



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 2020)

(Programa en trámite de aprobación)

(Presentado el 07/07/2020 12:17:50)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION II	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2020	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
PONCE, VIVIANA MERCEDES	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
MALDONADO, ANA SILVINA	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 Hs
VIDAL SIERRA, FRANCISCO EMMANU	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 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 - Teoría con prácticas de aula y laboratorio	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
09/03/2020	16/06/2020	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 en los que se aplica: 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, la producción de contenidos digitales en pos de una intervención, difusión y/o favorecimiento de la participación al interior de una organización/institución y la redacción de la información para diferentes tipologías de medios digitales; 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 en el campo del periodismo, tanto en los "nuevos medios", como en los "nuevos usuarios" y los "nuevos profesionales".

-Crear y editar contenido digital informativo en aplicaciones para PC o celular, de uso libre o privativo y que trabajen con audio digital, imágenes de mapa de bits y video digital.

-Comprender el proceso de incursión de los medios de comunicación gráficos en la Web; e iniciarse en el camino de la redacción de noticias para diferentes tipologías de medios digitales.

VI - Contenidos

UNIDAD 1: "La era digital y su impacto en el campo del periodismo"

Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. Características de los medios digitales, los contenidos digitales informativos y las plataformas de circulación de contenidos.

UNIDAD 2: "Edición intermedia de contenidos digitales en softwares o aplicaciones libres y/o privativos/as"

Audio digital-Creación y edición básica e intermedia con software adecuado o aplicaciones para celular (profesionales y libres). Definición, componentes y características técnicas. Vista unipista y multipista. Efectos (e tiempo, amplitud, espacio, timbre y frecuencia, tono, corrección y limpieza. Herramientas para el trabajo individual o en sesiones. Envoltentes de volumen, panorámica y fusiones. Tipologías de archivos, almacenamiento, exportación, conversiones y subida a la Web. Imágenes de mapa de bits-Creación y edición básica e intermedia con software adecuado o aplicaciones para celular (profesionales y libres). 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 adecuado o aplicaciones para celular (profesionales y libres). 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.

UNIDAD 3: "Incursión de los medios gráficos en la Web"

Periódico y Revista digital: denominaciones, definición, breve historia, características y fase evolutiva. Redacción de noticias para la Web para diferentes tipologías de medios digitales.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Se compone de una serie de Prácticos Evaluativos a desarrollar durante la cursada de la asignatura en los que se tratan temas centrales de la misma; así como también como de un Proyecto Parcial Final Individual que los integra. Su modalidad de evaluación (teórica o práctica), se decidirá conforme la dinámica de la cursada, influida por la situación de pandemia que nos aqueja.

La denominación de los Prácticos Parciales es la siguiente:

-Clase Práctica 1: "Medios digitales: características y transformaciones en los medios tradicionales, los profesionales y los usuarios".

-Clase Práctica 2: "Creación y edición básica e intermedia de audio digital en softwares o aplicaciones para celular de carácter libre y privativo".

-Clase Práctica 3: "Creación y edición básica e intermedia de imágenes digitales en softwares o aplicaciones para celular de carácter libre y privativo".

-Clase Práctica 4: "Creación y edición básica e intermedia de video digital en softwares o aplicaciones para celular de carácter libre y privativo".

-Proyecto Parcial Final Integrador: "Hipermedializando un texto al interior de un blog".

VIII - Regimen de Aprobación

Para aprobar la asignatura por promoción se pide que el alumno:

- Asista al 80 % de las clases teóricas (en modalidad presencial o en modalidad virtual).

- Asista al 80 % de las clases prácticas (en modalidad presencial) o apruebe con una nota de 7 (siete) los Prácticos evaluativos a desarrollar durante la cursada.

- Apruebe el Proyecto Final Integrador de la materia (en la modalidad establecida desde la asignatura) con una nota mayor o igual que 7 (siete).

Para regularizar la asignatura se pide que el alumno:

- Asista al 80 % de las clases teóricas (en modalidad presencial o en modalidad virtual).
- Asista al 80 % de las clases prácticas (en modalidad presencial) o apruebe con una nota igual o mayor que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete) los Prácticos evaluativos a desarrollar durante la cursada.
- Apruebe el proyecto final integrador de la materia (en su parte práctica) con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete) en su evaluación práctica.

Respecto de rendir libre la asignatura:

El carácter de la materia es eminentemente práctico, por lo que esta materia no podrá ser rendida en calidad de alumno 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] 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]

[3] 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]

[4] Orihuela, J. L. (2002): "Los nuevos paradigmas de la e-comunicación". En [ecuaderno.com](http://www.ecuaderno.com):

<http://www.ecuaderno.com/paradigmas> [Págs. 1-5]

[5] 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 [Págs. 1-16]

[6] Barrios, A. (2014): "El comunicador en el entorno digital". Cuadernos.info, 34, doi: 10.7764/cdi.34.519. [Págs. 165-181]

[7] Salaverría, R. (2016): "Redefinir al comunicador". El profesional de la información, v. 25, n. 2. [Págs. 163-167]

[8] 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:

<http://www.periodistica.es/sep2016r/images/pdf/Actas%20XXI%20Congreso%20SEP%202015.pdf> [Págs. 394-412]

[9] 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>

[10] UNIDAD 2

[11] Manuales/ Guías de referencia para el trabajo con el software propuesto:

[12] "Guía de referencia Adobe Audition CS6": https://helpx.adobe.com/es/pdf/audition_reference.pdf

[13] "Edición de sonido con Audacity":

https://www.jesusda.com/docs/ebooks/ebook_tutorial-edicion-de-sonido-con-audacity.pdf

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

[15] "Manual del usuario de Gimp en español": <https://docs.gimp.org/2.8/es/>

[16] "Adobe Premiere. Guía del usuario".

<http://tec-comunicacion.unsl.edu.ar/Tecno%20II/2013/clase%204/Manual-Adobe-Premiere-Pro-CS3.pdf>

[17] "Guía de referencia Adobe Premiere CS6":

http://help.adobe.com/archive/es/premiere-pro/cs6/premiere_pro_reference.pdf

[18] "Efectos de Premiere Paso a Paso".

<http://tec-comunicacion.unsl.edu.ar/Tecno%20II/2015/clase%203/Tutorial-Adobe-premiere-pro-efectos%20paso%20a%20paso.pdf>

[19] UNIDAD 3

[20] Salaverría, R. (2009): "Los medios de comunicación ante la convergencia digital". 1° 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]

[21] 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]

- [22] 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> [Págs. 1-43]
- [23] 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 [Págs. 17-36 y Págs. 49-54]
- [24] Franco, G. (2007): "Como escribir para la Web". (Knight Foundation). Texas. Disponible en: https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf [Págs. 23-36 y Págs. 50-79]
- [25] 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]
- [26] 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]

X - Bibliografía Complementaria

- [1] Baltar Moreno, A. y Valencia, M. C. (2016): "El relato de viajes como narrativa transmedia". Icono 14, volumen (14), pp. 181-210.
- [2] Deloitte (2016). "Predicciones de tecnología, medios de comunicación y telecomunicaciones". Consultoría de recursos humanos, estrategia y operaciones y tecnología. Disponible en: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/tecnologia-media-telecomunicaciones/Deloitte_ES_TMT_Predicciones-2016.pdf
- [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> [Págs. 1-19]
- [4] 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.
- [5] 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.
- [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] Marín, A. L. (2013): "Sociología de las Organizaciones". Mc Graw-Hill, Interamericana de México.
- [8] 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.
- [9] Sosa, L. G. (2011). "Los nuevos medios en la era digital. Convergencia e industrias del streaming". 10º CONGRESO REDCOM: "Conectados, Hipersegmentados y Desinformados en la Era de la Globalización". Disponible en: <https://labtecono.wordpress.com/2011/05/24/los-nuevos-medios-en-la-era-digital-convergencia-e-industrias-del-s-treaming/>
- [10] Albalá Ubiergo, E. (2011): "Bienvenida Web 3.0. Guía para sobrevivir en la Internet del 2011". Disponible en: http://tecno.unsl.edu.ar/Tecno/Tecno%20I%202011/apuntes%20opcionales/10058696_Web3.0Lulu.pdf
- [11] Del Santo, O. (2011): "Reputación online para todos". Disponible en: <http://dksignmt.com/download/Descargas/Reputaci%C3%B3n%20Online%20Para%20Todos.pdf>
- [12] Luchessi, L. (2010): "Nuevos escenarios detrás de las noticias. Agendas, tecnologías y consumos". La Crujía, Bs. As. Argentina.
- [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". Trípodos, N°23, Barcelona, España. Disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/tripodos/article/viewFile/118910/154114>
- [16] Cebrián Herreros, M. (2008): "La Web 2.0 como red social de comunicación e información", Madrid, España. Disponible en: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_14/Sum/4-04.pdf
- [17] Zaragoza, M. I & Bartolucci, G. (2008): "La imagen digital: expresión artística y modalidades de producción a través de la utilización de las herramientas tecnológicas". Huellas: búsquedas en arte y diseño. N° 6. Disponible en: http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/2563/zaragozahuellas6-08.pdf

[18] Cobo Romaní C. & Pardo Kuklinski H. (2007): "Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food". Flacso México. Barcelona / México DF. Disponible en: <http://www.planetaweb2.net/>

[19] Marks, B. (2007). "Periodismo 2.0. Una guía para la alfabetización digital". (Knight Foundation). Texas.

XI - Resumen de Objetivos

- Comprender y analizar el impacto de la era digital en el campo del periodismo.
- Crear y editar contenido digital informativo, haciendo uso intermedio de softwares o aplicaciones para celular de carácter libre o privativo.
- Comprender el proceso de incursión de los medios de comunicación gráficos en la Web e iniciarse en el camino de la redacción de noticias.

XII - Resumen del Programa

UNIDAD 1: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. Características de los medios y contenidos digitales informativos.

UNIDAD 2: Edición básica e intermedia de contenidos digitales en softwares o aplicaciones para celular de carácter libre y/o privativos: de audio digital, de imagen de mapa de bits y de contenido audiovisual.

UNIDAD 3: Incursión de los medios gráficos en la Web: periódico y revista digital. Redacción de noticias para medios digitales.

XIII - Imprevistos

El dictado de esta asignatura (mayormente de carácter práctico y con seguimiento y evaluación de carácter personalizado) puede variar o tender hacia un orden más teórico en función de la situación de emergencia en la que nos encontramos por la infección del coronavirus a nivel mundial.

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	