al mundo de la comunicación. Multimedia es un concepto relativamente nuevo que ha adquirido significados específicos en la actualidad. Hoy lo entendemos como la integración de diversos medios (texto, vídeo, fotografías, sonido...) en uno. Pero, además, la palabra clave es la interactividad, convirtiendo al espectador en actor de esa aplicación.

Esta máxima consiste en tener una visión de conjunto simultánea de todos los principios. Un director de cine convierte su mente en una cámara, nosotros tenemos el reto de pensar en multimedia.


- Gestión y producción de proyectos digitales II: Guionaje multimedia




XPLANE
 The visual thinking company

<http://xplane.com/>

- Gestión y producción de proyectos digitales II: Guionaje multimedia



The Anheuser-Busch Advertising Gauntlet



1. An idea for a TV commercial is sent to an advertising agency

2. Advertiser agency sends idea to client

3. Agency idea reviewed by client and approved


4. Idea reviewed by Consumer Research and Education

5. The idea is sent to the final publisher


6. All concepts are shown to Focus Groups. Ideas are discussed, modified, and if necessary, another round of focus group research

7. Idea is finalized and ready to go

- Gestión y producción de proyectos digitales II: Guionaje multimedia



flonetwork
 by mediasynergy



1. Idea for a TV commercial is sent to an advertising agency

2. Advertiser agency sends idea to client

3. Agency idea reviewed by client and approved

4. Idea reviewed by Consumer Research and Education

5. The idea is sent to the final publisher

6. All concepts are shown to Focus Groups. Ideas are discussed, modified, and if necessary, another round of focus group research

7. Idea is finalized and ready to go

- Aplicación de las TIC a Museos y espacios expositivos, Introducción: comunicación y interacción, Nuevas estrategias de difusión.

- Museos virtuales vs Museos presenciales, Museo Imaginario, Posibilidades didácticas de los Museos, Combinación de medios tradicionales y nuevos medios en proyectos de difusión de contenidos

<http://www.moma.org/destination/>

<http://redstudio.moma.org/>


<http://www.moma.org/modernteachers/>

<http://www.moma.org/onlineprojects/>

- Aplicación de las TIC a Museos y espacios expositivos, Introducción: comunicación y interacción, Nuevas estrategias de difusión.

- Museos virtuales vs Museos presenciales, Museo Imaginario, Posibilidades didácticas de los Museos, Combinación de medios tradicionales y nuevos medios en proyectos de difusión de contenidos

<http://www.exploratorium.edu>



- Aplicación de las TIC a Museos y espacios expositivos, Introducción: comunicación y interacción, Nuevas estrategias de difusión.

- Museos virtuales vs Museos presenciales, Museo Imaginario, Posibilidades didácticas de los Museos, Combinación de medios tradicionales y nuevos medios en proyectos de difusión de contenidos

<http://www.educathyssen.org/>



- Aplicación de las TIC a Museos y espacios expositivos, Introducción: comunicación y interacción, Nuevas estrategias de difusión.

- Museos virtuales vs Museos presenciales, Museo Imaginario, Posibilidades didácticas de los Museos, Combinación de medios tradicionales y nuevos medios en proyectos de difusión de contenidos

<http://www.lewisandclarkexhibit.org/>




- Aplicación de las TIC a Museos y espacios expositivos, Introducción: comunicación y interacción, Nuevas estrategias de difusión.
 - Museos virtuales vs Museos presenciales, Museo Imaginario, Posibilidades didácticas de los Museos, Combinación de medios tradicionales y nuevos medios en proyectos de difusión de contenidos

<http://www.ballgame.org/>



- Aplicación de las TIC a Museos y espacios expositivos, Introducción: comunicación y interacción, Nuevas estrategias de difusión.
 - Museos virtuales vs Museos presenciales, Museo Imaginario, Posibilidades didácticas de los Museos, Combinación de medios tradicionales y nuevos medios en proyectos de difusión de contenidos

<http://archive.amol.org.au/discovernet/>



<http://historywired.si.edu/>

<http://www.dhm.de>

<http://www.calcografianacional.com/>

<http://www.louvre.edu>

<http://www.hdg.de>

Hipercontrol³

Desorientación, subjetividad/control y videovigilancia son los tres ejes sobre los que **Santiago Ortiz** (Moebio) ha desarrollado el espacio **Hipercontrol³**. Una interface que relaciona unos 3.000 enlaces archivados en 3 páginas de <http://del.icio.us> que conforman la investigación realizada por Arturo/Fito Rodríguez, Pedro Jiménez y Rubén Díaz para la exposición *Panel de Control* de la 9ª edición de **zemos98**.

[Hipercontrol³](#)

