

elementos multimedia, de la exposición de contenidos para el desarrollo de las destrezas de comprensión oral y lectora. Técnicamente podemos señalar uno de los problemas con los nos hemos encontrado, el sonido que se nos facilitó nos llegaba en una sola línea de tiempo, por lo que se han tenido que ajustar los movimientos a los tiempos de locución que ha hecho que algunas de las animaciones resulten un tanto forzadas. No obstante, este problema ha sido solventado para futuras ediciones.

Conclusión

Con los nuevos espacios virtuales de enseñanza se abre un nuevo nicho de mercado para el diseño gráfico que, desde nuestra perspectiva, es la disciplina que puede ayudar a mejorar la comunicación visual en estos entornos. Un diseño gráfico pensado, reflexionado y con criterios en su uso nos ayudará a mejorar desde la estética hasta la función de los procesos de enseñanza aprendizaje. En este caso son cursos de idiomas, pero hay otros cursos en los que la metodología de trabajo presentada funcionaría perfectamente. El tándem tecnología y diseño gráfico es fundamental para la mejora de los entornos *e-learning*, los mejora desde puntos de vista ergonómicos, funcionales y por supuesto estéticos, haciendo del proceso de enseñanza aprendizaje una experiencia más atractiva y práctica para el usuario.

Referencias Bibliográficas

- Frascara, J. (2000) *Diseño gráfico para la gente: comunicación de masa y cambio social*. Ediciones infinito, Buenos Aires.
- Graf, S. & List, B. (2005). "An Evaluation of Open Source E-Learning Platforms Stressing Adaptation Issues." *Proceedings of the Interna-*

tional Conference on Advanced Learning Technologies. Kaohsiung, Taiwan, pp. 163-165.

Sigüenza, J. A. (1999) "Diseño de materiales docentes multimedia en entornos virtuales de enseñanza-aprendizaje." en *Cuadernos de Documentación Multimedia - Número 8 - Bloque 1*. Universidad Complutense de Madrid. España. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/num8/siguenza.html#resumen>

Abstract: The actual perspective of European Union to build an intercultural space goes through the comprehension and communication by means of languages that form it. So, our investigation group tries to be clear to reach to get the purpose of a linguistic preparation for professionals of the Spanish Touristic Sector through the design of online courses to learn idioms. The performance of graphic design area is the one which has the responsibility to make easy the use of the interface for a correct development of the teaching-learning processes.

Key words: Graphic Design - Languages - Tourism - Teaching - Multimedia - E-learning

Resumo: A perspectiva atual da União Européia pela construção de uma área inter-cultural, tem a ver com a compreensão e a comunicação através de suas línguas. Nesse sentido, nosso grupo de pesquisa se embarca numa proposta clara para atingir os fins de preparação lingüística para profissionais do Setor Turístico espanhol através do design de cursos online para a aprendizagem de idiomas. O desempenho da área do design gráfico, que tem a responsabilidade de facilitar o uso da interface para um desenvolvimento certo dos processos de ensino-aprendizagem.

Palavras-chave: Design Gráfico - Línguas - Turismo - Ensino - Multimídia - E-learning

(*) **Eva María Domínguez Gómez, Mercedes Rico García y Carmen Sanz Rubio.** Universidad de Extremadura. España.

E263. Comunicación en un mundo globalizado: estrategia global adaptada localmente

Fecha de recepción: abril 2010
 Fecha de aceptación: septiembre 2010
 Versión final: diciembre 2010

Laura Vaillard (*)

Resumen: Cómo comunicar en un mundo globalizado. Presentación de casos de aciertos y fracasos de estrategias de comunicación aplicadas en diferentes partes del mundo. La importancia de planificar una estrategia de comunicación global y adaptarla a cada cultura donde será aplicada.

Palabras Clave: Comunicación - Global- Local - Estrategia - Planificación

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 250]

"Para poder competir con éxito en la arena global, una firma tiene que desarrollar una fuerte estrategia de branding que sea consistente con la tradición cultural del país en

el que trabaja". Dale Krueger y Shiva Nandan, *Branding in the Global Arena*. Missouri Western State University.