Ministerio de Cultura y Educación **(Programa del año 2026)**
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas
Departamento: Comunicación
Area: Area 7:Estrategias de Producción

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION MULTIMEDIAL	LIC.EN PERIODISMO	013/09	2026	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
MALDONADO, ANA SILVINA	Prof. Responsable	P.Adj Semi	20 Hs
ORTIZ, GISELLA SABRINA	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	**Teóricas**	**Prácticas de Aula**	**Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.**	**Total**
2 Hs	Hs	4 Hs	Hs	6 Hs

Tipificación	Periodo
A - Teoria con prácticas de aula y campo	1º Cuatrimestre

Duración			
Desde	**Hasta**	**Cantidad de Semanas**	**Cantidad de Horas**
11/03/2026	16/06/2026	15	90

IV - Fundamentación

El impacto que las tecnologías digitales han generado en los ámbitos sociales y en todas sus relaciones, implica pensar los procesos comunicativos hipermediatizados. Ante ello, las formas de comunicar implican nuevos modos de planificar, gestionar y distribuir las producciones y contenidos comunicacionales. En el ámbito específico del periodismo, las tecnologías han modificado el modo de capturar y narrar una noticia significando esto, otra habilidad para el/la futuro/a profesional. A su vez, el consumo de contenido noticioso también se ha resignificado por medio de las formas de acceder al mismo, marcando la necesidad de actualización constante y adaptación de contenido digital.

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 dos primeros años de la carrera y ofrece nuevas herramientas para aplicarlos y llevar a cabo proyectos comunicacionales multimediales con fines periodísticos acordes a diversas necesidades, requerimientos y siguiendo las nuevas pautas del diseño multimedial para la web poniendo el foco en la experiencia del usuario y la elaboración consciente y responsable de interfaces. Cabe destacar que esta aplicación de conocimientos se lleva a cabo en espacios reales y las necesidades surgen de una población de la ciudad o provincia de San

Luis, que necesita intervención digital desde un enfoque periodístico para hacerse visible con mayor impacto. Esta metodología de trabajo se sustenta en la noción tecnomediática de la comunicación, donde las intervenciones digitales de los/as estudiantes vienen a transformar una realidad concreta. Por ende, acompañamos a los y las estudiantes en este proceso de investigación y producción, brindando conocimientos teóricos y prácticos aplicados en situaciones reales.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Que los y las estudiantes adquieran competencias, capacidades y habilidades para:
-Planificar, diseñar, gestionar, ejecutar y distribuir proyectos comunicacionales multimediales.
-Asistir y acompañar, ante diversas necesidades, las tareas de planificación, gestión y realización de producciones comunicacionales multimediales.
-Recabar, seleccionar y organizar la información para la realización de proyectos multimediales con fines periodísticos.
-Diseñar y/o gestionar producciones mediante el uso de herramientas online de la Web 2.0 y bajo la técnica del Pensamiento del diseño, 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. Evolución de la web (1.0 a 7.0). 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: Wireframe y Maquetación o mockup en los nuevos medios. Gestores en línea para maquetar (Figma). Redacción periodística para la web.
La interactividad en Internet. El punto de vista del usuario. Diseño de experiencia de usuario (DUX). Diseño de interfaces de usuario (DUI). Comunicación virtual interactiva. Características de los sitios web: usabilidad, accesibilidad, navegabilidad, optimización, productividad.
Unidad 3: Producción y distribución de proyectos comunicacionales multimediales
Presupuesto de proyectos de comunicación. Gestores de contenido para crear redes sociales y mensajería instantánea. Accesibilidad en los nuevos medios y Aspectos Jurídicos en la web. Licenciamientos.

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 basa en una defensa oral donde se explican las fases realizadas, las etapas de producción y todo ello con respaldo teórico.
La denominación de los Prácticos es la siguiente:
-Práctico 1: "Introducción a la Multimedia. Pensar el proyecto comunicacional multimedia".
-Práctica 2: "Diseño y organización de producciones multimedia para la web".
-Práctica 3: "Desarrollo del prototipo".
-Práctica 4: "Selección y uso de gestores de contenidos online. Elaboración y adaptación del prototipo en el gestor ".
-Práctica 5: "Presentación y distribución del 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 y las estudiantes:
- Asistan al 80 % de las clases teóricas (en modalidad presencial).
- 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 con una nota mayor o igual que 7 (siete).
-Aprueben el examen escrito con una nota mayor o igual que 7 (siete).

Para regularizar la asignatura se pide que los y las estudiantes:
- Asistan al 80 % de las clases teóricas (en modalidad presencial).
- Asistan al 80 % de las clases prácticas (en modalidad presencial) o aprueben 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 con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete).
Cada instancia de evaluación, sean prácticos, integrador o examen escrito, tiene 2 (dos) instancias de recuperación. Quien desee promocionar, puede rendir en todas las instancias pero debe presentarse a cada una de ellas.

Para rendir la asignatura en condición de libre, se debe acercar a la cátedra al menos 3 (tres) meses antes de la mesa de examen para poder establecer el plan de trabajos prácticos y exámenes prácticos y teóricos. Este tiempo se fundamenta en la característica altamente práctica de la asignatura.

IX - Bibliografía Básica

[1] Sitio web: https://commultimedial.wixsite.com/multimedialunsl Blog de la materia de años anteriores: https://comunicacionmultimedialunsl.blogspot.com/
[2] Unidad 1
[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. Págs. 13 -41. Disponible en https://drive.google.com/file/d/1-frexAqcn1sC04uAnbK6tKRprDTfG_nf/view
[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 https://drive.google.com/file/d/1kUhws_Cg1FJnW4u__u4_3qvxXAj6B5U6/view
[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/pacoruiz.pdf
[8] Scolari, C. (s/f) Narrativas transmedia, nuevos alfabetismos y prácticas de creación textual. Conflictos y tensiones en la nueva ecología de la comunicación. Universitat Pompeu Fabra. Barcelona. Disponible en https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/190706/SCOLARI.pdf?
[9] 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://drive.google.com/file/d/1tNGDKhc5BjBiY4TjYgQuVexik9ffT_hk/view
[10] Unidad 2
[11] 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
[12] 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
[13] 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
[14] Hernández Peris, B. (2014) Maquetación en los nuevos medios. Disponible en https://fdocuments.es/document/maquetacion-en-los-nuevos-medios.html
[15] 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
[16] Franganillo, J. (2023). La inteligencia artificial generativa y su impacto en la creación de contenidos mediáticos. methaodos.Revista De Ciencias Sociales, 11(2), m231102a10. https://doi.org/10.17502/mrcs.v11i2.710
[17] El Impacto de la IA en el Marketing de Contenidos dentro del Contexto del Marketing 5.0. (2023). REVISTA DE INVESTIGACIÓN SIGMA, 11(01). https://doi.org/10.24133/yz85g716
[18] Unidad 3
[19] Coltel, M. (s/f) Introducción al diseño digital interactivo. Material de cátedra. Disponible en https://perio.unlp.edu.ar/catedras/ecal/wp-content/uploads/sites/125/2023/02/Diseno-UX-UI.pdf
[20] 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
[21] 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
[22] Gascue, H. MENSAJERÍA INSTANTÁNEA (MI) COMO SUSTENTO DE GRUPOS DE PERTENENCIA BASADOS EN COMUNICACIÓN MEDIADA POR COMPUTADORA (CMC) Disponible en file:///C:/Users/silch/Downloads/1139-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4336-1-10-20110425.pdf
[23] 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

X - Bibliografia Complementaria

[1] Caldevilla Domínguez, 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] 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
[3] Tutorial Wix. (2021) Plan Integral de educación digital. Buenos Aires, Ciudad. Disponible en https://contenedor-digital.buenosaires.gob.ar/descargar/5fdd61-tutorial-wix.pdf
[4] Penso Romero, A. Manual para el uso de Wix. Tienda online. Disponible en https://matesxcasa.files.wordpress.com/2018/02/manualparaelusodewix-1.pdf
[5] Pérez Huertas F. "Introducción a la multimedia, realización y producción de programas". I.O.R.T., Madrid, 1998
[6] Chuvieco Salinero, J. "Realización multimedia" Editorial PARANINFO, 2002
[7] Magal Royo, T., Morillas Gómez, S., Tortajada Montañana, I. "Pre-producción multimedia". Editorial ALFAOMEGA GRUPO EDITOR, 2008
[8] Hassan Montero, Y. “Experiencia de Usuario: Principios y Métodos”. Disponible en https://yusef.es/Experiencia_de_Usuario.pdf
[9] “¿Qué es un wireframe para un sitio web?”. Disponible en https://www.lucidchart.com/pages/es/que-es-un-wireframe-para-un-sitio-web

XI - Resumen de Objetivos

Que los y las estudiantes adquieran competencias, capacidades y habilidades para:
-Planificar, diseñar, gestionar, ejecutar y distribuir proyectos comunicacionales multimediales con impronta periodística y social

XII - Resumen del Programa

Unidad 1: Planificación de proyectos comunicacionales multimediales
Unidad 2: Diseño y gestión de proyectos comunicacionales multimediales
Unidad 3: Producción y distribución de proyectos comunicacionales multimediales

Plan de Trabajos Prácticos:
-Práctico 1: "Introducción a la Multimedia. Pensar el proyecto comunicacional multimedia”.
-Práctica 2: “Diseño y organización de producciones multimedia para la web".
-Práctica 3: "Desarrollo del prototipo".
-Práctica 4: " Selección y uso de gestores de contenidos online. Elaboración y adaptación del prototipo en el gestor ".
-Práctica 5: “Presentación y distribución del 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.

XIII - Imprevistos

XIV - Otros

A partir del 1/4/26 se cuenta dentro del Equipo de Cátedra, con docente Auxiliar de Prácticas suplente, Prof.Tatiana Escudero.