



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