



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas
Departamento: Comunicación
Area: Area 7:Estrategias de Producción

(Programa del año 2022)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION II	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2022	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
PONCE, VIVIANA MERCEDES	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
ORTIZ, GISELLA SABRINA	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
Hs	2 Hs	Hs	2 Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
B - Teoria con prácticas de aula y laboratorio	1° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
21/03/2022	24/06/2022	15	60

IV - Fundamentación

Las características de la era digital que atravesamos y la convergencia de Internet, las telecomunicaciones e informática, han producido importantes cambios en el campo de la comunicación social y los ámbitos que atraviesa: economía, política, organizaciones, medios de comunicación.

Las tecnologías de hardware y software actuales, dieron origen a nuevas modalidades comunicativas que en el conjunto de nuestra sociedad, modificaron tanto la gestión como la producción de la información. El comunicador social debe adaptarse a esta nueva realidad y desarrollar nuevos talentos en función de los nuevos medios, dispositivos, contenidos y audiencias; cuyo papel en la sociedad es fundamental.

Constituye entonces un desafío para su formación profesional, la adquisición de los conocimientos tecnológicos y éticos que les permitan desenvolverse de forma adecuada, no solo en el presente, sino también en un futuro próximo.

La reflexión sobre el impacto de la tecnología en la comunicación social y la producción de contenidos digitales informativos en pos de una intervención, difusión y/o favorecimiento de la participación al interior de una organización/institución; constituyen algunos de los aspectos centrales e iniciales en los se pretende formar en esta asignatura. Todo esto, esperando que los puedan profundizar y mejorar con el resto de los conocimientos adquiridos y por adquirir a lo largo de la carrera.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

-Comprender y analizar el impacto de la era digital que conduce a la generación de "nuevos medios", "nuevos usuarios" y "nuevos profesionales".

-Reconocer el proceso de incursión de los medios de comunicación en la Web; sus cualidades presentes y proyecciones futuras.

-Crear y editar contenido digital informativo en software de uso libre o privativo y que trabaje con audio digital, imágenes

VI - Contenidos

UNIDAD 1: "La era digital y su impacto en el campo comunicacional y periodístico"

Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. Paradigmas de los comunicadores sociales. Características de los medios digitales, los contenidos digitales informativos y las plataformas de circulación de contenidos. Breve historia de la incursión de los medios digitales en la web con particular énfasis en la revista y el periódico: denominaciones, características y fase evolutiva.

UNIDAD 2: "Producción de contenidos digitales informativos en software's libre/s y/o privativos/as"

Audio digital-Creación y edición básica e intermedia con software de carácter libre y/o privativo adecuado. Definición, componentes y características técnicas. Vista unipista y multipista. Efectos de tiempo, amplitud, espacio, timbre y frecuencia, tono, corrección y limpieza. Herramientas para el trabajo individual o en sesiones. Envolventes de volumen, panorámica y fusiones. Tipologías de archivos, almacenamiento, exportación, conversiones y subida a la Web.

Imágenes vectoriales- Definición, características técnicas, creación y edición básica en Adobe Illustrator.

Imágenes de mapa de bits-Creación y edición básica e intermedia con software de carácter libre y/o privativo adecuado.

Formatos frecuentes y características técnicas con soporte en la Web. Correcciones de color mediante histogramas, curvas y capas de ajuste de color (brillo y contraste, exposición, intensidad, etc.). Trabajo con capas: creación, manipulación, montajes, máscaras y animación. Almacenamiento y subida a la Web.

Video digital-Creación y edición básica e intermedia con software de carácter libre y/o privativo adecuado. Formatos frecuentes y características técnicas con soporte en la Web. Herramientas de línea de tiempo, paneles básicos de archivos, origen, programa, de efectos y transiciones. Animaciones, Velocidad y Duración. Almacenamiento, exportación y subida a la Web.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Se compone de 5 (cinco) Prácticos evaluativos que se desarrollarán y evaluarán de forma gradual y paulatina a lo largo de las clases prácticas de la asignatura y 1 (un) Práctico teórico integrador que resume los principales contenidos teóricos vinculados a los procesos prácticos desarrollados durante el cursado.

Prácticos evaluativos:

-Trabajo Práctico N° 1: "Medios digitales: incursión en la web, características actuales y proyecciones futuras"; donde se realiza un análisis histórico acerca del contexto tecnológico actual y su impacto en el campo de la comunicación y el periodismo.

-Trabajo Práctico N° 2: "Producción de contenidos digitales informativos sonoros" en software's de carácter libre: Audacity y privativo: Adobe Audition.

-Trabajo Práctico N° 3: "Producción de contenidos digitales informativos en formato de imagen vectorial" en software's de carácter libre: Inkscape y privativo: Adobe Illustrator.

-Trabajo Práctico N° 4: "Producción de contenidos digitales informativos en formato de imagen de mapa de bits" en software's de carácter libre: Gimp y privativo: Adobe Photoshop.

-Trabajo Práctico N° 5: "Producción de contenidos digitales informativos en formato de video digital" en software de carácter privativo: Adobe Premiere.

Práctico Integrador Teórico:

"La era digital y sus alcances: Abordajes teórico-prácticos del contexto tecnológico actual y su vinculación con los nuevos modos de producción para nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales".

VIII - Regimen de Aprobación

Para aprobar la asignatura por promoción se pide que el/la estudiante:

-Asista al 80% de las prácticas presenciales de la asignatura.

-Envíe y apruebe los 5 (cinco) Prácticos Evaluativos que se desarrollarán durante la cursada (en modalidad presencial, o en modalidad no presencial ante una eventual situación de emergencia por COVID) con una nota mayor o igual que 7 (siete).

-Envíe y apruebe el Práctico Integrador Teórico (en modalidad presencial, o en modalidad no presencial ante una eventual situación de emergencia por COVID) con una nota mayor o igual que 7 (siete).

-Apruebe el proceso de defensa de los Prácticos Evaluativos e Integrador Teórico (en modalidad presencial, o en modalidad no presencial ante una eventual situación de emergencia por COVID) con una nota mayor o igual que 7 (siete).

Para regularizar la asignatura se pide que el/la estudiante:

-Asista al 80% de las prácticas presenciales de la asignatura.

-Envíe y apruebe los 5 (cinco) Prácticos Evaluativos que se desarrollarán durante la cursada (en modalidad presencial, o en modalidad no presencial ante una eventual situación de emergencia por COVID) con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete).

-Envíe y apruebe el Práctico Integrador Teórico (en modalidad presencial, o en modalidad no presencial ante una eventual situación de emergencia por COVID) con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete).

-Apruebe el proceso de defensa de los Prácticos Evaluativos e Integrador Teórico (en modalidad presencial, o en modalidad no presencial ante una eventual situación de emergencia por COVID) con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete).

Respecto de rendir libre la asignatura:

-Dado su carácter eminentemente práctico, Tecnología de la Comunicación II no podrá ser rendida en calidad de estudiante libre, salvo condiciones excepcionales y debidamente justificadas. Para mayor información consultar las Resoluciones 916/010 y 155/14.

IX - Bibliografía Básica

[1] UNIDAD 1

[2] Newman, N. (2020): "Periodismo, medios y tecnología: tendencia y predicciones para 2020". Disponible en: <https://www.digitalnewsreport.org/publications/2020/periodismo-medios-y-tecnologia-tendencias-y-predicciones-para-2020> [Págs. 1-26]

[3] Salaverría, R. (2019): "Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión". En Profesional de la información, Vol. 28, N° 1: <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/69729> [Págs. 1-27]

[4] Evercom (2017). "Así será la Comunicación en 2017". Consultoría de Comunicación. Informe disponible en: https://www.evercom.es/wp-content/uploads/2017/01/Paper-tendencias-comunicacion-17_evercom.pdf [Págs. 1-9]

[5] Salaverría, R. (2016): "Redefinir al comunicador". El profesional de la información, v. 25, n. 2. Disponible en: <https://www.fiile.org.ar/uploadsarchivos/15.pdf> [Págs. 1-5].

[6] Marín, A. (2015): "La audiencia en los nuevos escenarios comunicativos. El prosumidor mediático en el centro". En Actas de las comunicaciones presentadas en el XXI Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística. Zaragoza: Universidad San Jorge. Disponible en: <https://www.periodistica.es/sep2016r/images/pdf/Actas%20XXI%20Congreso%20SEP%202015.pdf> [Págs. 404-412]

[7] Barrios, A. (2014): "El comunicador en el entorno digital". Cuadernos.info, 34, Disponible en: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cinfo/n34/art13.pdf> [Págs. 176-181]

[8] Cedro (2014): "Nuevos modelos de negocio en la era digital". Liber. Disponible en: https://www.academia.edu/21855105/NUEVOS_MODELOS_DE_NEGOCIO_EN_LA_ERA_DIGITAL [Págs. 44-69]

[9] Jódar Marín (2010): "La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales". Razón y palabra. Vol. 15, N° 71. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf [Págs. 1-11]

[10] Salaverría, R. (2009): "Los medios de comunicación ante la convergencia digital". 1º Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0 (CD-Rom), Bilbao, España. Disponible en: http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5099/1/Ramon_Salaverria.pdf [Págs. 1-16]

[11] Documento de Cátedra con la síntesis y actualización de las principales características de los medios de comunicación extraída del libro de Pavlik, J. (2005): "El periodismo y los nuevos medios de comunicación". Paidós. Bs. As. Argentina. [Págs. 1-6]

[12] Orihuela, J. L. (2002): "Los nuevos paradigmas de la e-comunicación". En ecuaerno.com: <http://www.ecuaerno.com/paradigmas> [Págs. 1-5]

[13] UNIDAD 2

[14] "Guía de referencia Adobe Audition CS6": https://helpx.adobe.com/es/pdf/audition_reference.pdf "Edición de sonido con Audacity": https://www.jesusda.com/docs/ebooks/ebook_tutorial-edicion-de-sonido-con-audacity.pdf

[15] "Guía de referencia Adobe Photoshop CS6": https://helpx.adobe.com/es/pdf/photoshop_reference.pdf

[16] "Manual del usuario de Gimp en español": <https://docs.gimp.org/2.8/es/> [16] "Guía de referencia Adobe Premiere CS6": http://help.adobe.com/archive/es/premiere-pro/cs6/premiere_pro_reference.pdf

[17] “Guía de referencia Adobe Illustrator CS6”: http://help.adobe.com/archive/es/illustrator/cs6/illustrator_reference.pdf
 [18] Inkscape, Manual de un Programa de Dibujo Vectorial: http://tavmjong.free.fr/INKSCAPE/MANUAL_v15/html_es/
 [19] “Efectos de Premiere Paso a Paso”:
<http://tec-comunicacion.unsl.edu.ar/Tecno%20II/2015/clase%203/Tutorial-Adobe-premiere-pro-efectos%20paso%20a%20pa%20so.pdf>

X - Bibliografía Complementaria

[1] Deloitte (2021). “¿Cuáles son las predicciones en tecnología, medios y telecomunicaciones para el 2021?”. Consultoría de recursos humanos, estrategia y operaciones y tecnología. Disponible en:
<https://revistaitnow.com/cuales-son-las-predicciones-en-tecnologia-medios-y-telecomunicaciones-para-el-2021>
 [2] López Golan (2018): “La comunicación en la nueva sociedad digital”. Gráficas El Portatítulo. Mérida, Venezuela.
 [3] Sánchez Upegui, A. (2016). “Comunicación digital: nuevas posibilidades y rigor informativo”. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, N° 17. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/1942/194220465006.pdf>
 [4] Gutierrez Rubí, A. (2015): “La transformación digital y móvil de la comunicación política”. Fundación Telefónica. Disponible en:
http://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/334
 [5] Mainer Blanco, B. (2015): “La influencia de los lectores de hoy en la producción de los contenidos informativos”. En Actas de las comunicaciones presentadas en el XXI Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística. Zaragoza: Universidad San Jorge. Disponible en:
<http://www.periodistica.es/sep2016r/images/pdf/Actas%20XXI%20Congreso%20SEP%202015.pdf>
 [6] Cabezuelo, L. (2013): “Las redes sociales como herramientas para la comunicación cultural en los nuevos contextos interactivos”. En “Comunicación y la red. Nuevas formas de periodismo”. Asociación de Periodistas de Aragón, España. Disponible en: <http://decimocuarto.congresoperiodismo.com/pdf/libro2013.pdf>
 [7] Fernández Barrero, A. & Ufarte Ruiz, M. J. (2013): “Community manager, una nueva salida profesional para el periodismo digital”. En Libro de Comunicaciones Comunicación y la red. Nuevas Formas de periodismo. XIV Congreso de Periodismo Digital en Zaragoza, España.
 [8] Silva Rodríguez, A. (2013): “Los retos del periodismo en la era de la movilidad”. En Libro de Comunicaciones Comunicación y la red. Nuevas Formas de periodismo. XIV Congreso de Periodismo Digital en Zaragoza, España.
 [9] Tascón, M. & Cabrera M. (2013): “Escribir en internet. guía para los nuevos medios y las redes sociales”. Disponible en: <https://www.amazon.com/-/es/Fund%C3%A9u-BBVA/dp/8415472080>
 [10] Bejarano Vásquez, D. M. (2012). “El rol del comunicador en la era de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación”. Informe de prácticas académicas.
 [11] Cuadernos de comunicación interactiva (2012): “La comunicación en medios sociales”. España. Disponible en: <https://es.slideshare.net/raeudiaz/cuadernos-de-comunicacin-interactiva-la-comunicacin-en-medios-sociales>
 [12] Ortis Gonzáles, J. (2010): “El rol del comunicador en la era digital”. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos. Disponible en:
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232010000300007
 [13] Igarza, R. (2008): “Nuevos medios, estrategias de convergencia”. La Crujía Ediciones. Bs. As.
 [14] Scolari, C. (2008): “Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva”. Gedisa, España.
 [15] Salaverría, R. & García Avilés, J. A. (2008): “La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo”. Trípod, N°23, Barcelona, España. Disponible en:
<http://www.raco.cat/index.php/tripodos/article/viewFile/118910/154114>

XI - Resumen de Objetivos

- Comprender y analizar el impacto de la era digital en los “nuevos medios”, “nuevos usuarios” y “nuevos profesionales”.
- Reconocer el proceso de incursión de los medios de comunicación en la Web y sus características actuales y futuras.
- Crear y editar contenido digital informativo en software's de carácter libre o privativo.

XII - Resumen del Programa

UNIDAD 1: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. Características de los medios y contenidos digitales informativos. Breve historia de la incursión de los medios de comunicación en la Web.

UNIDAD 2: Producción de contenidos digitales informativos en software's de carácter libre y/o privativo: de audio digital, de imagen vectorial, de mapa de bits y de contenido audiovisual.

XIII - Imprevistos

La Cátedra aloja sus contenidos: teóricos, prácticos y evaluativos en la plataforma Google Classroom, brindando la posibilidad de asistir y/o cursar la asignatura tanto en modalidad presencial cuidada como en modalidad no presencial.

XIV - Otros