

**PROGRAMA DE ASIGNATURA  
LABORATORIO MULTIMEDIA II**

**A. Antecedentes Generales**

<b>1. Unidad académica</b>	Facultad de Comunicaciones						
<b>2. Carrera</b>	Periodismo						
<b>3. Código del ramo</b>	PLM321						
<b>4. Ubicación en la malla</b>	Tercer Año / Sexto Semestre						
<b>5. Créditos</b>	8						
<b>6. Tipo de asignatura</b>	Obligatorio	x	Electivo		Optativo		
<b>7. Duración</b>	Bimestral		Semestral	x	Anual		
<b>8. Módulos semanales</b>	Clases Teóricas	1	Clases Prácticas	1	Ayudantía	1	
<b>9. Horas académicas</b>	Clases	102	Ayudantía		34		
<b>10. Pre-requisito</b>	Laboratorio Multimedia I						

**B. Aporte al Perfil de Egreso**

El curso pretende que el alumno profundice las posibilidades narrativas que ofrecen los entornos digitales para elaborar formas periodísticas que integren texto, fotografías, audio, animaciones e interactividad. De esta manera, podrá desempeñarse en esta área del periodismo en cualquier medio de comunicación en línea y plantear soluciones novedosas para comunicar los hechos y desarrollar historias.

Laboratorio Multimedia II pertenece al segundo ciclo de estudio y corresponde a la línea de destrezas profesionales. Se relaciona directamente con las asignaturas de Taller de Lenguaje Audiovisual, Taller de Storytelling, Fotoperiodismo y Laboratorio Multimedia I.

Esta asignatura contribuye a desarrollar las competencias genéricas de la Universidad del Desarrollo, Visión global y Emprendimiento y Liderazgo y al desarrollo de dos competencias específicas de la carrera de Periodismo: Elaboración de productos periodísticos para diversos formatos y plataformas y Creatividad.

Como se trata del ciclo de Licenciatura, el trabajo académico se orienta al nivel medio de formación, lo que es coherente con el perfil de egreso, y se evidencia en los objetivos del curso y sus dimensiones. Los conocimientos del curso contribuyen al logro del perfil UDD, al ser una ayuda concreta para el emprendimiento de nuevas iniciativas en el campo de la multimedia y en el diseño y ejecución de estrategias digitales.

### C. Competencias y Resultados de Aprendizaje que desarrolla la Asignatura

COMPETENCIAS GENÉRICAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE GENERALES
Visión global	- Analiza cómo las plataformas multimedia, combinadas con un enfoque periodístico o documental, pueden aportar al periodismo digital y al proceso de la comunicación.
Emprendimiento y liderazgo	- Elabora proyectos, proponiendo soluciones eficaces, buscando alternativas frente a la complejidad de la información para abordar eficientemente a las audiencias.
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	
Elaboración de productos periodísticos para diversos formatos y plataformas	- Diseña un proyecto web que integre texto, fotografías, audio, animaciones e interactividad con objetivos que obedecen a una estrategia de comunicación.
Creatividad	- Crea proyectos digitales a partir de una actitud innovadora y empática mediante trabajo en equipo

### D. Unidades de Contenido y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
<b>1 Tendencias y audiencias digitales</b> 1.1 Características de la convergencia y el impacto de las tecnologías 1.2 Conceptos transmedia, crossmedia y la fragmentación de la narración. Narrativas lineales vs. no lineales. 1.3 Principios de la narrativa transmedia según Henry Jenkins y Scolari. 1.4 El prosumidor y su efecto en la industria de los medios. 1.5 Desmasificación de las audiencias. Teoría del long tail.	Visión Global  Elaboración de productos periodísticos para diversos formatos y plataformas	Revisa los conceptos de convergencia e impacto de las tecnologías a la hora de crear un proyecto transmedia.  Determina las posibles audiencias y elabora productos periodísticos orientados a estas.  Redacta textos en formato digital orientados a aparecer entre los primeros lugares de los buscadores.  Revisa la autenticidad de los contenidos online a través de herramientas apropiadas.

<p><b>2 Narrativas y storytelling</b></p> <p>2.1 Construcción de un proyecto periodístico transmedia.</p> <p>2.2 Formatos para el desarrollo de narrativas digitales. Long form, reportajes y especiales.</p> <p>2.3 Visualización y recursos interactivos:</p> <p>2.3.1 Wordpress</p> <p>2.3.2 Fotografía: Foto comparativa, inmersión fotográfica, panoramas 360º y foto-relatos.</p> <p>2.3.3 Imágenes e infografías interactivas.</p> <p>2.3.4 Gráficos interactivos.</p> <p>2.3.5 Audio digital y podcast.</p> <p>2.3.6 Mapas y líneas de tiempo.</p>	<p>Elaboración de productos periodísticos para diversos formatos y plataformas</p> <p>Creatividad</p> <p>Emprendimiento y liderazgo</p>	<p>Crea datos interactivos eficaces y útiles a través de ejercicios prácticos.</p> <p>Elabora infografías animadas mediante la combinación de diversos formatos digitales.</p> <p>Crea storyboards para organizar visualmente una fotografía interactiva.</p> <p>Diseña infografías sobre temáticas de interés para esclarecer la entrega del contenido.</p> <p>Formula videos, gráficos, mapas, rutas y líneas de tiempo interactivos sobre diversas temáticas que posibiliten la claridad en la entrega del contenido.</p>
<p><b>3 Redes sociales y periodismo móvil</b></p> <p>3.1 Introducción a las redes sociales: Características, perfil y comportamiento de los usuarios, algoritmos e instantaneidad de la información.</p> <p>3.2 Redes sociales en los medios. Casos internacionales y nacionales.</p> <p>3.3 Historia, características y funcionalidades de las principales redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, LinkedIn, entre otras).</p> <p>3.4 El rol e importancia de la mensajería instantánea.</p>	<p>Elaboración de productos periodísticos para diversos formatos y plataformas</p> <p>Creatividad</p> <p>Visión Global</p>	<p>Infiere el rol del usuario de la web y redes sociales.</p> <p>Actualiza los conocimientos de aplicaciones como Google Analytics, Facebook, Twitter, Instagram y You Tube.</p> <p>Analiza los distintos casos casos, reconociendo características del lenguaje, audiencia y plataforma.</p>

<p>3.5 Plataformas móviles como medios para la información. Consumo de datos.</p> <p>3.6 Estrategia de viralización de contenidos.</p> <p>3.7 Métricas digitales y auditoría de contenido (ComScore, IAB, Alexa, Insights de Facebook, entre otras).</p>		<p>Produce un proyecto que considera métricas e indicadores que justifican su ejecución, a través de trabajo en equipo</p>
<p><b>4 Video digital</b></p> <p>4.1 Video y storytelling en entornos digitales.</p> <p>4.2 Formatos de video: Streaming, on demand, redes sociales, explicativos, animaciones.</p> <p>4.3 Herramientas de video digital y video en vivo</p>	<p>Elaboración de productos periodísticos para diversos formatos y plataformas</p> <p>Creatividad</p>	<p>Aplica conceptos innovadores para generar propuestas creativas para el público.</p> <p>Elabora videos y relatos en formatos digitales.</p> <p>Utiliza herramientas digitales innovadoras para rrss y entorno on demand.</p>

### E. Estrategias de Enseñanza

Clases teórico-prácticas donde los estudiantes aplican los contenidos trabajados a través de diversos ejercicios en guías de trabajo que se realizan tanto dentro como fuera de la clase.

Trabajo de taller para diseñar y elaborar proyecto digital.

Presentaciones individuales y/o grupales sobre materias asignadas, y elaboración de informes de avance de diseños de distintos productos para plataformas digitales, entre otros.

### F. Estrategias de Evaluación

Se contemplan los siguientes instrumentos de evaluación:

- Dos certámenes, en los que se evaluará la aplicación de los contenidos teóricos y prácticos, a través del uso de diversos programas que el estudiante deberá dominar.
- Control de lectura y prueba de contenidos, correspondiente a alguno de los textos de la bibliografía obligatoria y de los contenidos de clases.
- Foros de discusión sobre análisis de tendencias digitales.
- Trabajos prácticos, individuales y grupales, en los que se verificará, gradualmente, que el alumno conoce el fundamento teórico y es capaz de plasmarlo en una obra gráfica. En la evaluación se considerará, entre otros aspectos, el avance en clases y el respeto de los derechos de autor.

- Examen final.

## G. Recursos de Aprendizaje

### Bibliografía Obligatoria

- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia, cuando todos los medios cuentan*. España: Deusto.
- Knight Center, Mioli, T., & Nafría, I. (2017). *Periodismo Innovador en América Latina*. Recuperado de <https://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/periodismo-innovador-en-america-latina-es>
- Crucianelli, S. (2013). *Herramientas Digitales para Periodistas*. Recuperado de <https://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/herramientas-digitales-para-periodistas-ferramentas-digitais-para-jornalistas>
- Irigaray, F. (2015). *Reflexiones Móviles: El Periodismo en la era de la movilidad*. Rosario, Argentina: UNR Editora. <https://es.scribd.com/doc/255482503/Reflexiones-Moviles-El-periodismo-en-la-era-de-la-movilidad>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós.

### Bibliografía Complementaria

- Camus, J. C. Tienes 5 segundos. Manual para escribir en sitios webs. <http://tienes5segundos.cl/pdfs/libro-tienes5segundos-final.pdf>
- Mobile Journalism Manual: The guide for reporters and newsrooms <https://www.mojo-manual.org>
- Muñoz, G., & Elósegui, T. (2011). *El arte de medir: Manual de Analítica Web*. Barcelona, España: Profit Editorial.
- Benedetti, A. (2019). *Marketing en Redes Sociales: Detrás de escena*. Buenos Aires, Argentina: Temas Grupo Editorial.
- Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2013). *Periodismo Postindustrial*. <https://congresoperiodismo.com/wp-content/uploads/2018/01/Periodismo-postindustrial.pdf>
- Predicciones para el Periodismo 2020 de Nieman Lab <https://www.niemanlab.org/collection/predictions-2020/>
- Hootsuite Blog <https://blog.hootsuite.com/>

Casos: Análisis de reportajes digitales y narrativas transmedia: