



Ministerio de Cultura y Educación

Universidad Nacional de San Luis

Facultad de Ciencias Humanas

Departamento: Comunicación

Area: Area 7:Estrategias de Producción

(Programa del año 2020)

(Programa en trámite de aprobación)

(Presentado el 23/03/2022 11:30:25)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION MULTIMEDIAL	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2020	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
ANZULOVICH, GUILLERMO ALEJANDR	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
PONCE, VIVIANA MERCEDES	Prof. Colaborador	P.Adj Exc	40 Hs
MALDONADO, ANA SILVINA	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 Hs
ORTIZ, GISELLA SABRINA	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
Hs	2 Hs	2 Hs	2 Hs	6 Hs

Tipificación	Periodo
B - Teoria con prácticas de aula y laboratorio	1° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
17/03/2020	13/08/2020	19	114

IV - Fundamentación

Las transformaciones producidas en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) alteran la organización de la sociedad y en particular del área ocupacional (profesional). Las actuales tecnologías de producción, reproducción y transmisión de la información, permiten la integración de texto, imagen y sonido en nuevas formas de organización que suponen mediaciones técnicas, semánticas y estéticas cada vez más complejas.

Las nuevas formas de comunicar implican, por otra parte, nuevos modos de planificar, gestionar y comercializar (distribuir) los productos y contenidos comunicacionales, en un mercado que excede las fronteras nacionales para plantearse como una actividad globalizada. Estos cambios tecnoculturales se traducen en fuertes innovaciones en las prácticas y la producción. La característica más sobresaliente de los cambios es la integración de segmentos ocupacionales que tradicionalmente se diferenciaban muy claramente. Las nuevas formas de organizar y definir las ocupaciones vinculadas a la realización de productos multi e hipermediales, conviven con formas más tradicionales de organización de las actividades recortadas sobre lenguajes y soportes específicos (monomedios) que continuarán representando un importante campo de posibilidades laborales.

La formación impartida en este curso preparara a los y las estudiantes para moverse en este espectro diverso y heterogéneo de oportunidades y, fundamentalmente, para acompañar su evolución y transformación a través del aprendizaje permanente.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Que el/la estudiante adquiera capacidades y habilidades para:

-Ejecutar tareas relacionadas con la planificación básica, la realización y la gestión de productos comunicacionales

multimediales.

-Asistir a los profesionales especializados en planificación, gestión y realización de productos comunicacionales multimediales.

-Recabar, seleccionar y organizar la información para la realización de proyectos multimediales.

-Redactar guiones básicos, publicitarios, periodísticos, documentales, etc. para la WWW.

-Diseñar y/o gestionar redes sociales, blogs y/o sitios web integrando diversos materiales sonoros, visuales y textos que den respuesta a una necesidad y público concreto.

VI - Contenidos

Unidad 1: Introducción a la Multimedia

-Planificación de productos comunicacionales

-Concepto de Multimedia, Hipertexto, Hipermedia. El nuevo escenario multimedia: Web 2.0. Características.

¿Qué son?: Weblogs, Wikis, Podcasts, Rss, Cms, Periodismo digital periodismo ciudadano. Evolución. Uso social de los multimedia. Redes sociales. Características comunicativas. La interactividad. Etapas en el diseño de guiones multimedia.

Reglas fundamentales para el diseño de guiones multimedia.

Unidad 2: Producción multimedial para la web

Realización de productos comunicacionales

-Diseño multimedial e hipermedial para la web. Limitaciones y posibilidades. La interactividad en Internet. El punto de vista del usuario. Características de los sitios web: usabilidad, accesibilidad, navegabilidad, optimización, productividad. Software en edición de páginas web. Otras herramientas para publicación de contenidos. Gestores de contenido en línea. Organización de la información digital. Maquetación en los nuevos medios. Formatos multimedia y edición online. Manual de estilo.

Accesibilidad y Aspectos Jurídicos.

Unidad 3: Sonido digital

-Teoría de sonido y audio digital. La naturaleza del sonido. Características de una onda sencilla. Muestreo. Conversión analógica-digital. Compresión de audio digital. Sonidos MIDI. El sonido en multimedia. Software de edición digital de sonido. Editores "online", editores comerciales, libres de uso y para dispositivos móviles.

Unidad 4: Imágenes digitales

-Introducción al manejo de imágenes digitales. Técnicas básicas de edición. Identificación y aplicación de imágenes digitales. Imágenes para la web. Software de edición digital de imágenes. Editores "online", editores comerciales, libres de uso y para dispositivos móviles.

Unidad 5: Video digital

-Introducción al video digital. Características. Códecs. El estándar MPEG. Animación, videos y películas digitales. Video en vivo (streaming). Formatos de video. La edición del video digital. Software de edición digital de video. Editores "online", editores comerciales, libres de uso y para dispositivos móviles.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

La materia consta de las siguientes actividades teórico-prácticas:

.Participación colectiva en torno a tópicos relacionados a la Web 2.0 y 3.0 en las Redes Sociales. Construcción colectiva de conocimientos utilizando la plataforma gratuita Google Drive.

1- Multimedia, Hipertexto, Hipermedia

2 -El nuevo escenario multimedial: Web 2.0. Herramientas digitales 2.0

Periodismo ciudadano. Nuevo perfil del comunicador

Redes Sociales

Captura, edición y publicación de contenido digital (imagen, audio y video) utilizando alguno de los servicios propuestos por la cátedra (en línea, comerciales, para dispositivos móviles).

Presentación teórica práctica de las clases teóricas utilizando servicios en línea para presentar contenido (líneas de tiempo, presentaciones en línea, folletos, póster (canvas) y animaciones multimediales.

·Proyecto de Integración: Utilización de los CMS.

1 -Generar un espacio o intervención digitales. Pueden ser algunas de las siguientes opciones de acuerdo con la necesidad planteada: Publicación de un blog con características multimedia, Creación de un sitio web, creación y manejo de redes sociales, Generación de contenidos integrados (audiovisuales).

Edición digital de sonido. Utilización de recursos y servicios online para computadora y dispositivos móviles.

Edición digital de imágenes. Utilización de recursos y servicios online para computadora y dispositivos móviles.

VIII - Regimen de Aprobación

La materia tiene régimen promocional, al que se accede aprobando la totalidad de los prácticos y los parciales con un mínimo de 7 (siete) y asistiendo al 80% de las clases teóricas y prácticas.

El alumno podrá acceder a la condición de regular aprobando la totalidad de los exámenes parciales con un mínimo de 7 (siete).

Los alumnos que quieran rendir en condición de libres tendrán que aprobar los prácticos y el examen escrito con un mínimo de 7 (siete). Deberán contactar al profesor con anticipación y presentar 7 días antes de la fecha del examen escrito, todos los trabajos prácticos y el integrador. Una vez aprobado los mismos, podrá acceder al examen escrito final.

IX - Bibliografía Básica

- [1] Sitio web de la asignatura: <http://multimediasl.blogspot.com>
- [2] Facebook de la asignatura: Multimedial UNSL
- [3] Twitter de la asignatura: multimediasl
- [4] Aula virtual de la asignatura en Google Classroom: código eqgbhuk
- [5] Sala de video llamada de la asignatura: <https://meet.google.com/gpy-zukg-xrj?authuser=0&hs=179>
- [6] Documentos multimedia recopilados y elaborados por la cátedra:
- [7] ANTONIO COLMENAR SANTOS; MANUEL-ALONSO CASTRO Gil "Diseño y desarrollo multimedia" Editorial[6] RA-MA, 2002
- [8] PÉREZ HUERTAS FRANCISCO. "Introducción a la multimedia, realización y producción de programas". I.O.R.T., Madrid, 1998
- [9] MARK BRIGGS "Periodismo 2.0"
- [10] BOU BOUZÁ G. "El guión multimedia". Madrid: Editorial Anaya, 1997
- [11] CHUVIECO SALINERO JOSÉ. "Realización multimedia" Editorial PARANINFO, 2002
- [12] MAGAL ROYO TERESA, MORILLAS GOMEZ SAMUEL, TORTAJADA MONTAÑANA IGNACIO
- [13] "Pre-producción multimedia". Editorial ALFAOMEGA GRUPO EDITOR, 2008
- [14] JIMENEZ SEGURA JESÚS. "Sistemas multimedia". Universidad de Sevilla. Documento base trayecto técnico profesional en "Comunicación multimedial" INET. Ministerio de Cultura y Educación. Bs. As., 1999
- [15] Tascón M.& Cabrera M. (2020). "Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales"

X - Bibliografía Complementaria

- [1] SANTARSIERO HUGO MÁXIMO "Producción editorial y tecnología multimedial de la Información" Editorial TS
- [2] PRODUCCIÓN GRÁFICA, 2006
- [3] GUILLERMO FRANCO "Como escribir para la web", 2004
- [4] LA WEB 2.0: LA REVOLUCIÓN SOCIAL DE INTERNET. Video explicativo extraído de
- [5] <http://www.youtube.com/v/OwWbvdllHVE&hl=en>
- [6] Web 2.0: The Machine is Us. Video explicativo extraído de <http://www.youtube.com/v/PL-ywltLjzk>
- [7] SALAVERRÍA, Ramón. "DE LA PIRÁMIDE INVERTIDA AL HIPERTEXTO: Hacia nuevos estándares de redacción
- [8] para la prensa digital". Disponible en
- [9] http://tecno.unsl.edu.ar/multimedia/bibliografia/de_la_piramide_invertida_al_hipertexto.pdf
- [10] AA.VV. "RSS en contextos de enseñanza" para EDUTEC 2005: Congreso Internacional sobre Formación del
- [11] profesorado y Nuevas Tecnologías. Santo Domingo (República Dominicana) del 17 al 19 de noviembre de 2005.
- [12] Disponible en <http://tecno.unsl.edu.ar/multimedia/bibliografia/edutecno23-rss.pdf>

XI - Resumen de Objetivos

Que el/la estudiante adquiera capacidades y habilidades para:

- Ejecutar tareas relacionadas con la planificación básica, la realización y la gestión de productos comunicacionales multimediales.
- Asistir a los profesionales especializados en planificación, gestión y realización de productos comunicacionales

multimediales.

-Recabar, seleccionar y organizar la información para la realización de proyectos multimediales.

-Redactar guiones básicos, publicitarios, periodísticos, documentales, etc. para la WWW.

-Diseñar y/o gestionar redes sociales, blogs y/o sitios web integrando diversos materiales sonoros, visuales y textos que den respuesta a una necesidad y público concreto.

XII - Resumen del Programa

Unidad 1: Introducción a la Multimedia

-Planificación de productos comunicacionales

-Concepto de Multimedia, Hipertexto, Hipermedia. El nuevo escenario multimedia: Web 2.0. Características.

¿Qué son?: Weblogs, Wikis, Podcasts, Rss, Cms, Periodismo digital periodismo ciudadano. Evolución. Uso social de los multimedia. Redes sociales. Características comunicativas. La interactividad. Etapas en el diseño de guiones multimedia. Reglas fundamentales para el diseño de guiones multimedia.

Unidad 2: Producción multimedial para la web

Realización de productos comunicacionales

-Diseño multimedial e hipermedial para la web. Limitaciones y posibilidades. La interactividad en Internet. El punto de vista del usuario. Características de los sitios web: usabilidad, accesibilidad, navegabilidad, optimización, productividad. Software en edición de páginas web. Otras herramientas para publicación de contenidos. Gestores de contenido en línea. Organización de la información digital. Maquetación en los nuevos medios. Formatos multimedia y edición online. Manual de estilo.

Accesibilidad y Aspectos Jurídicos.

Unidad 3: Sonido digital

-Teoría de sonido y audio digital. La naturaleza del sonido. Características de una onda sencilla. Muestreo. Conversión analógica-digital. Compresión de audio digital. Sonidos MIDI. El sonido en multimedia. Software de edición digital de sonido. Editores "online", editores comerciales, libres de uso y para dispositivos móviles.

Unidad 4: Imágenes digitales

-Introducción al manejo de imágenes digitales. Técnicas básicas de edición. Identificación y aplicación de imágenes digitales. Imágenes para la web. Software de edición digital de imágenes. Editores "online", editores comerciales, libres de uso y para dispositivos móviles.

Unidad 5: Video digital

-Introducción al video digital. Características. Códecs. El estándar MPEG. Animación, videos y películas digitales. Video en vivo (streaming). Formatos de video. La edición del video digital. Software de edición digital de video. Editores "online", editores comerciales, libres de uso y para dispositivos móviles.

XIII - Imprevistos

En el marco de la situación actual de la pandemia COVID-19 y el DNU, se ha modificado el tiempo de duración del dictado de la materia bajo la modalidad Semi presencial.

El dictado de la materia ha sido bajo la modalidad Semi presencial y teniendo en cuenta la diversidad de contextos de docentes y estudiantes en relación con los equipamientos tecnológicos, la asistencia no ha sido un ítem considerado como en la presencialidad. Los prácticos formaron parte de una evaluación en proceso llevada a cabo en el aula virtual de la materia. La modalidad de evaluación se realizó mediante herramientas tecnológicas de comunicación sincrónica, específicamente usando el servicio de Google para video llamadas, Meet).

La materia ha contado con la participación de PONCE VIVIANA MERCEDES como Profesora Colaboradora.

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	