



Departamento de Ciencias Sociales
Programa Regular – Cursos Presenciales

Carrera:	Lic. en Comunicación Social
Año:	2016
Curso:	Seminario y Taller de Periodismo Digital
Profesor:	Guillermo Enrique López
Carga horaria semanal:	4 horas áulicas y 1 hora extra-áulica.
Horas de consulta extra clase:	Miércoles de 17 a 18 hs.
Créditos:	10 (diez)
Núcleo al que pertenece:	Orientado
Tipo de Asignatura:	Teórico-práctica
Presentación y Objetivos:	

ENCUADRE GENERAL (*)

Los grandes cambios generados por las tecnologías digitales *no tienen que ver únicamente con la computación, sino que ya forman parte de la vida misma*¹ por que no solamente influyen sobre el mercado y el flujo de la información, los productos y servicios sino que *ejercen un impacto mayor en las sociedades y en la política. En el modo en que vemos el mundo y a nosotros mismos dentro de él*².

Es el objetivo de este taller el otorgar a los participantes herramientas conceptuales y apropiación práctica de conocimientos referidos al diseño de contenido para publicaciones electrónicas y redes sociales, entendiendo por tales aquellas que circulan por redes (intranets o extranets) o soportes físicos Cdrom, DVD, etc..

La necesidad de abordar este nuevo soporte en se hace indispensable en virtud de la aceleración de su evolución y su gravitación cada vez mayor en la sociedad La necesidad de abordar este nuevo soporte en se hace indispensable en virtud de la aceleración de su evolución y su gravitación cada vez mayor en la sociedad **(basta señalar que en cuatro años (1996-2000) Internet experimento un crecimiento de 90 millones de usuarios frente a 2 millones de la radio y a 6 millones de la TV).** Actualmente Argentina es el país latinoamericano que presenta la mayor penetración de internet en la región 71% (En marzo de 2000 había 1 millón de usuarios, en septiembre del mismo año 1,4. Para abril de 2001 la cifra ya trepaba a 1,9 millones para cerrar el 2002 por encima de los 3 millones de usuarios en todo el territorio argentino. **En 2016 superan los 30 millones de Internet, con una penetración de más del 70 %, siendo el segundo país del continente, después de EE.UU).**

Todo ello sumado al hecho de observar un vacío y falta de profesionales de la comunicación en este área, actualmente dominada por diseñadores gráficos y gente con

López

conocimientos informáticos.

Es prioritario capacitar en este área a productores de contenido que atendiendo a las particularidades del medio diseñen los contenidos adecuados a optimizar el proceso comunicacional.

Desde el punto de vista laboral es aquí donde se vislumbra mejores posibilidades para los comunicadores sociales, pues, en tanto los medios tradicionales (prensa escrita, radio y televisión) excluyen cada vez más profesionales en virtud de un creciente proceso de concentración, la necesidad de figurar en "LA RED", la creciente informatización de PYMES y diversos establecimientos de todo tipo, el incremento del comercio electrónico y las proyecciones de crecimiento vaticinado, hacen creciente la demanda de comunicadores para estos fines. Que de no haberlos serán cubiertos por "**cualquier profesional o no**" que de respuesta a esta necesidad.

1-Ver NEGROPONTE, Nicholas, "Ser digital"

2-Ver DRUCKER, Peter F., "Detrás de la Revolución de la Información".

Implicaciones pedagógicas de la comunicación como fenómeno complejo

En una perspectiva pedagógica, el pensamiento complejo está centrado en *aprender a aprender* (E. Morin). Los analistas de los *new media* plantean que Internet ha generado importantes cambios en la manera en que circula el conocimiento. Se habría producido una suerte de «descentramiento» y «deslocalización» en la medida en que los saberes empiezan a escaparse de los lugares hasta hoy más legitimados socialmente para el aprendizaje.

Actualmente existe una multiplicidad de saberes sin lugar propio o en espacios tradicionalmente no aceptados para la producción de conocimiento.

Lo que diferencia a la universidad de otras instituciones es la búsqueda permanente de mejores formas de hacer explícitos los condicionamientos extra científicos, por deconstruirlos y por controlar su influencia.

En las cátedras universitarias quizás el mayor desafío es asumir que ya no alcanza con manejar éste o aquel cuerpo de teoría, sino que tenemos que aprender a *incorporar formas de negociar la información que le va llegando a cada quien para continuar aprendiendo el resto de su vida*. Esto implica muchas cosas, pero quizás como gran tarea, implica aprender a *incorporar la teoría de manera no reproductiva y la práctica de manera no instrumental. También la enseñanza de la teoría más bien debería estar orientada a generar modalidades de saber-hacer irreductibles a los estudios puramente discursivos*, y que hoy son hegemónicos en muchas universidades.

Por ello, se buscara **promover la implicación pedagógica** de la comunicación como fenómeno fluido.

Lo digital produce espacios interactivos cuyos modos de apropiación escapan o pueden escapar a las estrategias para las cuales el espacio digital fue abierto y cuyos resultados pueden ser diferentes –hasta opuestos– a los resultados previstos.

La implicación de pensar la comunicación como situación de interacción siempre cambiante incluye aprender a pensar lo digital a partir de las herramientas del análisis estratégico: imbricación teoría/realidad, sistema de acción concreto, zonas de

autonomía, fuentes de poderes, etc.

(*) Fuente: Estudios realizados por la Red Iberoamericana de Comunicación Digital (Red ICOD)

Proyecto “Comunicadores Digitales” programa ALFA de cooperación entre la Unión Europea y América Latina. Publicación de resultados año 2006.

OBJETIVOS GENERALES

Que el Alumno sea capaz de:

-Lograr la adquisición de los conocimientos y destrezas básicos para la participación en la edición de un periódico electrónico

-Transmitir al alumno la necesidad de adquirir las destrezas necesarias para dominar éste nuevo medio y nuevos soportes, ampliando su ámbito de incumbencia laboral.

-Darle a conocer , los elementos básicos (teórico/prácticos) para incursionar en el Periodismo Digital,

-Estimularles el sentido crítico respecto a la valoración de las fuentes y enseñarles las técnicas necesarias para la búsqueda y difusión de información a través de medios electrónicos.

- Conocer el impacto del nuevo paradigma de la comunicación en el periodismo y los medios de comunicación masiva.

- Ser capaz de gestionar sus propios proyectos digitales a partir de conocer la oferta de recursos y herramientas.

-Tener capacidad para analizar los objetivos y alcances de su proyecto y los objetivos /meta que quieren alcanzar.

Objetivos didácticos específicos de la enseñanza de la comunicación digital

Objetivos conceptuales

• Comprender el lugar que ocupa la comunicación digital dentro del ecosistema mediático y cultural.

• Comprender los conceptos y métodos de la teoría de la comunicación digital.

• Identificar las lógicas históricas de la relación tecnología-sociedad-comunicación.

• Comprender las redes digitales en tanto dispositivos para la construcción de la memoria colectiva y su vinculación con las identidades.

• Lograr la comprensión de las aplicaciones del discurso argumentativo en los nuevos medios de comunicación digital.

Objetivos procedimentales

• Ampliar la comunidad de aprendizaje incorporando en la discusión digital otros interlocutores presentes en la Web.

• Desarrollar competencias para evaluar y jerarquizar la identificación de la información



para entornos digitales.

- Mostrar a los alumnos las posibilidades que ofrece la Web.
- Capacitar para la producción de un proyecto digital, incluyendo: análisis de requisitos, diseño conceptual, borradores y prototipos, producción, lanzamiento, mantenimiento, rediseño y evaluación.
- Desarrollar competencias para la producción hipertextual y multimedial.

Contenidos mínimos:

Introducción al entorno Web. El lenguaje HTML. Hiperenlaces. Elementos multimedia. Metatags. Recursos de la red. Discurso y géneros en el periodismo digital: etiquetas. Sindicación RSS, Investigación en la red. Producción de un medio digital. Audio, video y fotos en Internet. Entornos e interfaces. Navegación. Narrativa multimedia interactiva. Edición digital, multimedia, hipermedia, hipertexto e interactividad. Servicios automáticos manejo contenidos CMS. Publicación colaborativa, Blogs, nuevas audiencias y su impacto en el periodismo. Los nuevos formatos en los medios digitales.

Plan de estudios 2013: Resolución CS 534/13.

Contenidos Temáticos o Unidades:

Unidad 1:

- Internet como metamedio de comunicación
- Origen, evolución y tendencias actuales en la Web
- Web de segunda generación o web de lectoescritura
- Web social y ecosistema digital- Nuevas pantallas, nuevos formatos.

Unidad 2:

- Estado actual de la edición digital: programas y editores on line
- Análisis de distintos periódicos digitales. Análisis documental de imágenes fijas y en movimiento.
- Análisis formal herramientas de edición “en la nube”
- Análisis de contenido. La “cuarta pantalla”
- Fuentes de información gráficas y audiovisuales libres. Creative Commons

Unidad 3:

Herramientas para la elaboración de una publicación electrónica

- Audio digital, nociones y edición
- Imagen digital, nociones y apuntes sobre edición de imágenes
- Una introducción a la multimedialidad. Multimedia y Periodismo. La era “mobile”.
- Periodismo móvil Periodismo ciudadano, alcances y limitaciones



Unidad 4:

- Social Media y Publicaciones periódicas, redes sociales, blogs, fotoblogs, video blogs, wikis.
- Audio y video, la Web como emisora en la convergencia digital. Producir para Medios Digitales y Redes Sociales
- Publicación colaborativa, un nuevo modo de producción.
- Trabajo final:

Proyecto de Publicación Personal. P.P.P Un modelo de publicación electrónica. Medio Digital

Bibliografía Obligatoria:

UNIDAD 1:

Aguado, Juan Miguel / Feijoó, C./Martínez, I. (COORD.), *La comunicación móvil. Hacia un nuevo sistema digital*, Gedisa. 2013

Piscitelli, A. *Internet la imprenta del siglo XXI – Buenos Aires. Gedisa 2005.*

Barbosa, André (Filhio) – Castro, Cosette – Tome, Takashi (Compiladores). *Mídias Digitais. Convergencia tecnológica e Inclusión Social*. San Pablo. Comunacao Estudios. 2005.

López García, Guillermo. (ed) *EL ECOSISTEMA DIGITAL: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet. Servei de Publicacions de la Universitat de València. Valencia 2005.*

UNIDAD 2:

Roitberg, Gastón / Piccato, Franco, *Periodismo disruptivo. Dilemas y estrategias para la innovación.* Buenos Aires, La Crujía, 2015.

Scolari, Carlos, *Hacer Clic, hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales.* Barcelona. Gedisa. 2004.

Nielsen, Jakob – Loranger, *Usabilidad Prioridad En El Diseño Web .* - Anaya Multimedia

Irigaray, Fernando (comp), *Nuevos medios, nuevos modos, nuevos lenguajes -* Laborde Libros Editor Rosario:, 2009.

UNIDAD 3:

Irigaray, Fernando; Ceballos, Dardo; Manna, Matias. *Webperiodismo en un ecosistema líquido.* Rosario, Laborde Libros Editor, 2013.

Anzulovich, Guillermo (2002): “Sonido y Audio Digital” (PDF - 100.84 KB), en Comunicación Multimedial. Universidad Nacional de San Luis. San Luis, , [en línea] url: <http://tecno.unsl.edu.ar/multimedia/sonidoyaudiodigital.pdf>

Ramón Salaverría, *De la pirámide invertida al hipertexto: Hacia nuevos estándares de*

López



redacción para la prensa digital – Madrid. Publicado en Novática (Revista de la Asociación de Técnicos de Informática). 1999

Claudio Navarro, "En busca del periodista digital". Tesis de grado. 2000. Chile

<http://www.foala.cl/foala-para-tesis-paula-fernandez>

UNIDAD 4:

Irigaray, Fernando. (ed) *Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad*. Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2015.

Irigaray, Fernando; Lovato, Anahí (ed) *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías* Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2015.

Casacuberta, David): "Creación colectiva. En internet el creador es el público". Gedisa. Barcelona. 2003.

Janal, Daniel S., *Marketing En Internet* – Pearson Educacion. 2000.

Mayans Planells, Joan - *Género chat o como la etnografía puso un pie en el ciberespacio* Barcelona. Gedisa. 2002.

Bibliografía de consulta:

de Ugarte, David (2006): "El poder de las redes" en deugarte.com. España, [en línea] url: http://www.deugarte.com/gomax/psika_de_la_redes.pdf

Manovich, Lev (2006): "El lenguaje de los nuevos medios de comunicación". Editorial Paidós, Madrid.

Lash , S. *Crítica de la Información*. Buenos Aires. Amorrortu. 2005

Piscitelli, A. *Meta-Cultura. El eclipse de los medios masivos en la era de Internet*. Buenos Aires. La Crujía: 2003

Modalidad de dictado:

La materia es de carácter Teórico-práctico y se desarrollara según las siguientes:

Modalidades didácticas

Se indican a continuación algunas modalidades didácticas que se adoptarán para el dictado de la asignatura

Análisis crítico de producciones multimediales: análisis comparativo de producciones multimediales en diferentes formatos (en línea, en soporte digital tipo cdrom o DVD, etc.). Los estudiantes comparan productos mediáticos en Internet.

Webquest: El "webquest" consiste en pedirles a los estudiantes que realicen un texto con características particulares (por ejemplo un guión de nota multimedia o un proyecto de publicación web), difícil de conseguir en línea, y brindarles una lista de URLs donde poder recabar información pertinente.

Trabajo por proyectos: esta modalidad –que evidentemente no nace con las tecnologías digitales– está ampliamente difundida en la enseñanza de la comunicación

digital. El trabajo por proyectos permite aplicar conocimientos teóricos, integrando el saber conceptual e histórico a la realización de un producto digital concreto. El proyecto puede tener una perspectiva estratégica, cubriendo desde el diagnóstico, la planificación y pre-producción hasta la evaluación final del producto.

Permite la creación de grupos interdisciplinarios donde cada alumno se hace responsable de una parte específica del proyecto dentro de un entorno colaborativo. Se organizan grupos de alumnos y cada uno de ellos cumple una función.

Estudio comparativo (*benchmarking*), arquitectura de la información, diseño de interfaz y realización de contenidos.

Es una metodología flexible que se adapta a diferentes entornos tecnológicos. Los alumnos desarrollan un proyecto y llegan a producir un prototipo digital e interactivo o inclusive el producto final.

Admite diferentes formas de implementación, desde la libertad total de elección de temas a desarrollar hasta, en el otro extremo, su propuesta por parte del docente. Otra posibilidad está dada por las diferentes formas de organización de los grupos. Los alumnos pueden participar en su totalidad en un mismo proyecto colectivo o dividirse en múltiples equipos de trabajo bajo el mismo tema general.

Espacios de expresión: Permite diferentes niveles de participación. Los alumnos deben participar en diferentes espacios: individuales (blogs), grupales (informes especiales) y colectivos (revista en línea)

Estudios dirigidos: guías de trabajo que incluyen lecturas, búsqueda de fuentes de información, tareas para ser cumplidas, indicación de reportes o informes finales, etc.

Clases expositivas y conferencias: exposición sistemática conceptual en torno a una temática.

Actividades extra-áulicas obligatorias:	
--	--

Lecturas de textos y test, Webquest, producción de contenidos para las publicaciones Web de la materia. Guías de trabajo. Preparación de trabajo final. Deberán aprobarse en su totalidad. Se promediarán junto a los parciales y trabajos en clase

Evaluación:	
--------------------	--



CRITERIOS Y PAUTAS DE EVALUACIÓN (evaluación, requisitos de aprobación y promoción)

La evaluación de la asignatura se realizará en base a:

- 2 (dos) exámenes parciales

- 1 (un) examen recuperatorio (según resolución 04/08 régimen de estudios)

Los trabajos Teórico / prácticos y extraúlicos

que se realizarán en los que el alumno debe reflejar lo aprendido en la asignatura:

- Los trabajos que se desarrollen en clase,

se valorará la adecuación de los trabajos a los requisitos propuestos, la originalidad en el punto de vista que se ofrece y, sobre todo, la participación en las discusiones;

-El trabajo final: *Un proyecto de publicación profesional P.P.P*

El alumno debe tener en cuenta que además de las explicaciones de clase existe una bibliografía con lecturas obligatorias, que pueden ser parte de las consultas docentes.

La nota final *estará compuesta por el promedio de las notas obtenidas en los parciales (aprobados) y la obtenida en los trabajos prácticos, extraúlicos y trabajo final (aprobados)*

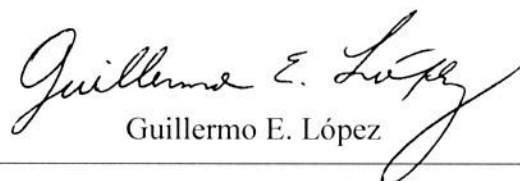
La aprobación de la materia requerirá:

a) Una asistencia no inferior al 75 % en las clases presenciales previstas b1) la obtención de un promedio mínimo de 7 puntos en las instancias parciales de evaluación y de un mínimo de 6 puntos en cada una de ellas.

ó,

b2) la obtención de un mínimo de 4 puntos en cada instancia parcial de evaluación y en el examen integrador, el que será obligatorio en estos casos. Este examen se tomará dentro de los plazos del curso.

Los alumnos que obtuvieron un mínimo de 4 puntos en cada una de las instancias parciales de evaluación y no hubieran aprobado el examen integrador mencionado en el Inc. b), deberán rendir un examen integrador, o en su reemplazo la estrategia de evaluación integradora final que el programa del curso establezca, que el docente administrará en un lapso que no superará el cierre de actas del siguiente cuatrimestre. El Departamento respectivo designará a un profesor del área, quien integrará con el profesor a cargo del curso, la mesa evaluadora de este nuevo examen integrador. (Art. 9 régimen de estudios)


Guillermo E. López

Firma y Aclaración