



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 2015)

(Programa en trámite de aprobación)

(Presentado el 29/10/2015 11:06:16)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION I	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2015	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
10/08/2015	20/11/2015	15	60

IV - Fundamentación

Los procesos de comunicación tienen la posibilidad de ampliarse y diversificarse gracias a la multiplicidad de herramientas tecnológicas actuales. Su combinación brinda nuevas alternativas de producción, circulación y recepción de la información, caracterizada por los múltiples formatos digitales en los que se puede representar.

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, audiovisuales y textuales, utilizando apropiados softwares de edición.

Finalmente se acompaña el producto creado con información 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.
- Reconocer y operar con las herramientas básicas de los programas de edición de imágenes: Adobe Photoshop, audios: Adobe Audition, vídeos: Adobe Premiere y documentos: Adobe In Design.

VI - Contenidos

Unidad 1: La tecnología y su impacto en la comunicación

Medios Digitales: nuevos contextos, nuevos medios, nuevos profesionales, nuevos usuarios y nuevas formas de comunicarnos. 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: Software's para la elaboración de contenidos digitales informativos

Imágenes: definición, características, creación y edición en Adobe Photoshop. Audios: definición, características, creación y edición en Adobe Audition. Vídeos: definición, características, creación y edición en Adobe Premiere. Documentos: definición, características y edición en Adobe In Design.

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 Parcial Práctico, que los integra.

La denominación de los Prácticos Parciales es la siguiente:

- Práctico 1: "Medios Digitales".
- Práctico 2: "Investigación en Internet I".
- Práctico 3: "Investigación en Internet II".
- Práctico 4: "Investigación en Internet III".
- Práctico 5: "Imágenes vectoriales (Illustrator)".
- Práctico 6: "Imágenes de mapa de bits (Photoshop)".
- Práctico 7: "Audios (Audition)".
- Práctico 8: "Vídeos (Premiere)".

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

- Etapa 1: "Búsqueda de información en la WWW: Visible e Invisible".
- Etapa 2: "Registro y Evaluación de la información".
- Etapa 3: "Análisis, Redacción de la información y Elaboración de informes multimedia".
- Etapa 4: "Presentación de los datos en el CD".

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, 3 y 4 del Proyecto Parcial 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, 3 y 4 del Proyecto Final Práctico, con una nota entre 4 (cuatro) y 7 (siete).

- 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 algún caso excepcional, debidamente justificado, y que la Cátedra considere pertinente.

IX - Bibliografía Básica

- [1] Arriaga, E. (2013): "Tsunami digital". Patagonia, Chile.
- [2] Noguera Vivo, J. M. (2012): "Redes y periodismo : cuando las noticias se socializan". UOC, España.
- [3] 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
- [4] Alonso, J. & Otros (2011): "Cuadernos de comunicación". Evoca, Comunicación e Imagen. Madrid, España. Disponible en: <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos5.pdf>
- [5] 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>
- [6] Salvat Martinrey, G. & Serrano Marín, V. (2011): "La revolución digital y la sociedad de la información". Comunicación social, Ediciones y Publicaciones.
- [7] Barbolla Camarero, D. (2010): "Cultura 2.0.. Técnicas de investigación en entornos digitales". UOC, España.
- [8] Cabrera González, M. A. (2010): "Evolución tecnológica y cibermedios". UOC, España.
- [9] 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>
- [10] 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.
- [11] [Buscadores de información en la Web Superficial]:
- [12] Google: <http://www.google.com.ar>
- [13] Dmoz: <http://www.dmoz.org>
- [14] Google Noticias: news.google.com.ar
- [15] Google Maps: <https://maps.google.com.ar/>
- [16] Google Blogs: <http://www.google.com/blogsearch>
- [17] Google Imágenes: <http://www.google.es/imghp>
- [18] Google Videos: <http://www.google.es/videohp>
- [19] Google Scholar: <http://scholar.google.es>
- [20] Bing: <http://www.bing.com/?setlang=es>
- [21] Social Mention: <http://www.socialmention.com>
- [22] Twitterfall <http://www.twitterfall.com>
- [23] Ixquick: <http://ixquick.com/esp/>
- [24] The Info: <http://www.theinfo.com/>
- [25] Dogpile: <http://www.dogpile.com>
- [26] [Buscadores de información en la Web Profunda]:
- [27] Scielo: www.scielo.org/php/index.php?lang=es
- [28] Infomine: <http://infomine.ucr.edu/>
- [29] Wayback Machine: <http://archive.org/web/web.php>
- [30] [Buscadores de información en la Web Semántica]:
- [31] Wolfram Alpha <http://www.wolframalpha.com/>
- [32] Twine <http://www.twine.com/>
- [33] Swoogle <http://swoogle.umbc.edu>
- [34] [Registro de Sitios o Contenido Web]
- [35] Favoritos online: <http://www.favoritosonline.net>
- [36] Delicious: <https://delicious.com>
- [37] Google Drive: <https://drive.google.com>
- [38] Dropbox: <https://www.dropbox.com/es>
- [39] [Manuales]

- [40] Adobe Photoshop Cs 3: Guía del usuario: http://help.adobe.com/archive/es_ES/photoshop/cs3/photoshop_cs3_help.pdf
- [41] Adobe Audition 3: Guía del usuario: http://help.adobe.com/archive/es_ES/audition/3/audition_3_help.pdf
- [42] Adobe Premiere Pro Cs 3: Guía del usuario: <http://es.scribd.com/doc/15055172/Manual-Adobe-Premiere-Pro-CS3>
- [43] Adobe In Design Cs 6: Ayuda y Tutoriales: https://helpx.adobe.com/es/pdf/indesign_reference.pdf
- [44] Otros Manuales de Adobe: <http://www.adobe.com/la/>

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] Stallman & Otros (2008): "Contra el Copyright". Ediciones Tumbona. Disponible en: <http://www.tumbonaediciones.com/vs-copyright.pdf>
- [5] Fernández García, J. J. (2008): "Más allá de Google". Libros Infonomía. Disponible en: http://www.infonomia.com/pdf/Mas_alla_de_Google_2008.pdf
- [6] De Ugarte, David (2007): "El poder de las redes". Biblioteca de las Indias Electrónicas, Madrid.
- [7] CSIC (2006): "La información especializada en Internet: directorio de recursos de interés académico y profesional".
- [8] Pla-Santamaría, D. (2005): "Localización de información específica en la Web". Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia.
- [9] 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
- [10] Oliván & Otros (1999). "Criterios para evaluar la calidad de las fuentes de información en Internet". Disponible en: www.iberid.eu/ojs/index.php/scire/article/download/1119/1101‎

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 la información mediante un adecuado reconocimiento, registro y evaluación de su veracidad y calidad.
- Reconocer y operar con las herramientas básicas de los programas de edición de imágenes, audios, vídeos y documentos.

XII - Resumen del Programa

Unidad 1: La tecnología y su impacto en la comunicación

Impacto de las nuevas tecnologías en los medios, los profesionales y los usuarios.

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

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: Software's para la elaboración de contenidos digitales informativos

Imágenes: Adobe Photoshop. Audios: Adobe Audition. Vídeos: Adobe Premiere. Documentos: Adobe In Design.

XIII - Imprevistos

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA

Profesor Responsable

Firma:

Aclaración:

Fecha: