

ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL

COMITÉ DE ESTUDIOS GENERALES DE POSTGRADO

I semestre

AUTORIDADES CENTRALES

Consejo Universitario

Rector

Dr. Joaquin Rodríguez Alonso

Vicerrector Académico

Dr. Francisco Febres Cordero

Vicerrectora Administrativa

Esp. Carolina Arcay de López

Presidente Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico

Mg. Edison Mariño Osuna

Presidente del Comité de Promoción Económica

Mg. José Rafael Suárez Orta

AUTORIDADES COMITÉ DE POSTGRADO

Presidenta del Comité de Estudios de Postgrado

Esp. Graciela Martellacci
gmartellacci@uma.edu.ve

Coordinador Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos

Lic. Melisa Suárez
msuarez@uma.edu.ve

Coordinadora Especialización en Evaluación Educativa y en Proyectos Educativos Comunitarios

Esp. Graciela Martellacci
gmartellacci@uma.edu.ve

Coordinadora Especialización en Comunicación Organizacional y en Periodismo Digital

Mg. Claudia Uribe
curibe@uma.edu.ve / eco@uma.edu.ve / epd@uma.edu.ve

Coordinador Especialización en Derecho Procesal Constitucional

Esp. Gonzalo Pérez Salazar
gonpesaz@gmail.com

Coordinador Especialización en Atención Psicoeducativa del Autismo

Dr. Manuel Aramayo
maramayo@uma.edu.ve

Coordinadora Académica

Mg. Sylvia Silva Sánchez
ssilva@uma.edu.ve / epa@uma.edu.ve

PLAN DE ENSEÑANZA

I semestre

Sociedad de la Información y Periodismo Digital	2 créditos
Redacción Periodística para Medios Digitales I	2 créditos
Diseño Gráfico y Composición para Proyectos Web I	2 créditos
Nociones de Filosofía y Antropología	1 créditos
Seminario de Trabajo Especial de Grado I	1 créditos

II semestre

Redacción Periodística para Medios Digitales II	2 créditos
Producción de contenidos multimedia	3 créditos
Ética de la comunicación	2 créditos
Seminario de Trabajo Especial de Grado II	1 créditos

III semestre

Gestión de Proyectos Digitales de Comunicación	2 créditos
Redacción Periodística para Medios Digitales III	2 créditos
Diseño Gráfico y Composición para Proyectos Web II	2 créditos
Seminario de Trabajo Especial de Grado III	2 créditos
Trabajo Especial de Grado	2 créditos

LÍNEAS DE TRABAJO

1. Producción de contenidos informativos para medios de comunicación en Internet. Periodismo integrador hipertextual y multimedia

Coordinadora: Prof. Alda Da Silva de Machado

Contenido:

- Arquitectura de la información de medios digitales con productos multimedia e hipertextuales
- Documentación informativa para productos multimedia e hipertextuales
- Comportamiento del usuario ante los contenidos digitales: interactividad, participación activa, consumo de contenidos.
- Evaluación del contenido para medios digitales: usabilidad, unidad y navegabilidad del producto multimedia e hipertextual.
- Lenguaje periodístico en medios digitales: géneros periodísticos, nuevos formatos

2. Sociología de las redacciones digitales

Coordinadora: Prof. María Eugenia de Arias

Contenido:

- Integración de medios de comunicación: estudio de casos y sistematización de experiencias
- Funcionamiento de redacciones digitales: recursos humanos, recursos tecnológicos
- Planificación informativa de un medio de comunicación digital
- Perfil del periodista digital
- Rediseño de la plantilla de redacción para medios digitales asociados a medios tradicionales

3. Documentación Multimedia

Coordinadora: Prof. Marianne Robles de Salas

Contenido:

- Documentación informativa para productos multimedia e hipertextuales
- Competencias del periodista para el uso y aprovechamiento de fuentes de información digital
- Servicios digitales de información para los comunicadores

SEMINARIO DE TRABAJO ESPECIAL DE GRADO I

ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL		Teoría: 0 H/S	Práctica: 1 HS	Créditos: 1	Semestre: I
---------------------------------------	--	---------------	----------------	-------------	-------------

JUSTIFICACIÓN

El especialista en Periodismo Digital debe ser capaz de conocer y analizar la realidad en la que debe desempeñar su trabajo, a fin de que pueda efectivamente ejercer la función mediadora que tiene encomendada. La comunicación como ciencia y como disciplina objeto de interés para todas las ciencias sociales le ofrece una serie de herramientas que le permiten aproximarse a la realidad para aprehenderla y obtener de ella los datos que necesita para respaldar sus proyectos de comunicaciones.

Mediante la realización del Trabajo Especial de Grado el estudiante demuestra la adquisición de conocimientos y destrezas que le permitirán contribuir al desarrollo de su disciplina profesional. Para esto, debe estar en capacidad de conocer y analizar la realidad del ámbito de su profesión que desee estudiar y proponer un proyecto que demuestre mejoras en el área específica de su aplicación. En esta asignatura, los estudiantes serán orientados en la búsqueda particular de su tema de estudio y en la construcción particular del itinerario que deben transitar para alcanzar la culminación de su Trabajo Especial de Grado a través de los tres semestres de su especialización.

El Seminario de Trabajo Especial de Grado será el espacio donde profesor y alumnos construirán de manera conjunta y colaborativa los aspectos medulares y la orientación básica de cada proyecto en el aula, para que posteriormente, cada estudiante continúe su proceso de aprendizaje-construcción particular, que de como resultados el planteamiento, desarrollo y presentación de proyectos que estén orientados a la solución práctica de problemas que se presentan en el quehacer profesional del comunicador en entornos digitales.

OBJETIVOS

1. Identificar el tema y la relevancia que tiene para el ejercicio de la profesión.
2. Desarrollar el itinerario particular que cada estudiante debe recorrer para la construcción de su TEG.
3. Investigar la argumentación teórica que de sustento al proyecto planteado.
4. Construir un informe final que contemple la estructura planteada en cada sesión del seminario.

Semana	Contenido	Metodología didáctica y evaluación
1	Objetivos del TEG. Presentación de líneas de trabajo y posibles trabajos, fines del seminario y los objetivos del TEG	Presentación profesor y coordinador de la especialización
2	Sesión 1: Sensibilización hacia un problema.	Asesoría del profesor: ejemplos de TEG elaborados
3	Sesión 1, continuación. ¿Cómo soluciono el problema?	Construcción colectiva
4	Presentación 1: problema y cómo lo soluciono. (alumnos presentan sus ideas, deciden qué problema abordarán)	Presentaciones alumnos Construcción colectiva
5	Sesión 2: objetivos, alcance, ambiente y justificación.	Construcción colectiva Invitados profesionales con proyectos del área
6	Sesión 2: objetivos, alcance, ambiente y justificación	Construcción colectiva Invitados profesionales con proyectos del área
7	Sesión 2: objetivos, alcance, ambiente y justificación	Construcción colectiva

		Invitados profesionales con proyectos del área
8	Presentación sesión 2: propuestas de objetivos, alcance, ambiente y justificación	Presentaciones alumnos Construcción colectiva
9	Presentación sesión 2: propuestas de objetivos, alcance, ambiente y justificación	Presentaciones alumnos Construcción colectiva
10	Presentación sesión 2: propuestas de objetivos, alcance, ambiente y justificación	Presentaciones alumnos Construcción colectiva
11	Sesión 3: Estrategia para resolver el problema (pasos para ejecutar el proyecto y su argumentación teórica)	Asesoría del profesor Construcción colectiva
12	Sesión 3: Estrategia para resolver el problema (pasos para ejecutar el proyecto y su argumentación teórica)	Asesoría del profesor Construcción colectiva
13	Sesión 3: Estrategia para resolver el problema (pasos para ejecutar el proyecto y su argumentación teórica)	Asesoría del profesor Construcción colectiva
14	Informe final. Presentaciones finales: alumnos presentan la compilación de todo el trabajo realizado	Presentaciones alumnos Construcción colectiva
15	Informe final. Presentaciones finales: alumnos presentan la compilación de todo el trabajo realizado	Presentaciones alumnos Construcción colectiva
16	Informe final (Problema + objetivos + alcance + ambiente +justificación + estrategia +argumentación teórica)	Entrega del informe final escrito

Estrategias de enseñanza y aprendizaje: El profesor será un orientador del conocimiento que estimule la participación activa de cada grupo de trabajo y la solución de los problemas que se vayan presentando de forma creativa y abierta.

El desarrollo de la cátedra se basará en la combinación de la orientación general dada por el profesor acerca de los lineamientos generales para la elaboración del trabajo especial de grado y las presentaciones que cada estudiante realice con la propuesta de su tema de trabajo, la estrategia y la argumentación teórica.

El Seminario tendrá un cronograma general establecido que irá tomando la orientación que los estudiantes vayan dando con sus inquietudes y planteamientos, a los que el profesor irá dando respuesta a través de la exposición de contenidos y la presencia de invitados especiales que interesen y den respuesta a las demandas de los alumnos. El aula del seminario será el espacio en el que se irán cosntruyendo de manera creativa y con la colaboración de alumnos y profesor, los diversos proyectos que se van presentando.

Estrategias de evaluación: Se evaluará con la escala no numérica de “Aprobado” y “No aprobado”. La calificación será determinada por el profesor de la cátedra que ha hecho seguimiento a las presentaciones periódicas de los contenidos del proyecto de cada estudiante. Dependerá del grado de avance que cada estudiante haya alcanzado en su proyecto. Lo mínimo necesario para aprobar es la presentación de los avances en cada sesión estipulada para ello.

NOCIONES DE FILOSOFÍA Y ANTROPOLOGÍA

ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL

	Teoría: 1 H/S	Práctica: 0 H/S	Créditos: 1	Semestre: I
--	---------------	-----------------	-------------	-------------

JUSTIFICACIÓN

La necesaria relación con los hombres y su entorno, propia de la función mediadora de los comunicadores y de los medios, hace imprescindible una aproximación al conocimiento del hombre y sus potencialidades, que posteriormente es fortalecido con la definición del carácter ético de la comunicación y su compromiso con el desarrollo de la sociedad, y en tercer término con la participación de las comunicaciones en el desarrollo de la cultura en los planos políticos, sociales y económicos.

Ante la grave crisis de identidad y sentido de la persona que se muestra patente en lo que se denomina postmodernidad, la asignatura permitirá una concepción realista y una fundamentación objetiva de la actividad propia del comunicador. Constituye ésta la vertiente conceptual de la profesión. El tratamiento de los temas expone cómo se puede partir de una visión coherente del hombre para modelar la concepción de su actuar en los ámbitos comunicacionales propios: la política, la sociedad, la economía, la familia, las ciencias, etc.

Esta materia intenta una aproximación a la persona y su dignidad bajo un enfoque integrador. Parte de la observación del mundo que nos rodea y de la evidente gradación de perfecciones que en el observamos, para llegar a resaltar esas dimensiones que son sólo propias del hombre y que lo identifican como persona. La materia está concebida desde la perspectiva del humanismo cristiano, de tal modo que sus contenidos suponen la promoción de una sólida fundamentación filosófica.

MARCO CONCEPTUAL

Esta materia es la primera del eje transversal de Ética y Deontología que es parte fundamental de la Especialización en Comunicación Organizacional. El ejercicio de un profesional dedicado a atender las necesidades comunicacionales de todo tipo de instituciones y a proponer modelos comunicacionales más efectivos que favorezcan el mejoramiento de la sociedad –en el todo y en sus partes-, requiere determinadamente de una conciencia formada en la dirección de procurar el bien común. Es así como aparece este eje transversal que pasa por el primer paso de lograr una definición del hombre en cuanto hombre, lo que permitirá una comprensión y orientación del fenómeno comunicativo desde la persona y su inserción en el mundo material y trascendente.

OBJETIVOS

- Identificar mediante un proceso discursivo racional las dimensiones constitutivas del ser humano que lo distinguen de todos los demás seres.
- Valorar lo que esas dimensiones exigen de la conducta del hombre, en razón del desarrollo de su propia personalidad y hacia su plenitud.
- Tener conciencia de que la persona humana es el actor principal de cualquier proceso comunicativo, fomentando una idea crítica frente a los planteamientos ideológicos que pretenden despersonalizar la comunicación.
- Fomentar la capacidad de asombro frente a la grandeza de la persona humana y a la necesidad de actuar en consecuencia.

Sem	Contenido	Metodología didáctica¹ y evaluación²	Bibliografía
1	Antropología y Filosofía. <ul style="list-style-type: none"> • Las preguntas filosóficas y la actitud filosófica en el ser humano. • ¿Qué es el hombre? ¿Quién es el hombre? • Delimitación del término “Antropología”. • Delimitación del término “Filosofía”. • Objeto y método de la Antropología Filosófica y de la Filosofía. • La colaboración entre la Antropología y la Filosofía. 	Clase magistral	García Cuadrado Yépes Stork
2-3	El hombre: sus semejanzas y diferencias con el resto de los seres vivos. La corporalidad. <ul style="list-style-type: none"> • Condición corporal del ser humano • El conocimiento como perfección vital. • Los sentidos externos y la sensación: <ul style="list-style-type: none"> - Diferenciación de los sentidos externos. - La sensación. • La sensibilidad interna y la percepción: <ul style="list-style-type: none"> - El sensorio común. - La imaginación. - La estimativa animal y la cogitativa humana. - La memoria. - La percepción. • Las tendencias sensibles: deseos e impulsos. • La dinámica tendencial como perfección vital. 	Clase magistral	García Cuadrado Yépes Stork
4-5	La espiritualidad de la persona: al alma humana <ul style="list-style-type: none"> • Inteligencia y voluntad: acto y objeto de cada una • El conocimiento intelectual: capacidad e importancia de la verdad. • Estados subjetivos frente al conocimiento de la verdad • El acto humano, acto voluntario • Consideración moral de los actos humanos 	Clase magistral	García Cuadrado Yépes Stork Melendo

¹ Se combinará las clases magistrales-participativas con la lectura individual y en grupo (y posterior discusión) de algunos materiales indicados por el profesor, lo cual permitirá orientar la correcta asimilación de los contenidos. En algunos temas se realizarán cine-foros con películas que ilustren o ayuden a interiorizar los conceptos tratados en clase. También se asignarán pequeñas investigaciones de términos y conceptos en la biblioteca.

² La evaluación se distribuirá de la siguiente manera: cada tres clases los estudiantes entregarán un ensayo corto de una página en la que plantearán la respuesta a alguna pregunta del profesor, o la opinión personal y conclusiones sobre un tema planteado en clase, etc. Se entregarán 4 ensayos cortos que valdrán cada uno un 20% de la nota (Total = 80%). El 20% restante se obtendrá de la participación activa y el interés por las clases.

Sem	Contenido	Metodología didáctica y evaluación	Bibliografía
6	Dignidad y singularidad <ul style="list-style-type: none"> • Noción y fundamento de la dignidad • La dignidad ontológica y la dignidad moral • La condición irrepetible e irremplazable de cada persona humana 	Clase magistral Entrega: Ensayo I.	García Cuadrado Yépes Stork Melendo
7-8	La afectividad humana. El mundo de los sentimientos. <ul style="list-style-type: none"> • La afectividad como dimensión autónoma y originaria de la persona. • Elementos de la afectividad. • Papel de la afectividad en el conocimiento y la vida del hombre • La llamada “Inteligencia Emocional” 	Clase magistral	García Cuadrado Yépes Stork
9-10	Persona y libertad. <ul style="list-style-type: none"> • Delimitación del término “libertad”. • La libertad fundamental o trascendental. • La libertad de elección y la libertad moral. • La libertad social y política. 	Clase magistral Entrega: Ensayo II	García Cuadrado Yépes Stork
11-12	Capacidad de amar <ul style="list-style-type: none"> • En qué consiste el amor • Manifestaciones y tipos de amor • El amor como la actividad humana por excelencia 	Clase magistral	García Cuadrado Yépes Stork Melendo
13	La vida social. <ul style="list-style-type: none"> • El carácter natural de la sociedad. • El fin de la vida social y sus elementos. • Las instituciones y la autoridad política. • Las instituciones como comunidades. • Rasgos de la sociedad actual. 	Clase magistral	García Cuadrado Yépes Stork
14	Los límites del hombre <ul style="list-style-type: none"> • Dolor, sufrimiento y muerte. Su causa • Actitudes frente al sufrimiento. • Sentido del sufrimiento dentro de la dinámica de la vida humana. 	Clase magistral Entrega: Ensayo III	García Cuadrado Yépes Stork
15	El sentido de la vida y la felicidad. <ul style="list-style-type: none"> • En qué consiste la verdadera felicidad. • La vida buena. • El placer y la alegría. • El amor como camino hacia la felicidad 	Clase magistral	García Cuadrado Yépes Stork Melendo
16	Cierre de la materia	Clase magistral Entrega: Ensayo IV	

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- GARCÍA CUADRADO, José Ángel; Antropología Filosófica. Una introducción a la filosofía del hombre, EUNSA, Pamplona, España, 2001, 239 páginas.
MELENDO, Tomás; Las dimensiones de la persona, Ediciones Palabra, Madrid, 1999, 174 páginas.
YEPES STORK, Ricardo; Fundamentos de Antropología, EUNSA, Pamplona, 1996, 518 Páginas.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA SUGERIDA

- ARANGUREN, Javier; Antropología filosófica, Mc Graw Hill, Madrid, 2003, 287 páginas.
ARREGUI, José Vicente; CHOZA, Jacinto; Filosofía del hombre, Ediciones Rialp, Madrid, 1991, 506 páginas.
AYLLÓN, José Ramón; En torno al hombre, Rialp, Madrid, 1998, 258 páginas.
AYLLÓN, José Ramón; Ética razonada. Palabra, Madrid, 1999, 234 páginas.
DAHL, Robert; La democracia. Santillana, Madrid, 1999, 246 páginas.
DE LA PARRA, Teresa; Ifigenia. En Obras completas, Biblioteca Ayacucho, Caracas, 1991, pp. 7-310.
FIALLO, Amalio; Hacia una democracia participativa. PH Editorial, Caracas, 1996, 233 páginas.
FRANKL, Víctor; El hombre en busca de sentido, Herder, Barcelona, 1995, 132 páginas.
GUARDINI, Romano; Persona y Mundo, Ediciones Encuentro, Buenos Aires, 1999, 166 páginas.
GUERRA, Manuel; El enigma del hombre, EUNSA, Pamplona, 1999, 407 páginas.
IBÁÑEZ-LAGLOIS, José Miguel; Introducción a la Antropología, EUNSA, Pamplona, 2007, 120 páginas.
JUAN PABLO II; Redemptor hominis, Ediciones Trípode, Caracas, 1978, 102 páginas.
LORDA, Juan Luis; Para una idea cristiana del hombre, Ediciones Rialp, Madrid, 1981, 104 páginas.
LLANO, Alejandro; La vida lograda. Ariel, Barcelona, 2002, 200 páginas.
MELÉ, Doménech; Cristianos en la sociedad. Vértice, Caracas, 2000, 239 páginas.
MELENDO, Tomás; Metafísica de lo concreto, Ediciones Internacionales Universitarias, Pamplona, 1996, 212 páginas.
VALVERDE, Carlos; Antropología filosófica, Editorial Edicep, Valencia, 1995, 303 páginas.
WOJTYLA, Karol; Amor y responsabilidad, Editorial Razón y Fé, Madrid, 1969, 347 páginas.

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y PERIODISMO DIGITAL

ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL

Teoría: 2 H/S

Práctica: 0 H/S

Créditos: 2

Semestre: I

JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de los medios de comunicación digitales y la aplicación de las nuevas tecnologías a los medios tradicionales demanda una formación específica de los profesionales del periodismo y la comunicación. Frente a los cambios que genera un entorno digital en la estructura, producción y gestión de la información, la materia de Sociedad de la Información y Periodismo Digital procura se el ámbito reflexivo desde el que se estudien los procesos de información y comunicación.

Los cambios que ha provocado la introducción masiva de las nuevas tecnologías en los entornos profesionales hacen necesaria una preparación específica de los comunicadores. Se procura fundamentar la visión crítica del alumno con respecto al contexto tecnológico y a los medios de comunicación digitales, así como el uso de la tecnología para el bien común a través de las habilidades creativas y periodísticas necesarias para la producción de contenidos y la gestión de los medios digitales. En tal sentido, esta materia busca explorar, recoger y valorar información actualizada acerca de los aportes de la Sociedad de la Información y la era digital a la comunicación humana y el periodismo digital.

MARCO CONCEPTUAL

Se trata de formar un profesional versátil y preparado en el campo del periodismo digital, preocupado por la búsqueda de la verdad y el cuidado de la función mediadora del comunicador, que respete la dignidad de la persona humana. En síntesis, un profesional de la comunicación integral apto para los nuevos medios tecnológicos, que sea capaz de analizar cómo ha afectado la aparición de Internet al ser humano en los espacios culturales, socioeconómicos y éticos. Los contenidos de esta materia se ocupan de reflexionar sobre la Sociedad de la Información y del Conocimiento; sus consecuencias en la opinión pública y el acceso a la información.

OBJETIVOS

- Identificar las características de la comunicación en la era digital.
- Analizar las promesas, potencialidades y peligros de este entorno desde el punto de vista antropológico, así como para la comunicación y la información.
- Reflexionar sobre los fundamentos teóricos de la comunicación en Internet.
- Dotar al alumno de una perspectiva del panorama actual de la Red y de lo que supone trabajar en un medio digital.
- Delimitar con la mayor precisión posible la trascendencia de los medios digitales: consecuencias informativas, sociales, económicas, políticas y culturales.
- Reflexionar sobre el discurso digital y los cambios del lenguaje como herramienta para trabajar en el entorno digital.

Semana	Contenido	Metodología didáctica ³ y evaluación ⁴	Bibliografía
1	<p>Presentación del objeto de estudio de la materia Presentación del profesor y alumnos Cuadernillo Plan de evaluación</p> <p>Mapa de conceptos del tema: Sociedad de la Información y Periodismo Digital</p>	<p>Discusión y validación</p> <p>Exposición del profesor</p>	<p>Cuadernillo Plan de evaluación</p>
2-7	<p>ENTORNO: Persona, sociedad de la información y periodismo digital</p> <p>Dimensiones para el análisis de la comunicación digital</p> <p>Entorno local: Venezuela.</p> <p>El entorno. La tormenta perfecta. Sociedad de la Información, Sociedad del Criterio y Sociedad del Conocimiento. Actores del proceso: prosumers, líderes por actividad, medios que dialogan Personas en relación y espacios virtuales (y no) entorno a las ideas Inteligencia colectiva. La sabiduría de las multitudes. Riesgos El contenido: ¿Dónde está el valor a transar? Dispersión y saturación: “Infoxicación”, superabundancia de información y ecología de contenidos en la Red</p>	<p>Clases magistrales. Participación de los alumnos en clase, a partir de la revisión de las lecturas.</p> <p>Semana 3: Publicación de entradas en el blog a partir de la lectura de Pisani y Piotet.</p> <p>Semana 7: Entrega en físico y en digital por parte de los alumnos de la matriz diagnóstica de las comunicaciones digitales</p>	<p>Jiménez; Tendencias digitales. Estudio de audiencias locales Pisani y Piotet; La alquimia de las multitudes. Tapscott y Williams; Wikinomics. How Mass Collaboration Changes Everything. Salaverria; Periodismo integrado. Christakis y Fowler; Conectados. Castells; La galaxia Internet. Fogel y Patiño; La prensa sin Gutenberg. Lucas Marín, A.; La nueva sociedad de la información</p>

³ Se combinará las clases magistrales-participativas con la lectura individual (y posterior discusión) de algunos materiales indicados por la profesora, lo cual permitirá orientar la correcta asimilación de los contenidos.

⁴ La evaluación se distribuirá de la siguiente manera: Lectura crítica de textos. Participación en clase en las discusiones sobre las lecturas. Desarrollo de ensayos breves sobre los temas que se estudiando a lo largo del semestre. Desarrollo de una monografía final en la que se planteará alguno de los temas estudiados vista desde la realidad laboral, académica o personal de cada estudiante. Lectura de artículos de prensa y estudios estadísticos.

	<p>Innovación: quién triunfa. Sistematización de la innovación</p> <p>Cambios en los procesos de conocimiento de la realidad y mediaciones. La otra frontera: Riesgos de desvinculación de la realidad. Interacción social parcial, identidad personal digital. Oportunidades: autenticidad de los perfiles</p> <p>¿Cómo funciona el entorno-red? ¿Cómo nos afecta el entorno-red? Criterios de valoración de la red.</p>	<p>de la empresa en la que trabaja.</p>	<p>Núñez Noda; Comunicación digital y web Maldonado; Memoria y conocimiento.</p>
8-10	<p>CAMBIOS EN LOS PROCESOS DE MEDIACIÓN EN LA ERA DIGITAL</p> <p>Las empresas y sus actores Organización de redacciones Procesos de producción de contenidos de cara a la convergencia e integración Algunos modelos de cambio ¿Qué se debe atender para no fallar en el cambio?: planificar, escalabilidad, personas que lideran los cambios, cambios de perfiles de los comunicadores.</p>	<p>Clases magistrales. Puesta en común de las lecturas.</p> <p>Semana 10: Entrega en físico y en digital por parte de los alumnos de la propuesta de comunicaciones en el entorno digital (trabajo grupal).</p>	<p>Salaverría, R; Redacción periodística en Internet Díaz Noci, J; Manual de redacción ciberperiodística Díaz Noci, J; La escritura digital Diezhandino Nieto y otros; Periodismo digital en tiempos de crisis Nielsen, J.; Be succinct! Writing for the web Nielsen, J; Usabilidad. Diseño de sitios web</p>
11	<p>CAMBIOS EN LOS PROCESOS DE MEDIACIÓN EN LA ERA DIGITAL</p> <p>Los webactores y los contenidos informativos para ventanas digitales</p> <p>Transformaciones en el lenguaje. Análisis estratégico de los elementos del discurso digital: multimedialidad, hipertexto e hipermedia, periodicidad y actualización, interactividad, usabilidad, legibilidad, innovación, colaboración. Arquitectura de la información digital</p> <p>Interfaces: telefonía móvil, tablets, otras ventanas.</p> <p>Generaciones interactivas.</p>	<p>Clase magistral. Puesta en común de las lecturas.</p>	<p>Cairo; Infografía 2.0 Crystal; El lenguaje e internet Díaz Noci, J; La escritura digital Salaverría, R.; Periodismo integrado Salaverría, R; Redacción periodística en Internet Díaz Noci, J; Manual de redacción ciberperiodística Nielsen, J; Usabilidad. Diseño de sitios web García Alba (BID y F. Telefónica); Telefonía móvil y desarrollo financiero en América Latina Fundación Telefónica; La generación interactiva en Iberoamérica, niños y adolescentes</p>

			ante las pantallas
12-15	<p>Discusión de casos de estudio de comunicaciones digitales Sistematizar los procesos de diagnóstico y planificación estratégica para el desarrollo de iniciativas comunicacionales en empresas locales.</p> <p><u>Objetos de estudio:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Iniciativa emergente (incipiente o en proyecto). Medio de comunicación social con proyecto de integración (pueden ser varios según los tipos de medios originarios: radio, televisión, periódico, etc). Empresa no comunicacional. Departamento de comunicaciones corporativas que adelante proyectos de comunicación digital para la marca. <p>Variables a estudiar:</p> <ol style="list-style-type: none"> Elementos del discurso digital: multimedialidad, interactividad, innovatividad, escalabilidad, colaboración (wikis e inteligencia colectiva), hipertextualidad, actualización constante. Tipos de productos comunicacionales digitales que la empresa posee Interfaces: plataformas, usabilidad, integración. Contenido: aproximaciones al usuario a través del contenido. Infotainment, recomendaciones, liderazgo por actividad en la publicación, intimidad al alcance de todos, humor, causas, prestigio de la marca. 	Exposiciones de los alumnos para exponer los casos de estudio.	Fundación Telefónica; La generación interactiva en Iberoamérica, niños y adolescentes ante las pantallas
16	<i>Consolidación de la evaluación</i>		

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- CAIRO, Alberto; *Infografía 2.0.*, Madrid, Alamut, 2008.
- CHRISTAKIS, Nicholas y FOWLER, James; *Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*; Madrid, Taurus, 2010.
- CRYSTAL, David; *El lenguaje e internet*; Madrid, Cambridge University Press, 2002.
- DÍAZ NOCI, J.; *La escritura digital*, Servicio Editorial Universidad del País Vasco, Gipuzkoa, s/f.
- DÍAZ NOCI, Javier y SALAVERRÍA, Ramón (coords); *Manual de redacción ciberperiodística*, Editorial Ariel Comunicación, 2003.
- DIEZHANDINO, Ma. Pilar y otros; *Periodismo digital en tiempos de crisis. Un caso de estudio: el tratamiento de la inmigración en los medios*, Barcelona, Ariel-Fundación Telefónica, 2009.
- FLORES VIVAR, Jesús; *Ciberperiodismo*, Madrid; Ediciones 2010; 2001.
- FOGEL, Jean-François; PATIÑO, Bruno; *La prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital*, Punto de lectura; Madrid; 2007.
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA; *La generación interactiva en Iberoamérica, niños y adolescentes ante las pantallas*; Ariel, Barcelona, 2008.
- GALDÓN, Gabriel; *Introducción a la comunicación y a la información*, Ariel, Barcelona, 2001.
- JOYANES, L.; *Cibersociedad*, MacGraw-Hill, Madrid, 1997.
- LUCAS MARÍN, Antonio; *La nueva sociedad de la información*; Editorial Trotta; Madrid; 2000.
- MALDONADO, Tomás; *Memoria y conocimiento. Sobre los destinos del saber en la perspectiva digital*, Barcelona, Gedisa, 2007.
- NIELSEN, Jacob, *Be succinct! Writing for the web*, 1997, en: <http://www.useit.com/alertbox/9703b.html>; última consulta en línea: 08/10/2008.
- NIELSEN, Jacob, *Usabilidad. Diseño de sitios web*; Pearson – Prentice Hall; Madrid; 2000.
- NÚÑEZ NODA, Fernando; *Comunicación digital y web*, Caracas, Libros de El Nacional, 2009.
- PARRA, David; ÁLVAREZ, Marcos; *Ciberperiodismo*; Editorial Síntesis; Madrid; 2004.
- PARRA, David; ÁLVAREZ, Marcos; *Internet advertising: más que un juego de palabras*; en: *Ciberperiodismo*; Editorial Síntesis; Madrid; 2004, pp. 183-186.
- PISANI, Francis y PIOTET, Dominique; *La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo*; Barcelona, Paidós, 2009.
- PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES (John P. Foley, presidente); *Ética en Internet*, recurso digital, Ciudad del Vaticano, 2002, 12 p.
- SALAVERRÍA, Ramón; *Redacción periodística en Internet*; Eunsa; Pamplona; 2006.
- TAPSCOTT, Don y WILLIAMS, Anthony; *Wikinomics. How Mass Collaboration Changes Everything*, New York, Portfolio.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA SUGERIDA

- BARRETT, Edgard; *Medios contextuales en la práctica cultural. La construcción social del conocimiento*; Barcelona; Paidós; 1997.
- BETTETINI, Gianfranco y COLOMBO, Fausto; *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, Barcelona, Paidós, 1995.
- CANEL, María José; *Comunicación política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información*, Tecnos, Madrid, 1999, 228 p.
- CANGA LAREQUI, Jesús; COCA GARCÍA, César; MARTÍNEZ RIVERA, Eloi; CANTALAPIEDRA GONZÁLEZ, María José; MARTÍNEZ ODRIOZOLA, Lucía; *Diarios digitales. Apuntes sobre un nuevo medio*, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, Bilbao, 2000.
- CASTELLS, Manuel; *La era de la información*, Madrid, Alianza Editorial, 1998

CASTELLS, Manuel; *La Galaxia Internet, Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid. Arete, 2001.

CEBRIÁN, Juan Luis; *La Red*, Madrid, Taurus, 1998.

Fidler, Roger; *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*, Granica, Buenos Aires, 1998.

FULLER, Jack; *Valores periodísticos: ideas para la era de la información*, Sociedad Interamericana de Prensa –Miami, s/e, 1996, 209 p.

GURZA LAVALLE, Adrián; *Estado, Sociedad y Medios*; Plaza y Valdés; Universidad Iberoamericana; México; 1998.

ISRAEL GARZÓN, Estrella; *Comunicación y periodismo en una sociedad global: comunicar la diferencia*, Trillas, México D.F., 2001.

JOYANES, L.; *Cibersociedad*, MacGraw-Hill, Madrid, 1997.

NEGROPONTE, Nicholas; *El mundo digital*, Barcelona, Ediciones B- Grupo Z, 1999.

NEGROPONTE, Nicholas; *Ser digital*, Atlántida, Buenos Aires, 1995.

PAPINI, Roberto y PAVÁN, Antonio (comp.); *Vivir en la sociedad global: por una globalización sostenible*, Instituto Internacional Jacques Maritain, Caracas, 1998, 409 p.

ROTHE, Carolina y SCULL, Morela; *Multimedia: ¿un nuevo lenguaje? Análisis de las implicaciones sobre la persona y la sociedad de considerar al Multimedia como un lenguaje*; s/e; Caracas; 2000. Tesis presentada ante Universidad Católica Andrés Bello.

S/A; *Sphera pública: Comunicación, tecnología y sociedad*, Universidad Católica San Antonio de Murcia UCAM, Murcia.

SÁNCHEZ, José Francisco; La Escritura como Modo de Vida - a Propósito de un tal Pomar, en: *Revista Nuestro Tiempo*, N° 514, abril 1997.

SARTORI, Giovanni; *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid, 1997, 159 p.

TAPSSCOT, D.; *Promesas y peligros de la tecnología digital*. En: CEBRIÁN, J.; *La Red*, Taurus, Madrid, 1998.

WHITAKER, Reg; *El fin de la privacidad. Cómo la vigilancia total se está convirtiendo en realidad*; Barcelona; Paidós; 1999.

REDACCIÓN PERIODÍSTICA PARA MEDIOS DIGITALES I

ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL

Teoría: 1 H/S

Práctica: 2 H/S

Créditos: 2

Semestre: I

OBJETIVOS

- Reinterpretar las nociones tradicionales del lenguaje y la jerarquización noticiosa en el contexto de la hipertextualidad.
- Conocer el entorno que circunda el ejercicio del periodismo digital.
- Analizar los cambios que pueden haber surgido en la retórica y el lenguaje: El blog.
- Adquirir las destrezas necesarias para producir textos en lenguaje periodístico atendiendo a las características propias del medio digital.
- Profundizar en el género periodístico de la noticia hipertextual.
- Familiarizarse con el uso de Internet como fuente de información periodística.
- Adquirir la destreza suficiente para planificar una búsqueda en Internet y los recursos informativos (sea o no en la Web) de la manera más eficaz.
- Adquirir criterios para valorar la calidad y verosimilitud de la información hallada.
- Distinguir los tipos de fuentes informativas en Internet y utilizarlas de forma correcta.

Sem	Contenido	Metodología didáctica y evaluación	Bibliografía
1	Principios básicos de la comunicación vía Internet	Presentación de los estudiantes.	
2	Cómo leen y navegan los cibernautas. Aproximación al blog	Creación del blog	
3	Cómo escribir para ser usado: Usabilidad:	1era práctica de redacción para la web	
4	Cómo escribir para la Web: Pirámide invertida y otros conceptos	Ejercicio en clase	
5	Cómo escribir titulares: Diferencias prensa escrita y digital	2da práctica de redacción de titulares	
6	Interactividad. Conceptos y ejemplos	Evaluación medios digitales venezolanos	
7	Escribir para Internet: Lenguaje y estilos (la noticia interactiva)	3era práctica de redacción de noticia	

Sem	Contenido	Metodología didáctica y evaluación	Bibliografía
8	Blogs y periodismo: nuevas fuentes, nuevos emisores	Identificar periodistas blogueros y sus usos	
9	Evaluación de contenidos.	Evaluación de lectura 1era hora. Práctica en el blog. 2 horas	
10	Sitios de noticias en colaboración Periodismo colaborativo	Práctica de wikis	
11	Nuevos emisores: Podcast, videocast, youtube, incorporación del multimedia	4ta práctica de podcast y videocast	
12	Internet como fuente de documentación periodística	Conferencista invitada: Mabel Calderón. Documentalista experta en búsqueda en Internet	
13	Escribir para otros formatos: dispositivos móviles, twitter, sms, 20 palabras	Presentación del anteproyecto final	
14	Escribir para el buzón: Elaboración de boletines electrónicos	5ta Práctica: redacción boletín	
15	La tinta electrónica: el futuro de la noticia	Presentación proyectos finales	
16	Evaluación de blogs y proyectos finales	Evaluaciones complementarias	
17	Semana de entrega de notas definitivas		

Estrategia de evaluación: La evaluación será continua, a lo largo de todo el semestre.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ABREU SOJO, Carlos; *El periodismo en Internet*, Fondo Editorial de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela, Caracas, 2003.

ARMAÑANZAS, E., DÍAZ NOCI, J., y MESO, K; *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Bosch, Barcelona, s/f.

BASTENIER, Miguel Ángel; *El Blanco Móvil. Curso de Periodismo*, Ediciones El País-Aguilar, México, 2001.

DÍAZ NOCI, Javier y SALAVERRÍA, Ramón (coords); *Manual de redacción ciberperiodística*, Editorial Ariel Comunicación, 2003.
DE OTEYZA, Carolina (coord); *Los desafíos de la escritura multimedia*, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Centro de Investigación de la Comunicación. 2002.
KOVACH, Hill y ROSENSTIEL, Tom; *Los elementos del periodismo*, Ediciones El País-Aguilar, Barcelona, 2004.
ROJANO, Miladys y VILLAMEDIANA, Ligia; *Guía de redacción de noticias para diarios digitales dirigida a estudiantes de comunicación social de la UCAB*. (Trabajo de grado aprobado para optar el título de Licenciadas en Comunicación Social UCAB. Tutor Néstor Luis Garrido), 2002.
ROJANO, M. et al.; *Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006*, Publicaciones UCAB, Caracas, 2006.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA SUGERIDA

CERVERA, José; *Internet: el paraíso del periodismo*, en Baquía.com, 02/02/2001. (<http://www.baquia.com/com/20010202/art00010.print.html>)
CHINCHILLA, Mauricio; Weblogs, blogs, bitácoras o diarios informáticos, SOI, Boletín Semanal 172, del 22 al 28 de marzo de 2002. (<http://www.ua-ambit.org/soi/estaed172.htm>)
COLINA, Carlos; *Lenguaje de la Red*, Caracas, Universidad Católica Andrés Bello, 2002, 125 p.
DE PABLOS, J. M., *Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía*, Síntesis, Madrid, 1999.
DÍAZ NOCI, Javier; *La escritura digital*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2001.
NAVARRO ZAMORA, Lizy; *Los periódicos on line: sus características, sus periodistas y sus lectores*, en Sala de Prensa.org, Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos, Año III, Vol. 2, Agosto 2001. (<http://www.saladeprensa.org/art253.htm>)
PEÑARANDA, Raúl; *Géneros periodísticos: ¿qué son y para qué sirven?*, en Sala de Prensa.org, Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos. (<http://www.saladeprensa.org>)
SALAVERRÍA, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. Eunsa. Navarra.
SALAVERRÍA, Ramón, *De la pirámide invertida al hipertexto*, Publicado en Novática (Revista de la Asociación de Técnicos de Informática), vol. 142, noviembre-diciembre de 1999.

DISEÑO GRÁFICO Y COMPOSICIÓN PARA PROYECTOS WEB I

ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL

	Teoría: 1 H/S	Práctica: 1 H/S	Créditos: 2	Semestre: I
--	---------------	-----------------	-------------	-------------

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad la comunicación social, va más allá de la fórmula: emisor, mensaje y receptor, porque comunicar de forma efectiva en la sociedad actual, implica el uso de aspectos como el diseño de la información. No basta con exponer un mensaje para que éste sea consumido por el receptor, es necesario comprender los principios visuales que determinan la correcta exposición de una idea por si sola y en relación con su entorno.

La infinidad de herramientas que proporciona la era digital permiten que los individuos desarrollen una cierta intuición de cómo exponer informaciones, pero esto no los convierte en expertos comunicadores, ni garantiza que la comunicación sea efectiva.

En esta asignatura se darán a conocer las herramientas básicas para el diseño de la información en sitios Web y la forma como se consume, así como los conceptos que implica la visualización de la información y las técnicas para desarrollarla a través de programas de edición de imágenes y composición.

MARCO CONCEPTUAL

La tecnología digital brinda una infinidad de posibilidades para exponer y difundir ideas, sin embargo su uso requiere del conocimiento de diversos conceptos como los son el diseño de información, navegación, y usabilidad, entre otros. Un profesional que pretende hacerse de los recursos tecnológicos para difundir información, debe conocer los principios fundamentales de las nuevas formas para comunicar, de los nuevos esquemas de transmisión de información, y entre éstas el diseño y la composición de páginas Web juega un papel fundamental.

OBJETIVOS

- Identificar las características específicas del diseño gráfico en proyectos para Internet
- Comprender la importancia del diseño como herramienta de comunicación
- Conocer en profundidad los elementos que conforman el diseño gráfico para la Web
- Desarrollar criterios estéticos y técnicos que favorezcan la transmisión de la información en un medio de comunicación digital
- Adquirir habilidades y destrezas en el manejo de los programas informáticos para hacer diseño gráfico para la Web

Semana	Contenido	Metodología didáctica⁵ y evaluación⁶	Bibliografía
1	Presentación del curso. El diseño como un elemento más de información: Importancia del diseño de información. Diferencia entre diseño gráfico y diseño de la información.	Clase teórica y asignación de actividad (explicación de metodologías de evaluación). Conversación con los alumnos	Hembree Ryan. (2008): El diseñador Gráfico. p.p. 27-33
2-3	Composición en el diseño de información. El por qué de la composición. Orden de lectura. Eyes track Elementos de la composición: Teoría de la forma, peso de los elementos, orden de lectura. Cuadrículas, columnas, bloques de información. Organización de la información en sitios web. Horizontalidad y verticalidad.	Clases teóricas-prácticas. Identificar en sitios de noticias columnas y bloques de información, número de pantallas en una página.	Austin & Doust (2007): Diseño de nuevos medios de comunicación . pp. 27-28, 64-73
4-5	Diseño digital y usabilidad Diseño digital: www como plataforma para el diseño, evolución de conceptos, navegadores, dispositivos de visualización, especificidad de un sitio web periodístico. Concepto de usabilidad, interacción, navegación.	Clases teóricas-prácticas. Identificar proceso de navegación en páginas web. Es fácil?, cómo se avanza?, como se regresa?. Comparar un blog con un sitio de noticias.	Austin & Doust (2007): Diseño de nuevos medios de comunicación. pp. 30-32, 47-49, 87-90 Cairo, Alberto (2008): Infografía 2.0 pp. 70-81
6-7	Diseño digital y usabilidad Planificación del diseño: componentes técnicos a considerar; estándares Web: Capa estructural. (Capa de presentación. Capa de comportamiento), Diseño de navegación (principios de Arquitectura de Información). Links, vínculos, enlaces, ventanas emergentes	Clases teóricas-prácticas. Identificar mapa de navegación de un sitio web. Asignación	Austin & Doust (2007): Diseño de nuevos medios de comunicación .pp. 88-90 Núñez Noda (2006). Guía de comunicación digital. Nielsen, J. Usabilidad. Diseño de sitios web.
8-9	Composición en el diseño de información. El color y la tipografía. Elementos de la composición: Teoría del color, colores opuestos, complementarios, importancia de la paleta de colores. Diferencia entre RGB y CMYK. Fuentes. Tipografía para Internet y para el papel. Fuentes como imágenes. Uso del color y las fuentes como elementos de información en páginas web de medios. Asociación de acciones, identificadores. Links. Botones. Caso The Guardian.	Clases teóricas-prácticas. Identificar en páginas web, uso de fuente y colores, tamaños.	Austin & Doust (2007): Diseño de nuevos medios de comunicación. pp. 27-28, pp.67-68 Hembree, Ryan (2006): El diseño gráfico. pp.28-30

⁵ Se combinará las clases magistrales-participativas con las prácticas en laboratorio.

⁶ La evaluación se distribuirá de la siguiente manera: 80% prácticas y 10% asistencia y participación.

	Jerarquía visual.		
10-11	Programas para edición de imágenes Filosofía de los programas, capas (layout), escritorio, herramientas, efectos. Photoshop e ilustrator: Funciones básicas, uso y dimensiones de uso. Plumilla, escalar, efectos, etc.	Clases prácticas. Prácticas de reconocimiento de herramientas, cortar, pegar, resolución, con las imágenes bajadas de google. Asignación: Entrega de imágenes tratadas en distintos tamaños (bajadas de google)	Mediactive (2006): El gran libro de <i>Photoshop</i> CS2.
12-13	Dimensiones de los elementos y resolución. ¿Qué es la resolución? Pixels por pulgada. Tamaño de las imágenes. Relación entre tamaño, resolución y peso de los elementos en la web, impresión de pantalla. Formatos: eps, tiff, gif, jpg, png, mapa de bits. Imágenes: fotografías, gráficos vectoriales, imágenes 3D.	Clases prácticas. Buscar imágenes en google en diferentes tamaños, hacer impresiones de pantallas. Guardar imágenes para las próximas prácticas	Austin & Doust (2007): Diseño de nuevos medios de comunicación. pp. 32, 50-53
14-15-16	Programas y lenguaje Qué son los lenguajes y programas: HTML, Javascript, Flash, etc. Dreamweaver, Fireworks Códigos, embed, html	Clases prácticas. Práctica: Observar código de identificación de HTML en sitios web y en blog. Publicar códigos de videos.	Campbell, Marc (2006): Diseño y construcción de sitios con <i>Dreamweaver</i> 8. Niederst (2006): pp. 367.

Plan de Evaluación

Semana	Temas a ser evaluados	Actividades de evaluación	Peso porcentual de la actividad	Puntaje
1-2-3	Importancia del diseño de información. Composición en el diseño de información.	- Creación de un blog	- (10%)	2
4-5-6-7	Diseño digital y usabilidad	- Crear mapa de navegación de un sitio web	- (20%)	4

8-9-10-11	Composición en el diseño de información. El color y la tipografía. Dimensiones de los elementos y resolución.	- Boceto de sitio web. Con indicaciones de navegación	- (20%)	4
12-13-14	Programas para edición de imágenes	- Entrega de imágenes tratadas en distintos tamaños	(20%)	4
15-16	Programas y lenguaje	- Entrega de blog con videos, textos e imágenes	- (20%)	4
		- Asistencia y participación en clase	- (10%)	2
			Total: 100%	Total: 20

Nota: 80% prácticas, 10% asistencia y participación.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

HAMBREE, Ryan, *El diseñador gráfico. Entender el diseño gráfico y la comunicación visual*, Blume, Barcelona, 2008

AUSTIN, Tricia y Doust Richard: *Diseño de nuevos medios de comunicación*, Blume, Barcelona, 2008.

NIEDERT ROBBINS, Jennifer; *Diseño web, guía de referencia*, Anaya Multimedia, Madrid, 2006, 928 p.

MEDIACTIVE; *El gran libro de Adobe Photoshop CS2*, Editorial Marcombo, Barcelona, 2006, 513 p.

WILLIAMS, Robin y TOLLETT, John; *Diseño y creatividad*, Anaya Multimedia, Madrid, 2006, 352 p.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA SUGERIDA

ARNTSON, Amy: *Graphic design basics*, Wadsworth, California, 2006, 256 p.

BOU BOUZÁ, Guillem: *El guión multimedia*, Anaya Multimedia, Madrid, 1997, 416 p.

DROBLAS GREENBERG, Adele; GREENBERG, Seth: *Manual de Photoshop 6*, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 2002, 780p. Incluye CD.

GASSAWAY, Stella; DAVIS, Gary; GREGORY, Catherine: *Designing multimedia web sites*, Hayden Books, s.l., s.f., 431 p.

KANE, John: *MANUAL DE TIPOGRAFÍA*, Gustavo Gili, Barcelona, 2005, 196 p.

LISTER, Martin (comp.): *La imagen fotográfica en la cultura digital*, Paidós, Barcelona, 1997, 334 p.

MOK, Clement: *Designing business*, Adobe Press, San José, California, 1996, 256 p.

OROZCO, Eduardo; *Edición de diarios: una estrategia para el diseño de periódicos*, s.e., Caracas, 2003, 143 p.

PETERSON, Bryan: *Using design basics to get creative results*, North Light, Cincinnati, 1997, 142 p.

RESNICK, Elizabeth: *Design for communication: Conceptual graphic design basics*, Boston, Wiley, 2003, 256 p.

S/A: *Arte y diseño interactivo*, MC ediciones, s.l., 2005, acompaña revista arte y diseño, disco número 61 (CD-ROM).

SANZ DE LA TAJADA, Luis Ángel: *Auditoría de la imagen de empresa. Métodos y técnicas de estudio de la imagen*. Síntesis, Madrid, s.f. 283 p.

SANZ DE LA TAJADA, Luis Ángel: *Integración de la identidad y la imagen de la empresa: desarrollo conceptual y aplicación práctica*, ESIC, Madrid, 1994, 302 p.

STONE, Debbie: *User interface design and evaluation*, Elsevier, Amsterdam, 2005, 669 p.

TOP DESIGN STUDIO: *Diseño de logotipos 3*, Gustavo Pili, Barcelona, 2004, 232 p.

VICH, Ignasi: *Mute (Just pictograms)*: Index Book, Barcelona, 2004, s.p.

WIEDEMANN, Julius (Ed.): *Web design studios*, Taschen, Colonia, 2005, 191 p.

WONG, Wucius: *Principios del diseño en color: diseñar con colores electrónicos*, Gustavo Gili, Barcelona, 2003, 209 p.

FERNÁNDEZ-COCA, A. (1998). *Producción y diseño gráfico para la World Wide Web*. Barcelona: Paidós.

NIEDERST ROBBINS, J. (2006). *Diseño web, guía de referencia*. Madrid: Anaya Multimedia.

MOK, C. (1996). *Designing Business*. (Interactivity design)

MONTAGU, A., PIMENTEL, D. y GROISSMAN, M. (2004). *Cultura digital*. Buenos Aires: Paidós.

NIELSEN, J. (2001). *Usabilidad. Diseño de sitios web*.

NUÑEZ NODA, F. (2006). *Guía de Comunicación digital*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Referencias digitales

- Guía para la evaluación y diseño de la comunicación digital (<http://www.unav.es/digilab/guia/intro.htm>)
- Capítulo español de la Society of Newspaper designs (<http://www.snd-e.org>)
- Artículos de Grupo García Media (<http://www.garcia-media.com.ar/03articulos.htm>)
- Recopilación de artículos de diseñador web Martín Gorricho (<http://www.gorricho.com.ar/contenido/notes.php>)
- <http://maquetadores.blogspot.com/>
- <http://www.digitaldesignblog.com/>
- <http://www.digital-web.com/>
- Tipografía (<http://www.dafont.com/>)
- <http://www.desarrolloweb.com/articulos/2170.php>