

Taller permanente de Periodismo Digital y Publicaciones Electrónicas I

Lic. Guillermo Enrique López Año 2001.

Fundamentación:

Es el objetivo de este seminario el otorgar a los participantes herramientas conceptuales y apropiación práctica de conocimientos referidos al diseño de contenido para publicaciones electrónicas, entendiéndose por tales aquellas que circulan por redes (intranets o extranets) o soportes físicos Cdrom, DVD, etc.

Se encuentra destinado a alumnos de la Licenciatura en Comunicación social de ambas orientaciones y aborda el fenómeno tanto a nivel institucional y/o corporativo, como a nivel de medio de difusión masiva (periodismo digital)

La necesidad de abordar este nuevo soporte en se hace indispensable en virtud de la aceleración de su evolución y su gravitación cada vez mayor en la sociedad (**basta señalar que en los últimos cuatro años Internet experimento un crecimiento de 70 millones de usuarios frente a 2 millones de la radio y a 6 millones de la TV.**) Todo ello sumado al hecho de observar un vacío y falta de profesionales de la comunicación en este área, actualmente dominada por diseñadores gráficos y gente con conocimientos informáticos.

Es prioritario capacitar en este área a productores de contenido que atendiendo a las particularidades del medio diseñen los contenidos adecuados a optimizar el proceso comunicacional.

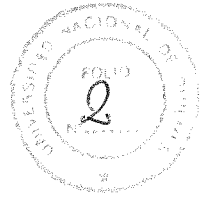
Desde el punto de vista laboral es aquí donde se vislumbra mejores posibilidades para los comunicadores sociales, pues, en tanto los medios tradicionales (prensa escrita, radio y televisión) excluyen cada vez más profesionales en virtud de un creciente proceso concentración, la necesidad de figurar en "**LA RED**", la creciente informatización de PYMES y diversos establecimientos de todo tipo, el incremento del comercio electrónico y las proyecciones de crecimiento vaticinado, hacen creciente la demanda de comunicadores para estos fines.

Es un momento fundacional (al menos en nuestro país) El surgimiento de una nueva forma de difusión masiva, y la novedad implica un desafío, aceptarlo es construir conocimiento, generar los cuerpos teóricos que servirán a otros, ser pioneros. No hacerlo ahora, sería incorporarlos más adelante, leyendo lo de otros, copiando lo que alguien se atrevió a hacer, perder el sitio de **productor** y situarse en el del **consumidor**.

OBJETIVOS:

Lograr la adquisición de los conocimientos y destrezas básicos para la participación en la edición de un medio electrónico

- Transmitir al alumno la necesidad de adquirir las destrezas necesarias para dominar éste nuevo medio y nuevos soportes, ampliando su ámbito de incumbencia laboral.
- Darle a conocer, los elementos básicos para incursionar en el soporte Digital como medio de transmisión e implementación de estrategias comunicativas.
- Estimularles el sentido crítico respecto a la valoración de las fuentes y enseñarles las técnicas necesarias para la búsqueda y difusión de información a través de medios electrónicos.



Método

- El método docente a emplear será mixto utilizando como elemento básico las clases teórico-prácticas pero fomentando la participación del alumno en clase a través de la realización y discusión de trabajos individuales y en grupo que serán expuestos y discutidos en clase. A las clases teóricas y de discusión en grupo deben añadirse las clases prácticas en aulas informáticas en donde los alumnos deberán aprender a manejarse a través de la red Internet y de algunos CD-ROM.

PROGRAMA:

Unidad 1:

- Origen y evolución de Internet
- ¿Qué es Internet?
- Origen y evolución histórica
- Servicios básicos de Internet
- Instituciones más importantes de Internet

Unidad 2.

- Estado actual de la edición digital:
- Análisis de distintos periódicos digitales. Análisis documental de imágenes fijas y en movimiento.
- Análisis formal
- Análisis de contenido
- Fuentes de información gráficas y audiovisuales

Unidad 3.

Fuentes de información digital

- Fuentes oficiales
- Directorios temáticos
- Máquinas de búsqueda
- Directorios empresariales

Unidad 4.

Intranets, extranets e imagen corporativa.

- El espacio de la comunicación empresarial e institucional en los procesos comunicativos: Configuración teórica y técnica de la comunicación corporativa.
- Naturaleza y funciones de la comunicación en las instituciones y empresas modernas: la gestión comunicativa, el departamento de la comunicación, la cultura corporativa.
- Nuevas tecnologías de la información para la comunicación institucional.
- Bases de la estrategia de comunicación: marco de identidad, identificación de públicos y objetivos de imagen. El plan estratégico de comunicación.
-La identidad visual y los soportes institucionales.
-La comunicación externa: comunicación instrumental y comunicación cualitativa en las instituciones. Canales, instrumentos y soportes.
-Publicaciones de empresa, fotos y actos públicos, publicidad institucional.

- Periodismo de fuentes y relaciones con los medios de comunicación.
- La comunicación interna.
- El manual de gestión comunicativa y el plan anual de comunicación.

Unidad 5.

- Herramientas para la elaboración de una publicación electrónica (con especial dedicación a los programas de mayor difusión)
- Organización de la información: el texto en pantalla; Imagen y sonido (Integración multimedia).
- Estructura de la información: plegar la información.
- Interfaces Hipertextuales, textuales, icónicos, gráficos – (artificios y lenguajes gráficos)

Unidad 6.

- Un modelo de publicación electrónica para comunicación interna o externa (Dossier y presentación del proyecto: Origen, fundamento, implementación, recursos, público objetivo, etc.)

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura se realizará en base a tres criterios: el examen teórico, que se realizará al final del cuatrimestre en el que el alumno debe reflejar lo aprendido en la asignatura (tanto a través de la bibliografía obligatoria como en su presentación en soporte Web); los trabajos que se marquen en clase, se valorará la adecuación de los trabajos a los requisitos propuestos, la originalidad en el punto de vista que se ofrece y, sobre todo, la participación en las discusiones; y el examen de prácticas, que será individual y deberá reflejar los conocimientos y las técnicas aprendidas por los alumnos en las clases prácticas.

Un ejercicio final: a partir de una información dada en soporte convencional, su tratamiento (interfaz, plegado) para un periódico digital.
Valoración continua de los trabajos realizados a lo largo del curso

Para lograr los créditos de la asignatura es necesario superar cada una de las tres partes. El alumno debe tener en cuenta que además de las explicaciones de clase existe una bibliografía con lecturas obligatorias, que pueden ser parte del examen teórico.

REQUISITOS (Asignaturas o materias cuyo conocimiento se presupone):

- Conocimientos de redacción y tratamiento de la información.
- Conocimientos de la herramienta informática básica proporcionado por una asignatura previa
- Principios de navegación por la información.
- Utilización de herramientas de diseño.



PRÁCTICAS (en su caso) :

Todo el curso de desarrollará en la Sala de computación de la Universidad (o en un ámbito propio provisto de computadoras) y con los medios técnicos dispuestos en ella para la publicación electrónica.

Guillermo Enrique López
Lic. Guillermo Enrique López
Año 2001