



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 2024)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION II	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2024	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
ROSALES, MILAGROS DAHYANA	Auxiliar de Práctico	A.2da Simp	10 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	1° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
11/03/2024	21/06/2024	15	60

IV - Fundamentación

La era digital y la omnipresencia de la inteligencia artificial han generado una revolución sin precedentes en el campo de la comunicación social, dando lugar a una amplia y diversa gama de modalidades comunicativas que transforman continuamente la gestión, producción, circulación y consumo del conocimiento y la información.

En este escenario dinámico, los comunicadores sociales se enfrentan a importantes desafíos, por lo que desde esta asignatura y como parte de su formación profesional, se propone un enfoque inicial integral que aborde algunos de sus principales aspectos.

En principio, se realiza un análisis crítico y reflexivo del contexto evolutivo que da origen a los nuevos medios, dispositivos, contenidos y audiencias, lo que nos permite comprender las posibilidades presentes y perspectivas futuras que se derivan de esta transformación digital.

Luego, se fomenta la adquisición de prácticas comunicativas que impliquen el desarrollo de destrezas y competencias tecnológicas necesarias para gestionar y producir contenidos digitales adaptados a medios de circulación específicos. Se exploran las capacidades de creación y edición de contenidos multimediales, tanto en software de edición libres y/o privados como en aplicaciones de inteligencia artificial generativa.

Finalmente, se promueve un ejercicio profesional responsable, transparente y efectivo, considerando las implicaciones éticas, de privacidad, derechos de autor y aspectos legales relevantes, derivados de las relaciones entre la comunicación y la tecnología.

Se espera que la introducción a estos conceptos pueda continuar con su profundización a lo largo de la carrera, con el fin de enfrentar en mejores condiciones a un mundo digital en constante evolución.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

- Comprender y analizar el impacto de la era digital y la era artificial en la generación de "nuevos medios", "nuevos usuarios", "nuevos contenidos" 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 multimedial en softwares de uso libre o privativo y en aplicaciones de inteligencia artificial generativa.

VI - Contenidos

UNIDAD 1: "La era digital y artificial: alcances en los medios, profesionales, usuarios y contenidos"

La transformación digital y sus alcances en la comunicación humana. Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. Breve historia de los medios de comunicación en la Web y Características en función de la era digital. Alcances y limitaciones de la inteligencia artificial generativa en la reportería, producción, distribución y verificación de las noticias. Competencias, Paradigmas de los comunicadores sociales y Principios éticos en la profesión. Relaciones del público con los medios de comunicación. Niveles de participación y Categorización de los usuarios.

UNIDAD 2: "Producción de contenidos digitales en software's libre/s y/o privativos/as y aplicaciones de inteligencia artificial generativa"

Audio digital. Definición, componentes, creación y edición en software de carácter libre, privativo y aplicaciones de inteligencia artificial generativa. Vista unipista: herramientas y efectos de tiempo, amplitud, espacio, timbre y frecuencia, tono, corrección y limpieza. Vista multipista: herramientas, sesiones, envolvente de volumen, panorámica y fundidos. Tipologías de archivos, conversiones, almacenamiento y exportación.

Imágenes de mapa de bits. Definición, componentes, creación y edición en software de carácter libre, privativo y aplicaciones de inteligencia artificial generativa. Trabajo en unicapa: retoque fotográfico, histograma, corrección de color, curvas, niveles y ajustes de color. Trabajo en multicapas: fotomontaje, máscaras de capa y recorte, animación. Tipologías de archivos, conversiones, almacenamiento y exportación.

Imágenes vectoriales. Definición, componentes, creación y edición en software de carácter libre, privativo y aplicaciones de inteligencia artificial generativa.

Video digital. Definición, componentes, creación y edición en software de carácter libre, privativo y aplicaciones de inteligencia artificial generativa. Herramientas de línea de tiempo, paneles básicos de archivos, monitor de origen, monitor de programa, efectos, transiciones, montajes y animaciones. Tipologías de archivos, conversiones, almacenamiento, exportación y subida a la web.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Para el desarrollo de la propuesta práctica de la asignatura, se avanzará sobre las etapas de un único Trabajo Integrador denominado: "Proyecto Parcial", que aborda los principales contenidos enunciados en el programa:

- Etapas 1: Planificación y toma de decisiones comunicacionales.
- Etapas 2: Producción de contenidos sonoros.
- Etapas 3: Producción de contenidos visuales.
- Etapas 4: Elaboración y difusión de producción audiovisual.

De forma gradual y paulatina, y a lo largo de las clases prácticas presenciales que se ofrecerán desde la asignatura, se contribuirá a su realización y evaluación continua, en un recorrido que finaliza con la evaluación del examen parcial.

VIII - Regimen de Aprobación

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

- Asista al 80% de las clases prácticas de la asignatura.
- Envíe y apruebe el Proyecto Parcial Práctico, con una nota mayor o igual que 7 (siete).
- Apruebe el Parcial de Defensa del Proyecto Parcial Práctico, en modalidad presencial, con una nota mayor o igual que 7 (siete).
- Envíe y apruebe la Guía de lectura de Contenidos Teóricos, con una nota mayor o igual que 7 (siete).
- Apruebe el Parcial de Defensa de la Guía de lectura de Contenidos Teóricos, con una nota mayor o igual que 7 (siete).

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

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

-Envíe y apruebe el Proyecto Parcial Práctico, con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete).

-Apruebe el Parcial de Defensa del Proyecto Parcial Práctico, en modalidad presencial, con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete).

-Envíe y apruebe la Guía de lectura de Contenidos Teóricos, con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete).

-Apruebe el Parcial de Defensa de la Guía de lectura de Contenidos Teóricos, 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 (Res. 916/010 y Res. 155/14); salvo condiciones excepcionales y debidamente justificadas (imposibilidad de cursado por dificultades con horario laboral, lugar de residencia y/o enfermedad, entre otros).

*A fin de promover la regularidad y/o aprobación de la asignatura cada examen parcial dispone de 2 (dos) recuperaciones (Ord. C.S. 32/14 - Ord. C.S.13/03 y Ord. C.S. 26/97).

*En el caso de la evaluación del Proyecto Parcial Práctico y la Guía de lectura de Contenidos Teóricos se otorga una única recuperación, a fin de contemplar la duración y crédito horario de la asignatura.

IX - Bibliografía Básica

[1] UNIDAD 1

[2] Newman, N. (2024): "Periodismo, medios y tecnología: tendencia y predicciones para 2020". Disponible en: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/periodismo-medios-y-tecnologia-tendencias-y-predicciones-para-2024> [Págs. 1-28]

[3] Pascualena, J. S. (2024). "Modelos de Negocio en Internet". Disponible en Infoautónomos.com: <https://www.infoautonomos.com/ideas-de-negocio/modelos-de-negocio-en-internet> [Págs. 1-8]

[4] Carpes, G. (2023): "O mínimo que um jornalista precisa saber sobre Inteligência Artificial. Para começar 2024". Disponible en Farol Jornalismo: <https://faroljornalismo.cc/arquivos/Guia%20IA%20Farol%20Jornalismo.pdf> [Págs. 1-12]

[5] Prodigioso Volcan (2023): "IA para periodistas. Una herramienta por explotar". Disponible en: https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/ia-periodistas/IA_para_periodistas_2023.pdf [Págs. 47-78]

[6] RSF (2023). Reporteros sin Fronteras. Carta de París sobre la IA y el Periodismo. Disponible en: https://www.rsf-es.org/wp-content/uploads/2023/11/Carta-de-Paris-sobre-la-IA-y-el-periodismo_0.pdf [Págs. 1-2]

[7] Zuazo, N. (2023). Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información. Periodismo e inteligencia artificial en América Latina. Disponible en Biblioteca Digital de UNESCO: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388124> [Págs. 10-12; 17-18; 23-24; 45-48]

[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: <https://idus.us.es/handle/11441/61401;jsessionid=BFB419B6C7AB973393296390155F0E73?> [Págs. 404-412]

[9] Barrios Rubio, 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]

[10] 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]

[11] Salaverriá, 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]

[12] 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]

[13] 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]

[14] UNIDAD 2

[15] Tutorials of Gimp: <https://www.gimp.org/tutorials/>

- [16] Frequently Asked Questions: <https://www.gimp.org/docs/userfaq.html>
- [17] Audacity Manual: <https://github.com/audacity/audacity-manual/releases>
- [18] Audacity Support: <https://support.audacityteam.org/>
- [19] Inkscape Manuals and quick references: <https://inkscape.org/learn/books/>
- [20] Referencia de teclado y ratón de Inkscape: <https://inkscape.org/es/doc/keys.html>
- [21] Frequently Asked Questions for Inkscape Users: <https://inkscape.org/es/aprende/fac/>
- [22] Manual de Kdenlive: <https://docs.kdenlive.org/es/>
- [23] Guía de usuario de Adobe Photoshop: <https://helpx.adobe.com/ar/photoshop/user-guide.html>
- [24] Tutoriales de Phostoshop: <https://www.tripiyon.com/indice-tutoriales-photoshop-gratuitos/>
- [25] Guía de usuario de Illustrator: <https://helpx.adobe.com/ar/illustrator/user-guide.html>
- [26] Tutoriales de Adobe Illustrator: <https://www.format.com/es/magazine/adobe-illustrator-tutorials>
- [27] Guía de usuario de Adobe Premiere: <https://helpx.adobe.com/ar/premiere-pro/user-guide.html>
- [28] Guía de usuario de Adobe Audition: <https://helpx.adobe.com/ar/audition/user-guide.html>

X - Bibliografía Complementaria

- [1] Evercom (2024). “Informe evercom de Tendencias en creatividad, comunicación y marketing 2024”. Disponible en Consultoría de Comunicación:
https://evercom.es/wp-content/uploads/2023/12/evercom_Informe-de-tendencias-2024_evercom.pdf [Págs. 1-29]
- [2] De Carvalho Berti, O. M. “Chat GPT: Evolucao ou fin do Jornalismo?”. Editora da Universidade Estadual do Piauí: EdUESPI. Disponible en: <https://editora.uespi.br/index.php/editora/catalog/view/141/131/711-1> [Págs. 100-141]
- [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] López Golan (2018): “La comunicación en la nueva sociedad digital”. Gráficas El Portatítulo. Mérida, Venezuela.
- [5] Salaverría, R. (2016): “El ciberperiodismo en Iberoamérica”. Fundación Telefónica: Universidad de Navarra, España. Disponible en: <https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/publicaciones/479> [Págs. 1-34]
- [6] 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].
- [7] 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]
- [8] 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>
- [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] 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>
- [11] 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

XI - Resumen de Objetivos

- Comprender y analizar el impacto de la era digital y artificial en los nuevos medios, usuarios, contenidos y 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 multimedial en softwares de uso libre o privativo y en aplicaciones de inteligencia artificial generativa.

XII - Resumen del Programa

UNIDAD 1: La era digital y artificial: recorrido histórico, alcances y características en los medios de comunicación, usuarios, profesionales y contenidos. Perspectivas presentes y futuras a raíz de las implicaciones de la inteligencia artificial generativa. contenidos multimediales en aplicaciones de inteligencia artificial generativa.

XIII - Imprevistos

XIV - Otros

*Dada la preponderancia de contenidos prácticos, las teorías se desarrollan en formato mixto conforme los lineamientos de la Res. C.S. 37/2024.

Se distribuyen en formato virtual (gráfico y audiovisual) y se recuperan durante la realización de las clases prácticas presenciales.

*Para mayor información comunicarse al correo electrónico de la Prof. Resp. Viviana Ponce: vivianaponce@gmail.com