



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 2014)

(Programa en trámite de aprobación)

(Presentado el 16/12/2014 13:03:26)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION I	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2014	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
PONCE, VIVIANA MERCEDES	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
MALDONADO, ANA SILVINA	Auxiliar de Práctico	A.1ra 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	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
11/08/2014	22/11/2014	15	60

IV - Fundamentación

Los procesos de comunicación y acceso a la información tienen la posibilidad de ampliarse y diversificarse gracias a la multiplicidad de herramientas tecnológicas actuales.

Tecnologías de hardware y software se combinan para brindar un amplio bagaje de posibilidades, en las que se ven favorecidas las instancias de búsqueda, selección, acceso, creación y distribución de los mismos.

En esta asignatura se trabaja con las herramientas informáticas digitales de Internet que permiten la búsqueda eficiente de la información, así como su posterior elaboración y difusión a través de la Web.

Para ello se realiza un recorrido por los buscadores temáticos y agentes de búsqueda existentes en las Webs: Superficial, Profunda y Semántica, focalizando en las técnicas y estrategias de localización, registro y evaluación de la información encontrada.

Posteriormente, se realiza la creación de los primeros contenidos visuales, sonoros y audiovisuales, utilizando apropiados softwares de edición; e interactivos, haciendo uso del procesamiento de grandes volúmenes de información de bases de datos. Finalmente se acompaña el producto creado con información textual apta para ser distribuida y leída en los dispositivos digitales adecuados.

El uso eficiente, crítico y significativo de estas acciones, en el marco de un proyecto de la vida real, que las oriente y dé sentido, posibilitará, por parte de nuestros alumnos, la adquisición de competencias donde se pongan en juego las destrezas y habilidades alcanzadas, tan requeridas en el mundo actual.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

- Reconocer la importancia de los avances tecnológicos y sus alcances en el campo de la comunicación social.
- Reconocer y operar con los diversos tipos de buscadores de información en la Web Superficial, Profunda y Semántica,

seleccionando el que más se adecue en cada caso de investigación.

- Operar con la información mediante un adecuado reconocimiento, registro y evaluación de su veracidad y calidad.
- Operar con el periodismo de base de datos, reconociendo sus tipologías informativas y aplicando técnicas que permitan la localización de los datos, su extracción, elaboración y análisis estadístico.
- Elaborar un artículo informativo basado en el periodismo de base de datos y realizar su difusión a través de la Web.
- Reconocer y operar con las herramientas básicas de los programas de edición de imágenes: Adobe Photoshop, audios: Adobe Audition y vídeos: Adobe Premiere.

VI - Contenidos

Unidad 1: La tecnología y su impacto en la comunicación

Medios Digitales: definición, características, impacto y nuevos paradigmas de los comunicadores sociales.

Unidad 2: Búsqueda de información en la WWW: Superficial, Invisible y Semántica

Investigación en Internet: definición, características y mitos en torno a las búsquedas. Buscadores de información: definición, características, formas de buscar y tipologías más frecuentes: por palabra clave, por directorio y buscadores de buscadores. La WWW Visible, Invisible y Semántica: definición, características, buscadores que proveen y estrategias de búsqueda simples y avanzadas.

Unidad 3: Fuentes, Registro y Evaluación de la información de las WWW: Superficial, Invisible y Semántica

Fuentes de información digitales: definición, características y tipologías: primarias, secundarias y terciarias. Registro de sitios web en línea y fuera de línea. Criterios de evaluación para determinar calidad y veracidad de un sitio web: por autor, por contenido y por calidad de sitio web.

Unidad 4: Periodismo de base de datos

Periodismo de base de datos en Internet: definición, características y procesos incluidos: de búsqueda, extracción, procesamiento y visualización de grandes volúmenes de información. Tipologías informativas: artículos basados en datos, visualizaciones interactivas, conjunto de datos abiertos, aplicaciones de noticias. Visualización con Tableau Public y Google Fusion Tables.

Unidad 5: Software's para la elaboración de contenidos digitales informativos

Imágenes: definición, características, creación y edición en Adobe Photoshop y publicación en la Web. Audios: definición, características, creación y edición en Adobe Audition y publicación en la Web. Vídeos: definición, características, creación y edición en Adobe Premiere y publicación en la Web.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Se compone de una serie de Prácticos Parciales correspondientes a cada uno de los temas centrales de esta asignatura, así también como de un Proyecto Final Práctico, que los integra.

La denominación de los Prácticos Parciales es la siguiente:

- Práctico 1: "Medios Digitales: nuevos medios, paradigmas e impacto sobre el comunicador".
- Práctico 2: "Investigación en Internet: Webs Visible, Invisible y Semántica".
- Práctico 3: "Registro, fuentes y evaluación de información en Internet".
- Práctico 4: "Periodismo de base de datos".
- Práctico 5: "Edición de imágenes vectoriales con Adobe Illustrator".
- Práctico 6: "Edición de imágenes de mapa de bits con Adobe Photoshop".
- Práctico 7: "Edición de audios con Adobe Audition".
- Práctico 8: "Edición de vídeos con Adobe Premiere".

La composición del Proyecto Final Práctico se divide en tres etapas:

- Etapa 1: "Búsqueda en la WWW y registro de información".
- Etapa 2: "Evaluación y extracción de datos".
- Etapa 3: "Procesamiento, visualización y redacción de la noticia asociada a los datos".

VIII - Regimen de Aprobación

Para la promoción de la materia el alumno deberá:

- Aprobar 1 (un) parcial práctico, en modalidad oral, correspondiente a las Etapas 1, 2 y 3 del Proyecto Final Práctico, con una nota mayor o igual que 7(siete).
- Aprobar 1 (un) parcial teórico, en modalidad escrita, correspondiente a los contenidos teóricos de la asignatura, con una nota mayor o igual que 7(siete).

Para la regularización de la materia el alumno deberá:

- Aprobar 1 (un) parcial práctico, en modalidad oral, correspondiente a las Etapas 1, 2 y 3 del Proyecto Final Práctico, con una nota entre 4 (cuatro) y 7 (siete).

NOTAS:

- Cada parcial teórico o práctico tiene una instancia de recuperación, en la que es posible acceder a la condición de promoción.
- Se prevé un examen recuperatorio adicional para regularizar, para aquellos alumnos que hayan presentado el certificado de trabajo en tiempo y forma, o bien, para todos los alumnos, en caso de que la Cátedra lo considere conveniente.
- EXAMEN LIBRE: De acuerdo a las condiciones de la materia intrínsecamente prácticas esta asignatura no podrá rendirse en calidad de alumno libre (por RES: 916/010 y RES: 155/14) salvo en algún caso excepcional, debidamente justificado, y que la Cátedra considere pertinente.

IX - Bibliografía Básica

- [1] Arcila, C. & Otros (2011): "Reflexiones sobre comunicación, tecnología y sociedad. Digitalización y ecología de medios". Universidad de los Andes, Venezuela. Disponible en: http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/32575/1/digital_ecologia_medios.pdf
- [2] Alonso, J. & Otros (2011): "Cuadernos de comunicación". Evoca, Comunicación e Imagen. Madrid, España. Disponible en: <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos5.pdf>
- [3] Gray & Otros (2011): "The Data Journalism Handbook". Traducción al español disponible en: <http://interactivos.lanacion.com.ar/manual-data/>
- [4] Informe (2010): "Los retos de la era digital". Elaborado por el Observatorio de la Ilustración Gráfica. Fadip, Madrid. Disponible en: <http://www.fadip.org/archivos/2010RetosDigital-Observatorio.pdf>
- [5] Crucianelli, S. (2010): "Herramientas digitales para periodistas". Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas. Disponible en: <https://knightcenter.utexas.edu/hdpp.pdf>
- [6] Jódar Marín, J. A. (2010): "La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales". En Razón y palabra, V. 15, N° 71. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514914045>
- [7] Cordón García J. & Otros (2010): "Las nuevas fuentes de información. Información y búsqueda documental en el contexto de la Web 2.0". Madrid: Editorial Pirámide.
- [8] Stallman & Otros (2008): "Contra el Copyright". Ediciones Tumbona. Disponible en: <http://www.tumbonaediciones.com/vs-copyright.pdf>
- [9] Pavlik, J. (2005): "El periodismo y los nuevos medios de comunicación". Paidós. Bs. As.
- [10] Bowman, S. & Willis, C. (2003). "Nosotros el medio". The Media Center del American Press Institute. Disponible en: http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media_espanol.pdf
- [11] Olivan & Otros (1999). "Criterios para evaluar la calidad de las fuentes de información en Internet". Disponible en: www.ibersid.eu/ojs/index.php/scire/article/download/1119/1101/#8206;
- [12] [Buscadores de información en la Web Superficial]:
- [13] Google: <http://www.google.com.ar>
- [14] Dmoz: <http://www.dmoz.org>
- [15] Google Noticias: news.google.com.ar
- [16] Google Maps: <https://maps.google.com.ar/>
- [17] Google Blogs: <http://www.google.com/blogsearch>
- [18] Google Imágenes: <http://www.google.es/imghp>
- [19] Google Videos: <http://www.google.es/videohp>
- [20] Google Scholar: <http://scholar.google.es>
- [21] Bing: <http://www.bing.com/?setlang=es>

- [22] Social Mention: [http:// www.socialmention.com](http://www.socialmention.com)
- [23] Twitterfall <http:// www.twitterfall.com>
- [24] Ixquick: <http://ixquick.com/esp/>
- [25] The Info: <http://www.theinfo.com/>
- [26] Dogpile: <http://www.dogpile.com>
- [27] [Buscadores de información en la Web Profunda]:
- [28] Scielo: www.scielo.org/php/index.php?lang=es
- [29] Infomine: <http://infomine.ucr.edu/>
- [30] Wayback Machine: <http://archive.org/web/web.php>
- [31] Scirus: <http://www.scirus.com>
- [32] [Buscadores de información en la Web Semántica]:
- [33] Wolfram Alpha <http://www.wolframalpha.com/>
- [34] Twine <http://www.twine.com/>
- [35] Swoogle <http://swoogle.umbc.edu>
- [36] [Registro de Sitios o Contenido Web]
- [37] Favoritos online: <http://www.favoritosonline.net>
- [38] Delicious: <https://delicious.com>
- [39] Free Drive: <http://www.freedrive.com>
- [40] Google Drive: <https://drive.google.com>
- [41] Dropbox: <https://www.dropbox.com/es>
- [42] [Extracción de datos]
- [43] Zamzar: <http:// www.zamzar.com>
- [44] OCR <http:// www.onlineocr.net>
- [45] Tabula: <http://tabula.technology>
- [46] [Visualización de datos interactivos]
- [47] Tableau Public: <http:// public.tableausoftware.com>
- [48] Datawrapper: <https://datawrapper.de>
- [49] Google Fusion Tables: <https://support.google.com/fusiontables/answer/2571232>
- [50] [Manuales]
- [51] Adobe Photoshop Cs 3: Guía del usuario: http://help.adobe.com/archive/es_ES/photoshop/cs3/photoshop_cs3_help.pdf
- [52] Adobe Audition 3: Guía del usuario: http://help.adobe.com/archive/es_ES/audition/3/audition_3_help.pdf
- [53] Adobe Premiere Pro Cs 3: Guía del usuario: <http://es.scribd.com/doc/15055172/Manual-Adobe-Premiere-Pro-CS3>
- [54] Otros Manuales de Adobe: <http://www.adobe.com/la/>
- [55] [Blogs]
- [56] Periodismo de base de datos: <http://periodismodebasededatos.blogspot.com.ar/> Un espacio para encontrar recursos, herramientas e información sobre periodismo de base de datos en español. Dedicado a la comunidad periodística de habla hispana.

X - Bibliografía Complementaria

- [1] Camus (2009). "Tienes 5 segundos". Santiago, Chile. Disponible en: <http://www.tienes5segundos.cl/>
- [2] Nuria, F. & Pérez Montoro, M. (2009): "Búsqueda y recuperación de la información". Editorial UOC.
- [3] Polo García, J. D. (2009): "Twitter para quien no usa Twitter". Bubok, Madrid, España. Disponible en: <file:///D:/Mis%20Cosas/Mis%20documentos/Twitter-para-quien-no-usa-Twitter-BN.pdf>
- [4] Fernández García, J. J. (2008): "Más allá de Google". Libros Infonomia. Disponible en: http://www.infonomia.com/pdf/Mas_alla_de_Google_2008.pdf
- [5] López García, G. (2008). "Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs". España. Disponible en: <http://www.cibermediosvalencianos.es/ComunicacionLocal.pdf>
- [6] De Ugarte, David (2007): "El poder de las redes". Biblioteca de las Indias Electrónicas, Madrid.
- [7] Livros LabCom (2007). "Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW". Serie Série: Estudos em Comunicação. Disponible en: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110823-canavilhas_webnoticia_final.pdf
- [8] Canavilhas (2007): "Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW". Livros LavCom. Disponible en: www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110823-canavilhas_webnoticia_final.pdf
- [9] CSIC (2006): "La información especializada en Internet: directorio de recursos de interés académico y profesional".

[10] Pla-Santamaría, D. (2005): “Localización de información específica en la Web”. Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia.

XI - Resumen de Objetivos

- Reconocer la importancia de los avances tecnológicos y sus alcances en la comunicación social.
- Reconocer y operar con los diversos tipos de buscadores de información existentes en la WWW y sus tipologías.
- Operar con el periodismo de base de datos, reconociendo sus tipologías informativas y elaborando y difundiendo un artículo informativo basado en esta modalidad periodística.
- Reconocer y operar con las herramientas básicas de los programas de edición de imágenes, audios y vídeos.

XII - Resumen del Programa

Unidad 1: La tecnología y su impacto en la comunicación

Medios Digitales. Impacto y nuevos paradigmas de los comunicadores sociales.

Unidad 2: Definición, características y mitos de las búsquedas en Internet. Buscadores de información en la WWW. La WWW Visible, Invisible y Semántica y sus buscadores.

Unidad 3: Fuentes, Registro y Evaluación de la información.

Fuentes de información digitales. Registro de sitios web. Criterios de evaluación para determinar calidad y veracidad de un sitio web.

Unidad 4: Periodismo de base de datos

Periodismo de base de datos en Internet: definición, características y procesos incluidos. Tipologías informativas.

Visualización con Tableau Public y Google Fusion Tables.

Unidad 5: Software's para la elaboración de contenidos digitales informativos

Imágenes: Adobe Photoshop. Audios: Adobe Audition. Vídeos: Adobe Premiere.

XIII - Imprevistos

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA

Profesor Responsable

Firma:

Aclaración:

Fecha: