

## TP2: IDENTIDAD Y COMUNICACIÓN EN INTERNET

### › OBJETIVOS

Que el alumno:

- Utilice y profundice los conocimientos adquiridos en el Trabajo Práctico anterior, tendientes a detectar y plantear problemas de comunicación y proponer una posible solución.
- Ponga en acción decisiones programáticas de comunicación en un sistema de comunicación digital.
- Conozca las características del medio digital, explorando a fondo todas sus posibilidades y limitaciones.
- Profundice sus conocimientos relacionados con la edición de información.

### › METODOLOGÍA DE TRABAJO

El desarrollo del práctico consta de dos etapas:

#### a) Investigación completa del tema y del comitente.

Dado el volúmen de trabajo que requerirá esta etapa, el Relevamiento de toda la información necesaria se llevará a cabo en grupo de 4 personas. Es de vital importancia el funcionamiento del equipo de trabajo en esta instancia, por lo que deberá dejarse constancia del aporte particular de cada uno de sus integrantes en el desarrollo del mismo.

Una vez recopilada la información, cada integrante del equipo hará un Análisis y Diagnóstico personal, con lo cual comenzará a generar los lineamientos necesarios para la siguiente etapa.

#### b) Planteamiento y desarrollo de una propuesta sólida, orientada a la solución de los problemas planteados. Esta etapa se llevará a cabo de manera individual.

### › DESARROLLO

// Duración: 12 clases

// Consigna

Se realizará un Sistema de Comunicación Digital consistente en tres elementos:

- Un portal institucional.
- Un mailing publicitario.
- Un banner publicitario.

El comitente con el que se trabajará será a una emisora de radio de Resistencia o Corrientes según corresponda.

Para el desarrollo de este sistema de comunicación se deberá contemplar los siguientes aspectos:

#### a) Contenidos

- . Qué información necesita comunicar la empresa a sus clientes (y, a su vez, qué necesitan los clientes de la empresa).
- .Cuál es la mejor manera de organizar, jerarquizar y relacionar esta información.
- . Qué contenidos específicos se usarán en cada elemento (web / mailing / banner).
- . Cómo aprovechar el soporte digital para comunicar estos contenidos (interactividad, animación, multimedios, etc).

#### b) Comunicación visual

Proyectar la comunicación del comitente en internet, pensando en el mismo como Medio de Comunicación y no como un mero soporte.

#### c) Materialización

Diseñar los elementos del sistema teniendo en cuenta las características técnicas del medio, sus posibilidades y desventajas.

// Condiciones de entrega - Cronograma

**24/08 - Brief de trabajo**, desarrollado en un mínimo de 3 láminas formato A3, conteniendo: Relevamiento, Análisis y Diagnóstico de la empresa asignada.

**24/08 - Propuesta general**, plasmada en un mínimo de 1 lámina formato A3.

**24/09 - CD con archivos digitales** de:

- . Sitio web: Maqueta navegable conteniendo Página principal (Home) y la cantidad de vínculos/secciones que crea conveniente, en formato html o pdf.
- . Mailing: Un ejemplo en formato pdf o html.
- . Banner: Un ejemplo en formato gif animado o flash.

› CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Coherencia entre el diagnóstico y la propuesta planteada.
- Grado de aprovechamiento del medio digital para la transmisión de los valores e identidad del comitente.
- Calidad gráfica de los elementos constitutivos del Sistema.

› BIBLIOGRAFÍA PRINCIPAL

- Del objeto a la interfase, Gui Bonsiepe
- El lenguaje de los nuevos medios

› BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

[www.nosolousabilidad.org](http://www.nosolousabilidad.org)

[www.alzado.org](http://www.alzado.org)

[www.interacciones.com.ar](http://www.interacciones.com.ar)