Departamento de Ciencias Sociales

Programa Libre

Carrera: Licenciatura en Comunicación Social Ciclo Superior y Ciclo de Complementación Curricular / Profesorado de Comunicación Social

Año: 2023

Curso: Medios, Internet y comunicación digital.

Créditos: 10 créditos

Núcleo al que pertenece: Electivo Ciclo Superior y Ciclo Complementación Licenciatura en Comunicación Social // Electivo de Formación Específica Profesorado de Comunicación Social

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].

Pasaron cuarenta años hasta que la radio estuvo al alcance de cincuenta millones de personas. La computadora personal tardó dieciséis, la televisión

batió el récord con trece, pero Internet lo superó: en cuatro años llegó a cincuenta millones de usuarios y siguió creciendo de manera exponencial: las pequeñas diferencias de ayer tienen consecuencias impactantes en el mañana. El informe 'Digital 2022 April Global Statshot' de DataReportal, revela que más de 5 mil millones de personas en todo el mundo ahora usan Internet.

Existe una amplia gama de tecnología digital disponible y la infraestructura de telecomunicaciones tiende a mejorar y a expandirse con rapidez, la cuestión central está, entonces, no solamente en la apropiación adecuada de estas tecnologías por parte de los ciudadanos y las organizaciones sino en el conocimiento de su significado y formas de uso.

La amplísima red de conexiones de la cual emerge la denominada Sociedad de la Información no sólo incluye el hardware, el software y su interconexión en redes digitales, sino también el acceso a un nuevo espacio de vinculación, abstracto, que permite la aparición de distintos tipos de organización social asociados al uso de estas herramientas. Y es precisamente este aspecto el que queremos resaltar en esta cátedra: no centrarnos meramente en su dimensión tecnológica sino profundizar las relaciones sociales que el complejo entramado comunicacional de la red configura y permite.

La comunicación digital es, entonces, uno de los ejes de un proceso de transformación que invade a todas las disciplinas y al mismo tiempo amenaza con generar grandes brechas sociales entre quienes quedan incluidos y excluidos de ella.

Si bien las tecnologías, por sí mismas, no son ni buenas ni malas, **tampoco son neutras**. Foucault, al hablar de panópticos señala que *"no hay peligro [...] de que el aumento de poder debido a la máquina panóptica pueda degenerar en tiranía; el dispositivo disciplinario estará democráticamente controlado, ya que será*

accesible sin cesar al 'gran comité del tribunal del mundo"[3]. Ahora bien, ¿Cómo nos integramos a este *gran comité del tribunal del mundo? ¿Cómo* ***nos incluimos*** *en él?*

Uno de los factores para poder "ser" o "pertenecer" en este nuevo orden es, sin dudas, el poseer los conocimientos adecuados para actuar en esta plataforma. El mundo digital es tan complejo como transversal. **La alfabetización digital** es, entonces, una prioridad.

Esta materia pretende generar un puente a estos nuevos usos, teniendo en cuenta que estamos en pleno proceso de transformación, es decir, en la transición. Por lo tanto, la idea es brindar herramientas concretas pero el mismo tiempo plantear interrogantes y reflexionar fuertemente sobre esta problemática, para que los comunicadores sociales puedan manejarse con creatividad y solvencia practica y conceptual en la naciente Sociedad de la Información o Sociedad del Conocimiento.

1-Ver NEGROPONTE, Nicholas, "Ser digital"

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

3-Ver FOULCAUT, Michel. "Vigilar y castigar" Siglo Veintiuno Editores. Madrid, 1976.

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 buscará **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:

- Comprender la dimensión de las transformaciones sociales que generan las nuevas tecnologías a partir de la compresión de la lógica de la Web.
- Conocer el impacto del nuevo paradigma de la comunicación en el periodismo y los medios de comunicación masiva.
- Tener una mirada crítica e innovadora sobre la sociedad de la información y la comunicación digital
- 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 el ecosistema digital.
- De

sarrollar competencias para evaluar y jerarquizar la identificación de la información para entornos digitales.

- Mostrar a los alumnos las posibilidades que ofrece la Web para la comunicación
- 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, tanto general como específica, de géneros comunicacionales digitales: redes sociales, newsletters, weblogs, periódicos, sitios Web, hipertextos, video y audio en en plataformas y redes sociales, etc.

Contenidos mínimos:

Internet como nuevo sistema sociocognitivo. La comunicación digital. Medios de comunicación en Internet. Estructura de los diferentes medios y soportes de comunicación. Aplicación, usos y potencialidades de las nuevas tecnologías. Técnicas y procesos de materialización de los mensajes en las redes. Estrategias de convergencia de medios integrados (cross-media). Diferencias y semejanzas entre web 1.0 y web 2.0. ¿Laversión 3.0? Publicación colaborativa, alcances y limitaciones. Nuevos formatos, nuevos servicios, nuevas audiencias y su impacto en el periodismo. Impacto de los nuevos formatos en los medios tradicionales. Nuevos modelos de producción a partir de las tecnologías digitales interactivas. De la Organización jerárquica a las descentralizadas, cooperativas y distribuidas. Cogniciones distribuidas, multitudes inteligentes. Redes Sociales, Social Media (Facebook, Twitter y semejantes)

Contenidos Temáticos o Unidades:

UNIDAD 1: Internet. La Web 1.0. Difusión, lenguajes y organización de contenidos

Contenidos

- ¿Qué es Internet? Origen y evolución de Internet
- Servicios básicos de Internet. Instituciones más importantes de Internet
- Herramientas y servicios para la elaboración de una publicación digital. Su aplicación, usos y potencialidades.
- Organización de la información: el texto en pantalla; Imagen y sonido (Integración multimedia).
- Estructuras de la información: La información en capas
- Interfaces Hipertextuales, textuales, icónicos, gráficos. (artificios y lenguajes gráficos)

UNIDAD 2: De la Web 1.0 a la Web 2.0 (Web social). Redes sociales. La actitud de las audiencias

Contenidos

- Administradores automáticos de contenidos (1): ¿Qué es un blog?, origen, antecedentes, evolución. Tipos y aplicaciones:
- Weblogs personales, Weblogs Corporativos, Weblogs comerciales, Weblogs colaborativos, Weblogs periodísticos.
- El profesional del periodismo y el sueño de la movilidad. Nuevos dispositivos y herramientas.
- Blogosfera y ecosistema digital, su estado actual. Social Media y redes.
- La sindicación o redifusión de contenidos, interactuando con otros. feeds, rss ¿Qué es? ¿Cómo funciona?

UNIDAD 3: Periodismo Participativo ¿Una nueva tendencia? Contenidos

- Redes Sociales y publicación colaborativa, herramientas de mayor difusión
- Los problemas de la edición colaborativa
- El periodismo participativo
- Los wikis, usos y potencialidades. Experiencias exitosas.

¿Cómo tener un Wiki?

UNIDAD 4*:* Multimedia, hipermedia y nuevos formatos. Media casting o la convergencia de los medios

Contenidos

- El audio como protagonista
- Podcast ¿Radio en diferido?
- La imagen manda
- Fotos plataformas de publicación
- Video para todos
- Videocast, La explosión de los dispositivos móviles

***UNIDAD 5*:** **Nuevos servicios, nuevos usos, nuevos formatos ¿Nuevos contenidos? en la Red**

Contenidos.

- (1) C.M.S Content Manage System, distintos tipos, usos, herramientas. WordPress, el sistema de gestión de contenidos más difundido
- Las Publicaciones periódicas en plataformas automáticas, fotos, videos, podcast
- Características diferenciales
- Las publicaciones periódicas tradicionales y la incorporación y uso de los nuevos formatos
- Web 3.0 ¿El fin de los buscadores?

Bibliografía Obligatoria:

UNIDAD 1: Internet. La Web 1.0. Difusión, lenguajes y organización de contenidos

Pedriza, S. (2017). **El Slow Journalism en la era de la "infoxicación"**. Doxa.comunicación, volumen 25(2), 129-148 https://repositorioinstitucional.ceu.es/jspui/bitstream/10637/8768/1/Slow_SamiaBenaissa_Doxa_2017.pdf

Sánchez-García, P., Salaverría, R. (2019). **Multimedia news storytelling: Semiotic-narratological foundations.** *El profesional de la información*, *volumen* 28 (3) https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.03

López García, Guillermo (2005): **"El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet"** [en línea] url: https://roderic.uv.es/handle/10550/53701

Bowman, Shayne y Willis, Chris (2003): **"Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticias y la información"** url: http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php. Editado por J.D. Lasica - Traducido por Guillermo Franco M.

Paz-Rebollo, M.-A., Cáceres-Zapatero, M.-D., & Martín-Sánchez, I. (2021). **Suscripción a la prensa digital como contención a los discursos de odio**. Profesional De La información, 30(6). https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.13

Cobo, Cristóbal (2019): **Acepto las Condiciones: Usos y abusos de las tecnologías digitales,** Fundación Santillana, Madrid. Disponible en: https://cristobalcobo.net/blog/post/acepto-las-condiciones

UNIDAD 2: De la Web 1.0 a la Web 2.0 (Web social). La actitud de las audiencias

Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. El Profesional De La Información, volumen 28(1), 1-27. https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01

Capistrán, Jacob. (2009). **Youtube como plataforma de la sociedad del espectáculo.** Razón y palabra, ISSN 1605-4806, Nº. 66, 2009. https://www.researchgate.net/publication/28259720_Youtube_como_plataforma_de_la_sociedad_del_espectaculo

Scolari, Carlos y Pardo Kuklinski, Hugo (2006): **"Web 2.0 Caos conceptual y nuevos mitos en el discurso cibercultural "**, en IX° Congreso Ibercom "El espacio Iberoamericano de comunicación en la era digital". Sevilla, [en línea] url: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3237033

Varela, Juan (2006): **"Los medios adoptan a los blogs"** en Cerezo, José (ed.) (2006): "La blogósfera hispana: pioneros de la cultura digital". Fundación Orange España. Madrid, [en línea] url: http://www.proyectosfundacionorange.es/docs/la_blogosfera_hispana.pdf

UNIDAD 3: Periodismo Participativo ¿Una nueva tendencia?

Paniagua, Esther. (2021) **Error 404. ¿Preparados para un mundo sin Internet?** Edit. Debate.
Comentario:
https://www.researchgate.net/publication/367642657_Error_404_preparados_para_un_mundo_sin_Internet

Palau-Sampio, D., Sánchez, P. (2020). **Recursos digitales en la narrativa periodística de actualidad: usos y limitaciones del hipertexto, el multimedia y la interactividad.** Communication & Society, volumen 33(2), 1- 16.
https://www.researchgate.net/publication/340811950_Recursos_digitales_en_la_narrativa_periodistica_de_actualidad_usos_y_limitaciones_del_hipertexto_el_multimedia_y_la_interactividad

Villar Onrubia, Daniel (2006): **"Imágenes compartidas. Sobre los usos sociales de la fotografía en la cultura digital"**, en IX° Congreso Ibercom "El espacio Iberoamericano de comunicación en la era digital". Sevilla, [en línea] url: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3237031

Zafra, Juan (2006): **"Blogs: ¿periodismo? Participativo"** en Cerezo, José (ed.)

(2006): “La blogósfera hispana: pioneros de la cultura digital”. Fundación France Telecom España. Madrid, [en línea] url: http://www.proyectosfundacionorange.es/docs/la_blogosfera_hispana.pdf

UNIDAD 4*:* Multimedia, hipermedia y nuevos formatos. Media casting o la convergencia de los medios

Alejandro Rost... [et al.] (2021) **Nuevas narrativas en periodismo**: consumo, producción y circulación de noticias en Internet /; editado por Alejandro Rost; María Teresa Bernardi ; Fabián Bergero ; ilustrado por Viviana García. - ISBN 978-987-4459-38-1. 1a ed. - General Roca: Publifadecs, 2021. https://medialabpatagonia.org/wp-content/uploads/2021/09/Nuevas-Narrativas-Rost-Bernardi-Bergero.pdf

Gelado, José (2006): **“De los blogs al podcasting. ¿Continuidad o disrupción?”** en Cerezo, José (ed.) (2006): “La blogósfera hispana: pioneros de la cultura digital”. Fundación France Telecom España. Madrid, [en línea] url: http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/la_blogosfera_hispana.pdf

Lara, Tíscar (2014): **“Redes sociales: entre lo privado y lo público, lo personal y lo profesional”** en Tiscar.com.España, [en línea] url: https://www.tiscar.com/2014/09/redes-sociales-entre-lo-privado-y-lo.html

***UNIDAD 5*:* Nuevos servicios, nuevos usos, nuevos formatos ¿Nuevos contenidos? en la Red**

Fundación Gabo (2021) **“Innovación y periodismo local en América Latina”**. Editorial: Fundación Gabo y Google News Initiative. Disponible en : https://drive.google.com/file/d/1hPW-9FyFy8OWM6LUd1kfvNq9-74_MFWa/view

Martínez-Sanz, Raquel, & Arribas-Urrutia, Amaia. (2021). **El rol de las redes sociales para futuros periodistas. Manejo, uso y comportamiento.** Cuadernos.info, (49), 146-165. https://dx.doi.org/10.7764/cdi.49.27869

Varela, Juan (Octubre-Diciembre 2005): **"Blogs vs. MSM. Periodismo 3.0, la socialización de la información"** en Cuaderno Central de la Revista Telos Nº 65 Segunda Época. Madrid, [en línea] url: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1342556

Salaverría, Ramón (nov.-dic. 1999): **"De la pirámide invertida al hipertexto. Hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital"**. Laboratorio de Comunicación Multimedia. Universidad de Navarra. Pamplona [en línea] url: https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5186/4/de_la_piramide_invertida_al_hipertexto.pdf

Quintana Guerrero, B., Parra Duque, C., & Riaño Peña, J. P. (2017).**El podcast como herramienta para la innovación en espacios de comunicación universitarios.** Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación-, vol. 15, núm. 30, pp. 81-100, 2017
https://www.redalyc.org/journal/4915/491552449004/html/
Sello Editorial - Universidad de Medellín

VV. AA (2006): **"Copyleft. Manual de uso"**. Traficantes de Sueños. Madrid, [en línea] url: http://www.alg-a.org/IMG/pdf/libro_manualcopyleft.pdf

Bibliografía de consulta:

Castells, M. (2009). **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza Editorial. https://sociologiac.net/2012/03/15/descarga-comunicacion-y-poder-manuel-castells/#google_vignette lleva al libro completo. En las páginas 55-89 se analiza el impacto de internet y las redes sociales como **nuevo sistema sociocognitivo.**

Islas, O., Arribas, A., & Garcés, M. E. (2022). **Luces y sombras en la breve historia de Facebook, hoy Meta**. Razón Y Palabra, 25(112). https://doi.org/10.26807/rp.v25i112.1897

Islas Carmona, O., & Arribas Urrutia, A. (2021). **La comunicación, factor estratégico en el universo y en la evolución de las especies**. Razón Y Palabra, 25(110). https://doi.org/10.26807/rp.v25i110.1782

Merino del Río, Raquel. (2013) «**Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan**». Questiones publicitarias, 2013, Vol. 1, n.º 18, pp. 194-197, https://raco.cat/index.php/questionespublicitarias/article/view/349741

Jenkins, H. (2008). Convergence culture: **la cultura de la convergencia de los medios de comunicación.** Barcelona: Paidós.

Evaluación:

Lo que corresponde al Régimen de Estudio vigente aprobado por la Universidad Nacional de Quilmes según Resolución (C.S.) Nº 201/18.

El anotarse como LIBRE explicita que el alumno conoce y domina la totalidad del contenido del programa y de la bibliografía propuesta por el docente. Sobre esa totalidad será evaluado en el examen.

Los alumnos que se presenten libres, deberán presentar una actividad práctica domiciliaria previa a rendir un examen final presencial escrito y una vez aprobado tanto la actividad práctica como el examen escrito, se procederá a un examen oral.

En caso de virtualidad, serán interrogados en dos etapas, con una extensión similar a la presencial.

De no aprobar la actividad práctica y el escrito no podrá acceder al oral y se considerará DESAPROBADO el examen

De ser virtual, si no aprueba la primera parte no podrá acceder a la segunda parte y se considerará DESAPROBADO el examen

Los alumnos que se presenten libres, deberán rendir un examen final escrito y si lo aprueban pasan a la instancia oral. Además de realizar previamente una actividad práctica domiciliaria que consiste en crear un blog, un canal de podcast y un canal de YouTube con al menos 3 producciones en c/u.

Los enlaces a las mencionadas producciones se entregarán 15 días antes de la fecha de constitución de la mesa, en la Dirección de la carrera y al docente a cargo.

Para recibir las consignas de la actividad práctica, se contactarán con el docente a cargo de la materia con 45 días de antelación a la fecha del final presencial, así recibirán las consignas correspondientes y pautarán su fecha de devolución. La antelación se debe a que el alumno debe recibir todas las consignas, tutoriales e indicaciones, leerla y verlas, consultar las dudas.

Es condición presentar la actividad domiciliaria y aprobarla antes de presentarse al examen final presencial.