



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