



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 2022)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION MULTIMEDIAL	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2022	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
FARINAZZO, NELVA RAQUEL	Prof. Responsable	P.Adj Semi	20 Hs
ORTIZ, GISELLA SABRINA	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 Hs
AGUIAR SORMANI, FRANCO LEANDRO	Auxiliar de Práctico	A.2da Simp	10 Hs
CHIARANI, RODRIGO	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
2 Hs	2 Hs	2 Hs	Hs	6 Hs

Tipificación	Periodo
A - Teoría con prácticas de aula y campo	1° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
21/03/2022	24/06/2022	15	90

IV - Fundamentación

El impacto que las tecnologías digitales ha generado en los ámbitos sociales y en todas sus relaciones, implica pensar los procesos comunicativos hipermediatizados y ante ello, las formas de comunicar implican nuevos modos de planificar, gestionar y distribuir las producciones y contenidos comunicacionales.

Estos cambios tecnoculturales se traducen en innovaciones tanto desde lo teórico como en las prácticas y en la producción multimedial. Pensar este proceso desde lo cotidiano y desde lo profesional, refleja que las nuevas formas hipermediales trascienden un espacio y tiempo concreto potenciando los procesos comunicativos y las posibilidades sociales y profesionales.

Reconociendo el ecosistema digital en el que estamos insertos en donde la Web 2.0 y sus herramientas han permitido que la minoría y/o grupos sociales fuera de grandes empresas u organizaciones, tengan voz y la posibilidad de hacer visibles sus propuestas, ideas y pensamientos, es que la formación que ofrece este curso retoma conocimientos tecnológicos y comunicacionales adquiridos por los y las estudiantes en los primeros años de la carrera y ofrece nuevas herramientas para aplicarlos y llevar a cabo proyectos comunicacionales multimediales acordes a diversas necesidades y requerimientos.

Acompañamos a los y las estudiantes en el último año de la carrera brindando conocimientos teóricos y prácticos aplicados en situaciones reales.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Que los/las estudiantes adquieran competencias, capacidades y habilidades para:

-Planificar, diseñar, gestionar, ejecutar y distribuir producciones comunicacionales multimediales.

- Recabar, seleccionar y organizar la información para la realización de proyectos multimediales.
- Diseñar y/o gestionar producciones mediante el uso de herramientas online de la Web 2.0 integrando diversos materiales multimediales que den respuesta a una necesidad y público concreto.

VI - Contenidos

Unidad 1: Planificación de proyectos comunicacionales multimediales

Concepto de Multimedia, Hipertexto, Hipermedia. Proyecto multimedial: etapas, metodología y procedimiento. Uso social de los multimedia, análisis y ejemplificación. Demandas laborales en torno a la multimedia.

El nuevo escenario multimedia: Web 2.0. Características. Definiciones, tipologías y características de páginas web, blogs, wikis, podcasts, RSS, Cms, redes sociales, mensajería instantánea. Gestores de contenido para crear páginas web.

Unidad 2: Diseño y gestión de proyectos comunicacionales multimediales

Formatos para la web y herramientas online para producciones multimedia. Organización de la información digital. Diseño multimedial e hipermedial para la web (guiones). Maquetación en los nuevos medios.

La interactividad en Internet. El punto de vista del usuario. Comunicación virtual interactiva. Características de los sitios web: usabilidad, accesibilidad, navegabilidad, optimización, productividad.

Unidad 3: Producción y distribución de proyectos comunicacionales multimediales

Gestores de contenido para crear redes sociales y mensajería instantánea. Accesibilidad en los nuevos medios y Aspectos Jurídicos en la web.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Se compone de una serie de Prácticos Evaluativos a desarrollar durante la cursada de la asignatura y que permiten avanzar en el Proyecto Integrador Final. La modalidad de evaluación (teórica o práctica) de este último, se decidirá conforme la dinámica de la cursada.

Los ejes temáticos que abordan los Trabajos Prácticos son los siguientes:

- Práctico 1: "Introducción a la Multimedia. Pensar el proyecto comunicacional multimedia".
- Práctica 2: "Diseño y organización de producciones multimedia para la web".
- Práctica 3: "Selección y uso de gestores de contenidos online".
- Práctica 4: "Presentación y distribución de proyecto comunicacional multimedia para la web".

-Proyecto Integrador: "Proyecto comunicacional multimedia para la web con finalidad social". Cada uno de los prácticos evaluativos permite la concreción procesual del proyecto integrador.

VIII - Regimen de Aprobación

Para aprobar la asignatura por promoción se pide que los/ las estudiantes:

- Asistan al 80 % de las clases teóricas (en modalidad presencial o en modalidad virtual).
- Asistan al 80 % de las clases prácticas (en modalidad presencial) o aprueben con una nota de 7 (siete) los Prácticos evaluativos a desarrollar durante la cursada.
- Aprueben el Proyecto Integrador de la materia en su parte práctica y teórica (en la modalidad establecida desde la asignatura) con una nota mayor o igual que 7 (siete).

Para regularizar la asignatura se pide que los/las estudiantes:

- Asistan al 80 % de las clases teóricas (en modalidad presencial o en modalidad virtual).
- Asistan al 80 % de las clases prácticas (en modalidad presencial) o apruebe con una nota igual o mayor que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete) los Prácticos evaluativos a desarrollar durante la cursada.
- Aprueben el Proyecto Integrador de la materia en su parte práctica (en la modalidad establecida desde la asignatura) con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete).

Los/as estudiantes que deseen rendir la asignatura como "Libres" deberán comunicarse con el equipo docente para coordinar el material de estudio, la fecha de entrega de trabajos prácticos y fecha de examen.

IX - Bibliografía Básica

[1] Unidad 1

[2] Cobo Romaní, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo. (2007). Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF. Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF. Pp. 27-42. Disponible en <http://www.maestrosdelweb.com/images/2010/01/planeta-web20.pdf>

[3] Flores Cueto, J., Bertolotti Zuñiga, C., González, F. (s/f) La web 2.0 y las herramientas de colaboración y participación. Disponible en <https://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info68/web2.pdf>

[4] Lizcano Dallos, A. (2005) Multimedia. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Pp. 13 -41 Disponible en <https://drive.google.com/file/d/1Ohn8tDc5Oj1QqhS0vtxXJLHlDR3XuzF/view?usp=sharing>

[5] López Ortega, E. (2009) Uso de las herramientas de la Web 2.0 en la empresa: situación actual y tendencias. Universidad Autónoma de Madrid. Págs. 3-13 y 44-120. Disponible en <http://arantxa.ii.uam.es/~jms/pfcsteleco/lecturas/20091105ElenaLopez.pdf>

[6] Ojeda Linares, N. (2012) Introducción a la multimedia. ISBN 978-607-733-138-4. Págs. 42-27. Disponible en http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/disenio_y_edicion_digital/Introduccion_a_la_multimedia.pdf

[7] Ruiz Rey, F. (s/f) Web 2.0, un nuevo entorno de aprendizaje en la red. Disponible en <http://dim.pangea.org/revistaDIM13/Articulos/pacoruz.pdf>

[8] Tascón, M. y Cabrera, M. (2012) Escribir en internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales. Fundación del español urgente. Págs. 17-156. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/261950129_Escribir_en_internet_guia_para_los_nuevos_medios_y_las_redes_sociales

[9] Unidad 2

[10] Bou Bauzá, G. (1997) Reglas fundamentales del diseño de guiones. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en <https://drive.google.com/file/d/1hAqNHEWYiXb1y9rkpxoMXYZX-6cVIZ3-/view?usp=sharing>

[11] Castro Gil, M. (s/f) Integración de medios con herramientas de autoría web y propietarias. Disponible en https://ocw.innova.uned.es/mm2/tm/contenidos/pdf/tema6/tmm_tema6_integracion_medios_digitales.pdf

[12] Hernández Peris, B. (2014) Maquetación en los nuevos medios. Disponible en <https://fddocuments.es/document/maquetacion-en-los-nuevos-medios.html>

[13] Rosero Herrera, C. (2016) Interactividad en la comunicación virtual. Una relación compleja. Disponible en <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/2988/T.G.%20Cristian%20Fdo%20Rosero.pdf?sequence=1>

[14] Tascón, M. y Cabrera, M. (2012) Escribir en internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales. Fundación del español urgente. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/261950129_Escribir_en_internet_guia_para_los_nuevos_medios_y_las_redes_sociales

[15] Unidad 3

[16] Gascue, Álvaro. (2009). MENSAJERÍA INSTANTÁNEA (MI) COMO SUSTENTO DE GRUPOS DE PERTENENCIA BASADOS EN COMUNICACIÓN MEDIADA POR COMPUTADORA (CMC). Question/Cuestión, 1(22). Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/783>

[17] Hütt Herrera, H. (2012) Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. Reflexiones, vol. 91, núm. 2, 2012, pp. 121-128. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

[18] López Ortega, E. (2009) Uso de las herramientas de la Web 2.0 en la empresa: situación actual y tendencias. Universidad Autónoma de Madrid. Disponible en <http://arantxa.ii.uam.es/~jms/pfcsteleco/lecturas/20091105ElenaLopez.pdf>

[19] Tascón, M. y Cabrera, M. (2012) Escribir en internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales. Fundación del español urgente. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/261950129_Escribir_en_internet_guia_para_los_nuevos_medios_y_las_redes_sociales

X - Bibliografía Complementaria

[1] Caldevilla Dominguez, D. (2010) Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. Disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/download/DCIN1010110045A/18656/>

[2] Chuvieco Salinero, J. "Realización multimedia" Editorial PARANINFO, 2002

[3] Fernández Ruiz, M., Angós Ullate, J. y Salvador Oliván, J. (s/f) Interfaces de usuario: diseño de la visualización de la información como medio para mejorar la gestión del conocimiento y los resultados obtenidos por el usuario. Disponible en

http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/1505/rodriguezinterfaces.pdf

[4] Magal Royo, T., Morillas Gómez, S., Tortajada Montañana, I. "Pre-producción multimedia". Editorial ALFAOMEGA GRUPO EDITOR, 2008

[5] Penso Romero, A. Manual para el uso de Wix. Tienda online. Disponible en <https://matesxcasa.files.wordpress.com/2018/02/manualparaelusodewix-1.pdf>

[6] Pérez Huertas F. "Introducción a la multimedia, realización y producción de programas". I.O.R.T., Madrid, 1998

[7] Tutorial Wix. (2021) Plan Integral de educación digital. Buenos Aires, Ciudad. Disponible en <https://contenedor-digital.buenosaires.gob.ar/descargar/5fdd61-tutorial-wix.pdf>

XI - Resumen de Objetivos

Que los/las estudiantes adquieran competencias, capacidades y habilidades para:

-Planificar, diseñar, gestionar, ejecutar y distribuir producciones comunicacionales multimediales.

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

-Diseñar y/o gestionar producciones mediante el uso de herramientas online de la Web 2.0 integrando diversos materiales multimediales que den respuesta a una necesidad y público concreto.

XII - Resumen del Programa

Unidad 1: Planificación de proyectos comunicacionales multimediales

Concepto de Multimedia, Hipertexto, Hipermedia. Proyecto multimedial: etapas, metodología y procedimiento. Uso social de los multimedia, análisis y ejemplificación. Demandas laborales en torno a la multimedia.

El nuevo escenario multimedia: Web 2.0. Características. Definiciones, tipologías y características de páginas web, blogs, wikis, podcasts, RSS, Cms, redes sociales, mensajería instantánea. Gestores de contenido para crear páginas web.

Unidad 2: Diseño y gestión de proyectos comunicacionales multimediales

Formatos para la web y herramientas online para producciones multimedia. Organización de la información digital. Diseño multimedial e hipermedial para la web (guiones). Maquetación en los nuevos medios.

La interactividad en Internet. El punto de vista del usuario. Comunicación virtual interactiva. Características de los sitios web: usabilidad, accesibilidad, navegabilidad, optimización, productividad.

Unidad 3: Producción y distribución de proyectos comunicacionales multimediales

Gestores de contenido para crear redes sociales y mensajería instantánea. Accesibilidad en los nuevos medios y Aspectos Jurídicos en la web.

XIII - Imprevistos

Los imprevistos que puedan surgir serán solucionados de manera conjunta entre el equipo de la asignatura y los/as estudiantes.

La asignatura cuenta con una clase en la plataforma Classroom donde se aloja todo el material de estudio: bibliografía accesible en formato digital, enunciados de trabajos prácticos y enlaces a Meet para aquellos/as estudiantes que eventualmente no puedan asistir a clase de manera presencial.

Se sugiere a los/as estudiantes se contacten con el equipo de la asignatura a través del email: comunicacionmultimedialunsl@gmail.com frente a cualquier inquietud.

XIV - Otros