



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL COMAHUE  
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**MATERIA:**

# **Comunicación en multimedia**

**DOCENTES:**

**Fabián Bergero, Eliana Sandoval y Francisco Alvarez**

**CURSADO:**

Cuatrimestral

**HORAS SEMANALES:**

4 (cuatro)

**UBICACIÓN DE LA MATERIA EN EL PLAN DE ESTUDIOS:**

Cuarto año

**CARRERAS Y ORIENTACIONES PARA LAS CUALES SE DICTA:**

Licenciatura en Comunicación Social, orientación Gestión y Producción  
Profesorado en Comunicación Social

**AÑO: 2020**

## **1. Fundamentación**

La comunicación de las organizaciones tiene desde hace varias décadas, un aliado extraordinario en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC). A los métodos tradicionales de comunicación y a los no tradicionales, se sumaron nuevos canales de comunicación e información que habilitaron estas tecnologías, particularmente en lo que se refiere a internet.

Internet vino a configurar un metamedio, que suma las ventajas de todos los medios tradicionales: el escrito, la radio, la televisión, el cine y la animación. Esto permite la generación de mensajes que pueden ser leídos en forma simultánea o complementaria, y que implican nuevas formas de lectura e interpretación de mensajes.

A esto se suma el desarrollo de las llamadas redes sociales y los sistemas de microblogging, que habilitaron un nuevo nivel de comunicación, cuya proyección es exponencial, y cuya capacidad e integración con los sitios y las tecnologías es tan poderoso como imposible de conmensura aún en toda su dimensión.

El desafío para una carrera de Comunicación está del lado de la producción de este tipo de mensajes, y del aprovechamiento inteligente, eficaz, racional y profundo de toda la potencia de la web y las redes para transmitirlos.

Es importante conocer no sólo las características de este metamedio, sino además las múltiples formas de comunicar que nos habilita: las redes sociales, los blogs, los sitios, la interacción entre ellos, la distribución, el juego en la red que permite la multiplicación de los mensajes emitidos –en nuestro caso- desde las organizaciones e instituciones que quieren comunicar a sus audiencias.

Por otra parte, y desde una perspectiva libre, democratizadora y universal de la enseñanza, proponemos por un lado la incorporación del Software libre como ideología y utilización de las herramientas libres y gratuitas disponibles; y por el otro la utilización de la Plataforma de Educación a Distancia del Comahue como soporte para docentes y estudiantes, proporcionando el acceso a la información, a los recursos bibliográficos y tecnológicos que conciernen a la cátedra.

La incorporación del Software Libre en la enseñanza de la Comunicación en Multimedia tiene un doble propósito, por un lado la ideología del Software libre es transversal a su uso como herramienta y a la enseñanza de la disciplina. Software Libre para una sociedad libre en lo que concierne a los futuros profesionales de la comunicación, tiene que ver con generar espacios de aprendizaje para que los estudiantes adquieran habilidades y conocimientos para crear contenidos comunicativos y producir mensajes de diversos formatos y géneros en diferentes soportes tecnológicos, reconocer los contextos sociales y culturales en los que se inserta la comunicación, identificar las particularidades de sus destinatarios y la capacidad performativa de su interacción desde la esfera pública. Por otro lado es de vital importancia en el contexto actual la enseñanza de las herramientas libres disponibles.

Por otro lado, se plantea aquí un proyecto de trabajo, donde los alumnos serán los protagonistas y tienen un lugar preponderante en esta propuesta. Se ponen en juego aquí determinadas habilidades cognitivas como la indagación (investigación de cómo funciona) y proyección (qué quiero realizar), en el proceso de construcción y desarrollo del trabajo. El producto de conocimiento será utilizado para socialización y reflexión colectiva, configuradas en conferencias y debates. En todas las etapas del proceso las TIC serán utilizadas como herramienta. (DEDE, Chris Compilador (2000), Aprendiendo con Tecnologías).

## **2. Equipo docente:**

Fabián Bergero. Profesor Adjunto  
Eliana Sandoval. Ayudante de cátedra  
Francisco Alvarez. Ayudante de cátedra

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo general**

Que el y la estudiante pueda producir mensajes multimediales y distribuirlos de manera eficiente a través de diferentes medios.

#### **3.2. Objetivos específicos**

- Aprender los conceptos básicos de la estructura narrativa del lenguaje multimedia
- Reconocer la función comunicativa y de apoyo pedagógico para la reflexión en torno de las características que ofrece este soporte y su lenguaje
- Promover la habilidad para la escritura de textos con soporte multimedia

### **4. Contenidos mínimos**

Producción, puesta en el espacio y actualización del sitio Web de un grupo o una organización. Concepción, elaboración, diseño y guión de un CD Rom. Concepto de red. Inclusión en redes para el desarrollo de la comunicación interorganizacional. Concepto de grupos informativos y foros de discusión. Seguridad informática. Base de datos: Concepción, manejo de programas más aptos para este registro y su actualización periódica.

### **5. Programa Analítico**

<b>Orientación Licenciatura en Comunicación Social</b>
--

#### **Unidad 1**

Uso de las tecnologías de la información y comunicación para las gestión y producción comunicativa. Tecnología y cultura. El concepto de “apropiación”. El mito digital. Internet. La Web. Los sitios. Redes. La civilización digital.

#### **Unidad 2**

Software libre y software privativo. La ética hacker. El código abierto. Políticas de creación y uso de Software Libre. Los derechos de autor. Debates sobre el derecho de autor y la colaboración intelectual: Habeas data. Derecho de autor vs derecho al acceso a la cultura. Copyleft, Copyright, Creative Commons. Propuestas escolares áulicas: software libre, software de mercado. Implicancias educativas.

#### **Unidad 3**

Las audiencias digitales. Cambios de hábitos en el consumo de medios. El móvil. La Inteligencia artificial. La internet de las cosas. La portabilidad y la hiperconexión de las audiencias. Lectores y productores de información. Las motivaciones de las audiencias para participar. La economía de la atención.

#### **Unidad 4**

El potencial de la web: La Multimedialidad, la Hipertextualidad, Interactividad y Memoria. Definiciones conceptuales y aplicaciones prácticas. El uso en la construcción de mensajes en red. Cómo escribir para la web.

#### **Unidad 5**

Redes sociales. Facebook. Twitter. Linkedin. Instagram. Whatsapp. Otras redes de uso generalizado. Uso para la gestión de la comunicación institucional, empresaria, política y de organizaciones. Estrategias para la creación de comunidades. Estrategias de comunicación digital.

## Unidad 6

Los algoritmos. Red por red. El filtro burbuja. Los mundos paralelos. El sesgo en la selección de contenidos. Las campañas en redes. La inteligencia digital. Internet de las cosas. La concentración de propiedad en la web. Tecnología, dominación y resistencias.

## Unidad 7

Las interfaces como espacio de co-creación. Las leyes de la interfaz. Interacción. El ecosistema comunicativo: la teoría de la evolución y la adaptación. El framing. Las metáforas.

## Unidad 8

Herramientas de gestión y organización de la información. Herramientas de presentación. Tecnologías, dispositivos y plataformas. Instrumentos de medición y análisis de resultados. Estadísticas. Información para la toma de decisiones estratégicas. Técnicas de SEO. Etiquetación. Encontrabilidad y posicionamiento de sitios. Cómo optimizar las búsquedas. Identidad digital y reputación online. Newsletters.

## Bibliografía

**ALBARELLO**, Francisco (2019) Lectura transmedia. Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas. Ampersand. Buenos Aires.

**ALFABETISMO TRANSMEDIA EN LA NUEVA ECOLOGÍA DE LOS MEDIOS** (2019). Libro Blanco. Disponible en:

[http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL\\_whit\\_es.pdf](http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_whit_es.pdf)

**ARRUETA**, César y **LABATE**, Cecilia (2017) La comunicación digital. Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia: desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios. En línea: <http://editorial.unju.edu.ar/descarga/item/la-comunicacion-digital-2.html>

**ALMIRÓN**, Nuria y **JARQUE**, Josep Manuel (2008). El mito digital. Discursos hegemónicos sobre Internet y Periodismo. Anthropos. Barcelona.

**BARICCO**, Alessandro (2019) The Game. Anagrama. Barcelona.

**BENEDETTI**, Ariel (2016) Marketing en redes sociales. Detrás de escena. Buenos Aires.

**CALVO**, Ernesto (2015) Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando a #Nisman. Capital Intelectual. Buenos Aires.

**CAMUS** Juan Carlos. Tienes 5 segundos. Gestión de contenidos digitales. En [www.tienes5segundos.cl](http://www.tienes5segundos.cl)

**CASTELLS**, Manuel (1999). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Tomo 1: La sociedad red. Madrid: Alianza editorial.

**CASTELLS**, Manuel. (2009). Comunicación y Poder. Madrid: Alianza editorial.

**CEREZO**, Pepe (2018) Los medios líquidos. La transformación de los modelos de negocio. Editorial UOC. Barcelona.

**COBO**, Cristobal (2019) Acepto las condiciones. Uso y abuso de las tecnologías digitales. Fundación Santillana. Madrid. Disponible en:

<https://cristobalcobo.net/blog/post/acepto-las-condiciones>

**DIAZ NOCI**, Javier y Ramón SALAVERRÍA ALIAGA (Coords) (2003). Manual de redacción ciberperiodística. Barcelona: Ariel.

**FORMANCHUK**, Alejandro. (2010) Comunicación interna 2.0: un desafío cultural. 1ª ed. – Buenos Aires : Edición Formanchuk & Asociados.

**FRANCO**, Guillermo (2008). Cómo escribir para la Web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online'. Knight Foundation. Disponible en: [http://knightcenter.utexas.edu/como\\_web.php](http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php)

- GALUP**, Luciano (2019) Big Data y Política. De los relatos a los datos. Persuadir en la era de las redes sociales. Penguin Random House. Buenos Aires.
- GOLDHABER**, Michael (1997) La economía de la atención: la economía natural de la red. Disponible en: <https://people.well.com/user/mgoldh/AtEcandNet.html>
- IGARZA**, Roberto. (2009) Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural. La Crujía. Buenos Aires.
- IGARZA**, Roberto (2010) *Nuevas formas de consumo cultural: por qué las redes sociales están ganando la batalla de las audiencias*. En *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo. Vol. 7. N° 20. P50-90. Noviembre 2010.
- HIMANEN**, Pekka (2015). La ética del hacker y el espíritu de la era de la información.
- LÓPEZ**, Guadalupe y **CIUFFOLI**, Clara (2012) Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después. La Crujía, Futuribles. Buenos Aires.
- LÓPEZ GARCÍA**, Guillermo Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en internet. Cibermedios, confidenciales y weblogs.
- MIRANDA** (2010). Herramientas digitales para comunicadores. Facultad de Comunicación, Universidad de Piura. Disponible en: <http://www.scribd.com/doc/28366645/Manual-Herramientas-Digitales-Universidad-de-Piura>
- NOGUES**, Guadalupe (2018) Pensar con otros. Una guía de supervivencia en tiempos de posverdad. El Gato y La Caja. Buenos Aires.
- PARISER**, Eli (2017) El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos. Taurus, Barcelona.
- PISCITELLI**, Alejandro; (2009) Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación; Santillana; 2009.
- ORIHUELA**, José Luis (2006). La revolución de los blogs. Madrid: La esfera de los libros.
- PARDO KUKLINSKI**, Hugo. (2010) Geekonomía. Un radar para producir en el postdigitalismo. Universidad de Barcelona. Barcelona.
- ROST**, Alejandro (2006). La interactividad en el periódico digital. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <http://www.tesisenxarxa.net/TDX-1123106-104448/index.html>
- SCOLARI**, Carlos (2018). Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología evolución, tecnología (Vol. 136). Editorial Gedisa.
- SCOLARI**, Carlos (2018). Transmedia literacy in the new media ecology: white paper.
- SCOLARI**, Carlos y **RAPA** Fernando (2019) Media Evolution. Sobre el origen de las especies mediáticas. La Marca Editora. Buenos Aires.
- TOLOSA, Mauricio (2013)**. Comunidades y redes sociales. El desplome de las pirámides. Sitio Cero. Santiago de Chile.
- VAN DIJCK**, José (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo Veintiuno Argentina.
- VAN PEBORGH**, Ernesto. (2010) Odiea 2.0 Las marcas en los medios sociales. La Crujía. Buenos Aires.
- ZANONI**, Leandro. (2008) El Imperio Digital. El nuevo paradigma de la comunicación 2.0. Ediciones B. Buenos Aires.
- ZUAZO**, Natalia (2015) Guerras de Internet. Un viaje al centro de la red para entender cómo afecta tu vida. Debate. Buenos Aires.
- ZUAZO**, Natalia (2018) Los dueños de Internet. Cómo nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo. Debate. Buenos Aires.

<b>Orientación Profesorado en Comunicación Social</b>
---

**Unidad 1: EL ACCESO Y EL ANÁLISIS CRÍTICO DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN**

- Sociedad de la información, sociedad del conocimiento.
- Brecha digital: social, cultural, económica.
- Nativos digitales-inmigrantes digitales
- Criterios de búsqueda y selección de la información

## **Unidad 2: LA COMUNICACIÓN MEDIADA POR LOS ENTORNOS TECNOLÓGICOS PARA LA ENSEÑANZA Y EL APRENDIZAJE**

- El trabajo colaborativo y la Web 2.0.
- Organización social e inteligente de la información. Nuevas y conjuntas formas de investigar.
- La escritura colaborativa. Nuevas formas de producir y consumir información.
- La narrativa en la enseñanza. Aportes fundamentales de la narrativa a la educación. Función epistemológica y función transformadora.
- El paradigma narrativo y la educación mediada por tecnologías de la información, la comunicación y el conocimiento. Las narrativas transmedia.
- La cultura participativa.

## **Unidad 3: EDUCACIÓN Y TECNOLOGÍAS**

- Marcos teóricos que sustentan la enseñanza y el aprendizaje mediados por las TIC. ¿Qué podemos hacer con las tecnologías y cómo influyen en nuestra experiencia?
- Tecnologías ubicuas como potenciadoras del aprendizaje ubicuo
- Cambios en las formas de enseñar y aprender
- Enseñanza potenciada con entornos tecnológicos
- Modelos de distribución en la escuela: Modelo 1 a 1.

## **Unidad 4: SOFTWARE LIBRE, DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL**

- Software libre y software privativo. La ética hacker. Las ventajas del código abierto.
- Políticas de creación y uso de Software Libre.
- Derechos de autor y propiedad intelectual. Debates actuales en torno a la privatización del conocimiento vs. la democratización de la cultura. Licencias: Copyleft, Copyright, Creative Commons. Implicancias educativas.

## **Bibliografía**

- **BILL COPE Y MARY KALANTZIS.** Aprendizaje ubicuo. Traducción: Emilio Quintana. Grupo Nodos Ele : [www.nodosele.com](http://www.nodosele.com) Ubiquitous Learning. Exploring the anywhere/anytime possibilities for learning in the age of digital media. Edited by Bill Cope and Mary Kalantzis. University of Illinois Press, 2009, 264 pp.
- **BATISTA, María Alejandra. (2007).** Tecnologías de la información y la comunicación en la escuela : trazos, claves y oportunidades para su integración pedagógica. Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación. Buenos Aires.
- **BURBULES, N. y CALLISTER, T. (2001):** Educación: riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información. Cap 4: Lectura crítica en internet (Pág 119 a 131. Buenos Aires. Granica.
- **BUSANICHE, BEATRIZ. (2010)** Argentina Copyleft. La crisis del modelo de Derecho de autor y las prácticas para democratizar la cultura.
- **BUSANICHE, BEATRIZ. (2013).** Propiedad Intelectual y Derechos Humanos. Tensiones existentes entre la Ley 11.723 y el marco constitucional de los Derechos Culturales en Argentina. Tesis de Maestría. FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES (FLACSO).
- **CAMAÑO, CARMEN.** La narrativa en la enseñanza. Disponible en <http://www.camaradelibro.com.uy/wp-content/uploads/2012/03/ART%C3%8DCULO-Y->

[CONFERENCIA-LA-NARRACI%C3%93N-Y-LA-EDUCACI%C3%93N.pdf](#) (última fecha de consulta 22/03/2017)

- **CASTELS, Manuel.** (2009). Comunicación y Poder. Madrid: Alianza editorial.
- **CABERO ALMENARA, J** (Coord): (2007). Nuevas tecnologías aplicadas a la educación. Cap 1: Las Nuevas Tecnologías en la Sociedad de la Información (Pág. 1 a 19). Madrid. Mc Graw Hill.
- **COBO ROMANÍ, CRISTÓBAL; PARDO KUKLINSKI, HUGO.** (2007). Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food
- **GROS, BEGONIA.** (Coord): (2004), Pantallas, juegos y educación. La alfabetización digital en la escuela. Cap 1: ¿Para qué sociedad estamos formando? (Pag. 29 a 43). Madrid. Desclee.
- **HENRY JENKINS** y la Cultura Participativa en ambientes escolares. Conferencia
- **HIMANEN, Pekka.** La ética del hacker y el espíritu de la era de la información.
- **PICO, MARÍA LAURA Y RODRIGUEZ CECILIA.** Trabajos colaborativos : serie estrategias en el aula en el modelo 1 a 1 - 1a ed. - Buenos Aires : Educ.ar S.E., 2011.
- **MAGLIONE, CARLA Y VARLOTTA NICOLÁS.** Compiladores investigación, gestión y búsqueda de información en Internet Serie estrategias en el aula para el modelo 1 a 11 - 1a ed. - Buenos Aires : Educ.ar S.E., 2011.
- **LITWIN, EDITH** (compiladora); Tecnologías educativas en tiempos de Internet; Amorrortu editores; 2005.
- **SAGOL, CECILIA.** El modelo 1 a 1 : notas para comenzar . - 1a ed. - Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación, 2011.
- **STALLMAN, RICHARD.** (2004). Software libre para una sociedad libre. Traficantes de Sueños. Madrid.
- **ROSAS CHAVEZ, LEOBARDO ANTONIO.** (2013). El paradigma narrativo y la educación mediada por tecnologías de la información, la comunicación y el conocimiento. Disponible en <http://somece2015.unam.mx/anterior/MEMORIA/65.pdf> (última fecha de consulta 22/03/2017)
- **ZAÑARTU CORREA, LUZ MARIA.** Aprendizaje colaborativo: una nueva forma de Diálogo Interpersonal y en Red. Revista digital de educación y nuevas tecnologías. Contexto educativo.

## 7. Propuesta metodológica.

El trabajo del cuatrimestre será el de elaborar un proyecto de comunicación multimedial para alguna organización, pública o privada, instituciones educativas, grupos u organizaciones que trabajen en algún tema social, ecológico, gremial, político o sectorial.

Durante este cuatrimestre, deberán trabajar en el desarrollo de una propuesta que contemple el uso de sitios en internet, blogs, redes sociales como Facebook, Twitter, entre otras, o redes propias.

Podrán, además, presentar una propuesta crítica de cómo un medio, organización, institución o grupo desarrolla su comunicación multimedia, para a partir de ahí elaborar un proyecto alternativo que podrá ser totalmente nuevo, modificar el existente o articular nuevas estrategias sobre la actual.

Se utilizará un grupo cerrado en Facebook como medio de comunicación, discusión, debate e intercambio, de modo de que se convierta en un espacio de construcción colectiva del conocimiento. Allí se compartirán novedades, actividades, materiales, enlaces, opiniones en diversos formatos.

### Desarrollo:

- Diseñar, criticar, proponer, modificar una estrategia de comunicación Multimedia y redes sociales para una organización pública o privada.
- El trabajo se hará en equipo de entre dos y tres personas (dependerá de la matrícula de la cátedra)

### **Para la orientación Profesorado en Comunicación Social**

El trabajo del cuatrimestre consistirá en la realización de una planificación de una clase mediada por tecnologías, como por ejemplo PEDCO y/o Classroom. La misma deberá integrar los siguientes ítems: Destinatarios - Curso -Institución - Fundamentación - Propósitos - Metodología - Evaluación - Actividades - Recursos -Bibliografía.

La planificación será socializada en un “simulacro de clase” cuya duración será de 30 min. con las/os compañera/os de cursado.

El trabajo se realizará a través de documentos compartidos en Google Drive, generando así un ambiente de construcción colectiva, donde docentes y estudiantes puedan aportar sugerencias, ideas y/o comentarios durante el proceso de producción final.

### **8. Evaluación y condiciones de acreditación.**

La cátedra hará una evaluación del proceso de producción de esta propuesta de comunicación en multimedia. La incorporación de nuevos conocimientos en la estrategia, serán computados como prácticos.

Para la aprobación del cursado, deberá acreditarse el conocimiento sobre las herramientas disponibles para la producción de mensajes multimediales y su aplicación.

#### **Para promocionar:**

1. Reunir al momento de la inscripción las correlatividades fijadas para cursar en el respectivo plan de estudios.
2. Asistir al 80 % de las actividades académicas programadas (sean estas: clases, actividades de campo, trabajos presenciales, discusión de seminarios, etc.)
3. Aprobar la totalidad de los objetivos programados;
4. Aprobar todos los trabajos prácticos y/o de campo planificados;
5. Aprobar el objetivo final de integración de los objetivos específicos propios de la asignatura en la última semana del cuatrimestre.

Para rendir libre, deberá solicitarse una entrevista con el equipo de cátedra para ser informado de los contenidos mínimos requeridos, y el plan de trabajos prácticos a desarrollar, que serán similares a los que se dictan durante el cursado.

### **9. Distribución horaria semanal.**

La materia se cursa durante cuatro horas semanales, que se distribuirán en dos horas de clases teóricas y dos de trabajos prácticos.

**Francisco Alvarez**  
Ayudante de Cátedra

**Eliana Sandoval**  
Ayudante de Cátedra

**Fabián Bergero**  
Profesor Adjunto