

## PROGRAMA DE ESTUDIO

### I Identificación

Carrera	<b>Ciencias de la Comunicación</b>	Pre-requisito	<b>COM205 COM209 COM306</b>
Asignatura	<b>Producción Multimedios y Multiplataforma</b>	Carga horaria semestral/anual	<b>77</b>
Año/Semestre	<b>Anual</b>	Carga horaria semanal	<b>2</b>
Código de identificación	<b>COM405</b>	Clases teóricas	<b>40</b>
Área de formación	<b>Profesional</b>	Clases prácticas	<b>60</b>
Plan curricular	<b>2021</b>	Créditos	
Versión de programa	<b>01</b>		

### II Fundamentación

La asignatura Producción Multimedios y Multiplataforma del cuarto curso de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este (UNE), se fundamenta en la necesidad de preparar a los estudiantes para enfrentar los desafíos que presenta la comunicación contemporánea en un entorno digital en constante evolución. La capacidad de crear, gestionar y distribuir contenidos a través de múltiples plataformas es esencial para el éxito en el campo de la comunicación actual.

En un mundo donde la información se consume de diversas formas y a través de distintos dispositivos, la producción multiplataforma se vuelve fundamental. Esta área de estudio permite a los estudiantes desarrollar proyectos comunicacionales que integren diferentes medios, desde textos y gráficos hasta video y audio, con el fin de maximizar el alcance y la efectividad de los mensajes. Aprender a planificar y ejecutar proyectos multiplataforma no solo es relevante para la comunicación efectiva, sino que también responde a la demanda del mercado laboral de profesionales versátiles y adaptables.

La comprensión de la teoría de la comunicación multimedia es crucial para la producción de contenido que sea no solo atractivo, sino también significativo. Esta asignatura ofrece a los estudiantes un marco teórico que aborda las dinámicas de la comunicación

#### MISIÓN

La Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este, es una Institución de Educación Superior, formadora de profesionales competentes en las áreas sociales y humanidades de los niveles de grado y postgrado, fomentando la calidad de la docencia, investigación y extensión, para responder a los requerimientos de la sociedad.

#### VISIÓN

Ser una institución que asume los desafíos del entorno con responsabilidad social, formando profesionales competentes en el marco de la docencia, investigación y extensión.

visual y sonora, así como su interacción con el contenido textual. A través de un enfoque práctico, los estudiantes aplicarán estos conceptos en la creación de productos multimedia, desarrollando competencias técnicas y creativas que les permitan producir contenido relevante y de alta calidad en diversos formatos.

El estudio de las teorías de la comunicación y de la información proporciona a los estudiantes un entendimiento profundo de los procesos comunicativos en la sociedad actual. Estas teorías son fundamentales para analizar cómo se construyen los significados, cómo se transmiten y cómo se perciben los mensajes en diferentes contextos. Este conocimiento teórico es esencial para desarrollar una crítica constructiva sobre el papel de los medios y la tecnología en la información contemporánea, así como para fomentar una comunicación responsable y ética.

La asignatura Producción Multimedios y Multiplataforma no solo busca dotar a los estudiantes de habilidades técnicas y creativas, sino que también pretende formar profesionales reflexivos y críticos en el ámbito de la comunicación. Al integrar conocimientos teóricos con la práctica, los estudiantes estarán mejor preparados para enfrentar los retos del entorno comunicacional actual y contribuir de manera significativa en sus futuros roles como comunicadores. La formación que se ofrece en esta asignatura es vital para garantizar que los futuros profesionales sean capaces de adaptarse a las transformaciones en la forma en que se produce y consume la información en el mundo digital.

### III Competencias genéricas

- Capacidad para expresar ideas y conceptos de manera clara y coherente en diferentes contextos y a través de diversos medios.
- Habilidad para analizar, evaluar y sintetizar información proveniente de múltiples fuentes, así como para formular juicios fundamentados.
- Capacidad para colaborar eficazmente con otros, respetando diferentes puntos de vista y contribuyendo al logro de objetivos comunes.
- Habilidad para adaptarse a entornos cambiantes y aprender nuevas herramientas y tecnologías en el ámbito de la comunicación.
- Compromiso con prácticas comunicativas que respeten principios éticos y promuevan la justicia social y la diversidad.
- Capacidad para desarrollar soluciones originales y creativas en la producción de contenidos y en la gestión de proyectos.

#### MISIÓN

La Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este, es una Institución de Educación Superior, formadora de profesionales competentes en las áreas sociales y humanidades de los niveles de grado y postgrado, fomentando la calidad de la docencia, investigación y extensión, para responder a los requerimientos de la sociedad.

#### VISIÓN

Ser una institución que asume los desafíos del entorno con responsabilidad social, formando profesionales competentes en el marco de la docencia, investigación y extensión.

## IV Competencias específicas

- Habilidad para crear y gestionar contenido multimedia (texto, audio, video, gráficos) adaptado a diversas plataformas.
- Capacidad para planificar, ejecutar y evaluar proyectos comunicacionales que integren múltiples formatos y canales de distribución.
- Comprensión y aplicación de las teorías de la comunicación y de la información para mejorar la calidad y efectividad de los mensajes.
- Habilidad para utilizar software y herramientas digitales para la creación y edición de contenidos multimedia.
- Capacidad para medir y analizar el impacto de los mensajes y contenidos producidos en diferentes audiencias.
- Habilidad para diseñar y ejecutar estrategias de comunicación que maximicen el alcance y la efectividad de los contenidos en entornos digitales.

## V Contenidos programáticos

### 5.1 Unidad I - Introducción a la comunicación multiplataforma. (11 h)

- 5.1.1 Definición de comunicación multiplataforma; Importancia de la adaptación de mensajes a distintos medios.
- 5.1.2 Características de los medios tradicionales (televisión, radio, prensa) y digitales (redes sociales, sitios web, apps).
- 5.1.3 Elementos y características de un proyecto comunicacional multiplataforma; Análisis del contexto actual de la comunicación digital.
- 5.1.4 Tipos de audiencias y su comportamiento en distintas plataformas.
- 5.1.5 Análisis comparativo de proyectos de comunicación en distintas plataformas.
- 5.1.6 Investigación sobre el uso de cada medio en campañas publicitarias.
- 5.1.7 Identificación de plataformas digitales y sus características.
- 5.1.8 Ejercicio práctico de creación de un mismo mensaje adaptado a tres plataformas distintas.
- 5.1.9 Diseño inicial de un proyecto multiplataforma.
- 5.1.10 Responsabilidad en la gestión de contenidos adaptados a distintas audiencias.
- 5.1.11 Actitud crítica ante el consumo y producción de medios multiplataforma.
- 5.1.12 Trabajo en equipo para la creación de proyectos multiplataforma.
- 5.1.13 Valoración de la diversidad de medios en la comunicación contemporánea.

## 5.2 Unidad II - Teoría y práctica de comunicación multimedia. (14 h)

- 5.2.1 Principios y fundamentos de la comunicación multimedia.
- 5.2.2 Elementos del diseño multimedia: texto, audio, video, gráficos y animaciones.
- 5.2.3 Modelos de comunicación aplicables a entornos multimedia.
- 5.2.4 Principios de la narrativa multimedia: integración de texto, audio, video e imágenes.
- 5.2.5 Tipos de formatos multimedia y sus aplicaciones.
- 5.2.6 Introducción al uso de software para la producción multimedia (ej. Adobe Premiere, Canva).
- 5.2.7 Elaboración de guiones para contenidos multimedia.
- 5.2.8 Creación de un proyecto multimedia sencillo (spot publicitario, corto audiovisual o infografía interactiva).
- 5.2.9 Innovación y creatividad en la creación de contenido multimedia.
- 5.2.10 Apertura a nuevas tecnologías y herramientas para mejorar la producción.
- 5.2.11 Fomento de la creatividad en la producción de contenidos multimedia.
- 5.2.12 Valoración del trabajo colaborativo en proyectos multimedia.

## 5.3 Unidad III - Teorías de la comunicación y de la información. (12 h)

- 5.3.1 Principales teorías de la comunicación y su relevancia en la comunicación digital (Shannon y Weaver, Berlo, teoría hipodérmica, espiral del silencio, teoría crítica, entre otras).
- 5.3.2 Relación entre la teoría de la comunicación y los medios de masas. Análisis crítico de la información en la era digital.
- 5.3.3 Análisis de casos mediáticos a través de distintas teorías de la comunicación. Debate sobre el impacto de los medios en la sociedad basado en teorías.
- 5.3.4 Realización de un ensayo crítico sobre una teoría aplicada a un caso actual.
- 5.3.5 Aplicación de teorías de la comunicación a casos prácticos. Análisis de información en diferentes formatos y plataformas.
- 5.3.6 Actitud crítica frente a las teorías y su aplicabilidad en contextos actuales. Reflexión sobre la ética de los medios de comunicación.
- 5.3.7 Compromiso con la investigación teórica para mejorar la práctica profesional.
- 5.3.8 Desarrollo de un enfoque crítico frente a la información consumida y producida.

## 5.4 Unidad IV - Producción de contenidos multimedia. (12 h)

- 5.4.1 Estrategias para la creación de contenido atractivo en diferentes plataformas.
- 5.4.2 Definición de la sobreinformación y la infoxicación.
- 5.4.3 Canales de información en la era digital: blogs, redes sociales, podcasts, etc.

- 5.4.4 Estrategias para la curaduría de contenido.
- 5.4.5 Técnicas de edición de audio y video.
- 5.4.6 Consideraciones estéticas y narrativas en la producción multimedia.
- 5.4.7 Ejercicio de selección y validación de fuentes de información digital.
- 5.4.8 Análisis de la propagación de fake news y estrategias para combatirla.
- 5.4.9 Desarrollo de un plan de curaduría de contenido para una plataforma digital.
- 5.4.10 Prácticas de edición de audio y video.
- 5.4.11 Creación de contenido visual y gráfico para medios digitales.
- 5.4.12 Responsabilidad en la producción y difusión de contenidos.
- 5.4.13 Compromiso con la veracidad y la ética en la distribución de información.
- 5.4.14 Responsabilidad social en la producción y compartición de información digital.
- 5.4.15 Promoción de la alfabetización mediática en audiencias digitales.
- 5.5 Unidad V - Gestión de proyectos multiplataforma. (14 h)
  - 5.5.1 Metodologías de gestión de proyectos comunicacionales.
  - 5.5.2 Herramientas para la planificación y seguimiento de proyectos (ej. Trello, Asana); Evaluación de resultados en proyectos de comunicación.
  - 5.5.3 Ejercicios prácticos de creación de contenido audiovisual (grabación y edición de videos cortos).
  - 5.5.4 Uso de diferentes planos y ángulos para generar distintas emociones en el espectador.
  - 5.5.5 Desarrollo de un proyecto comunicacional desde su concepción hasta la evaluación.
  - 5.5.6 Implementación de herramientas de gestión en proyectos.
  - 5.5.7 Valoración del lenguaje audiovisual como herramienta para el cambio social.
  - 5.5.8 Fomento del trabajo en equipo y colaboración en proyectos.
  - 5.5.9 Sensibilidad hacia los mensajes transmitidos a través del audiovisual.
  - 5.5.10 Respeto por la diversidad de opiniones y culturas representadas en los medios audiovisuales.
- 5.6 Unidad VI - Estrategias de difusión y evaluación. (14 h)
  - 5.6.1 Fases de un proyecto de comunicación: planificación, ejecución y evaluación.
  - 5.6.2 Herramientas para la gestión de proyectos: cronogramas, presupuestos, equipos de trabajo.
  - 5.6.3 Tipos de proyectos de comunicación (campañas publicitarias, documentales, series web, etc.).
  - 5.6.4 Estrategias de difusión de contenido en redes sociales y plataformas digitales. Análisis de métricas y evaluación de campañas comunicacionales.

- 5.6.5 Tendencias actuales en la difusión de contenido multimedia.
- 5.6.6 Elaboración y ejecución de una campaña comunicacional en redes sociales.
- 5.6.7 Análisis de resultados y métricas de campañas.
- 5.6.8 Elaboración y ejecución de una campaña comunicacional en redes sociales.
- 5.6.9 Análisis de resultados y métricas de campañas.
- 5.6.10 Proactividad en la gestión y toma de decisiones dentro de un proyecto.
- 5.6.11 Compromiso con la ética y la responsabilidad social en la difusión de contenidos.
- 5.6.12 Responsabilidad y cumplimiento en el trabajo por objetivos.
- 5.6.13 Colaboración y liderazgo en la organización de proyectos.

## VI Metodología de enseñanza-aprendizaje

- Enfoque basado en proyectos
  - Los estudiantes trabajarán en proyectos reales o simulados, desde la concepción hasta la ejecución, lo que les permitirá aplicar conocimientos teóricos y prácticos.
  - Cada unidad puede culminar en un proyecto que combine los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales. Por ejemplo, en la Unidad 1 (Comunicación Multiplataforma), los estudiantes podrían desarrollar una campaña adaptada a diferentes plataformas.
- Aprendizaje colaborativo
  - Se fomenta el trabajo en equipo para que los estudiantes intercambien ideas, reflexionen y resuelvan problemas juntos. El aprendizaje colaborativo refuerza la comprensión de los conceptos a través del debate y la construcción conjunta de soluciones.
  - Se puede asignar a los estudiantes tareas en grupos, como la creación de un proyecto audiovisual en la Unidad 2 (Producción Multimedia), donde cada miembro del grupo asume un rol específico (guionista, editor, productor).
- Uso de recursos digitales:
  - Se integrarán plataformas digitales y recursos en línea como parte del proceso de enseñanza-aprendizaje. Los estudiantes utilizarán herramientas como foros, blogs y redes sociales para compartir sus trabajos y colaborar con sus compañeros.
  - Se incorporará el uso de tutoriales y videos instructivos para apoyar el aprendizaje autónomo.

- Para la Unidad 3 (Teorías de la Comunicación), los estudiantes pueden estudiar las principales teorías antes de clase y luego aplicarlas en análisis de casos durante las sesiones presenciales.
- Estudio de casos
  - Los estudiantes analizan casos reales o hipotéticos para aplicar los conceptos teóricos a situaciones prácticas, desarrollando habilidades de resolución de problemas y toma de decisiones.
  - En la Unidad 4 (Estrategias de Información en la Era Digital), se pueden analizar casos de éxito o fracaso en la gestión de la información y las fake news en las redes sociales.
- Aprendizaje experiencial
  - Los estudiantes aprenden a través de la experiencia directa, donde la reflexión sobre lo aprendido juega un papel fundamental.
  - En la Unidad 5 (Comunicación Audiovisual), los estudiantes pueden producir cortometrajes o documentales y luego analizar los resultados en términos de impacto social.
- Simulaciones y Role-Playing
  - Se emplean simulaciones o juegos de roles para recrear situaciones reales que los estudiantes podrían enfrentar en el ámbito profesional.
  - En la Unidad 6 (Gestión de Proyectos), se pueden simular reuniones con clientes, manejo de crisis de comunicación o la creación de una estrategia de marketing.

## VII Metodología de evaluación

- Evaluación continua:  
 Se implementará un sistema de evaluación continua que permita monitorear el progreso de los estudiantes a lo largo del curso. Esto incluirá tareas, proyectos, y actividades que se realizarán periódicamente.
- Rúbricas de evaluación:  
 Se utilizarán rúbricas detalladas para evaluar proyectos y presentaciones. Estas rúbricas establecerán criterios claros en áreas como la creatividad, la calidad técnica, el contenido, la colaboración en grupo y la presentación oral. Esto facilitará una evaluación objetiva y transparente.
- Autoevaluación y coevaluación:  
 Se fomentará la autoevaluación, donde los estudiantes reflexionarán sobre su propio aprendizaje y desempeño en proyectos.  
 La coevaluación permitirá que los estudiantes evalúen el trabajo de sus compañeros, lo que fomentará la crítica constructiva y el aprendizaje colaborativo.

- Exámenes teóricos y prácticos:  
Se llevarán a cabo exámenes teóricos que evalúen el conocimiento de conceptos clave relacionados con la comunicación multimedia y multiplataforma.  
También se realizarán exámenes prácticos donde los estudiantes demostrarán su capacidad para utilizar herramientas de producción multimedia en situaciones reales o simuladas.
- Presentaciones orales:  
Se evaluará la capacidad de los estudiantes para comunicar sus ideas de manera efectiva a través de presentaciones orales. Esto incluirá la claridad del contenido, el uso adecuado de recursos visuales y la habilidad para interactuar con el público.
- Proyectos finales:  
Al final del curso, se llevará a cabo un proyecto final que integrará los conocimientos adquiridos a lo largo del año. Este proyecto se evaluará de manera integral, considerando tanto el proceso de trabajo como el producto final.
- Feedback constructivo:  
Se proporcionará retroalimentación constructiva a los estudiantes después de cada evaluación. Esta retroalimentación ayudará a los estudiantes a identificar sus fortalezas y áreas de mejora, promoviendo un aprendizaje continuo.

## Bibliografía básica

- Castañeda, L. (2022). *Narrativas digitales: La comunicación en la era de las pantallas*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Córdoba, J., & Pérez, R. (2019). *Diseño y producción de contenidos digitales*. Editorial Académica Española.
- García, C., & Vega, R. (2021). *La gestión de crisis en entornos digitales: Cómo actuar ante situaciones adversas en las redes sociales*. Editorial Comunicación y Estrategia.
- Morales, J. A., & Ramos, A. (2020). *Producción audiovisual: Teoría y práctica en la era digital*. Ediciones Universidad de Salamanca.
- Valdés, J. C. (2021). *Estrategias de comunicación en entornos digitales*. Ediciones de la Universidad Autónoma de Barcelona.

## Bibliografía complementaria

Fernández, M. A. (2020). *Teorías de la comunicación en el entorno digital*. Editorial Síntesis.

Hernández, A., & Morales, P. (2023). *Producción de contenidos para la web: Un enfoque práctico*. Ediciones Trea.

López, R. (2018). *Comunicación y educación en la era digital*. Ediciones Morata.

### MISIÓN

La Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este, es una Institución de Educación Superior, formadora de profesionales competentes en las áreas sociales y humanidades de los niveles de grado y postgrado, fomentando la calidad de la docencia, investigación y extensión, para responder a los requerimientos de la sociedad.

### VISIÓN

Ser una institución que asume los desafíos del entorno con responsabilidad social, formando profesionales competentes en el marco de la docencia, investigación y extensión.