



Universidad Nacional de Lomas de Zamora
Facultad de Ciencias Sociales

Programa

cátedra
COMUNICACIÓN 3



2018

Docente titular
Omar Szulak

Carreras

Tecnicatura universitaria y Licenciatura en Periodismo/ Profesorado universitario y
Licenciatura en Comunicación Social, Licenciatura en Publicidad, Licenciatura en
Relaciones Públicas.

1. Fundamentación

Los dispositivos tecnológicos empleados por los seres humanos para su comunicación interpersonal y social han sido objeto de profundos, constantes y acelerados cambios en los últimos años, especialmente desde la última década del siglo XX, y su veloz evolución continúa hasta nuestros días.

La penetración y el éxito de esas nuevas tecnologías son consecuencia de cambios sociales pero a la vez disparan o potencian transformaciones en la sociedad. Aunque no sea evidente para la mayoría de las personas, los nuevos dispositivos, sus formas de apropiación y sus hábitos de uso impactan del lleno en el modo en que los seres humanos nos relacionamos, nos informamos, aprendemos, nos entretenemos y consumimos. Y a la vez son novedades tecnológicas que al estar relacionadas con la cultura y el conocimiento impactan sobre nosotros impulsándonos a cuestionar y trastocar nuestras nociones de poder, jerarquía, autoridad y saber, entre otras.

De la mano de la adopción de la tecnología digital para la producción, la edición, el almacenamiento, la distribución y el consumo comunicacional se está produciendo una transformación drástica de los modos de uso de los medios, y con ello cambia también, en simultáneo, la lógica de funcionamiento, las relaciones de poder, los modos de producción y los hábitos de consumo comunicacional respecto de las características -que aún subyacen- propias del sistema de medios de comunicación de masas, que reinó en soledad durante casi todo el siglo pasado.

De la lógica de broadcasting (uno a muchos) –sostenida por una tecnología que parte del principio de concentración de la edición y emisión de contenidos en pocas manos- con plantas transmisoras o impresoras caras y escasas, estamos mutando a una época en la que las redes informáticas –sobre las que se montan las redes sociales-, y con ellas la producción y difusión de contenidos, se presenta como una posibilidad asequible para todos los seres humanos que cuenten con acceso a la red.

Ahora, a partir de una lógica en la que muchos pueden producir y distribuir contenidos para muchos, se acortan las distancias entre emisor y receptor, pero además se cambian los roles, se desdibujan los límites entre unos y otros, y eso obliga a repensar y rediscutir los marcos teóricos a partir de los cuales, no sin dificultades, se pretendió pensar y comprender a los medios de comunicación de masas durante su apogeo.

En el universo teórico de la comunicación digital interactiva, ya no hay emisores ni receptores, sino prosumidores; ya no hay audiencia, sino usuarios; ya no hay historias, sino experiencias; ya no hay público masivo, sino individuos interconectados; no hay linealidad textual, sino hipertextualidad. La monomedialidad deja paso a la convergencia de lenguajes y soportes, y de los estudios de mercado para identificar segmentos de público con rasgos en común se avanza hacia el mercadeo de comportamiento gracias a las herramientas de seguimiento de conductas que ofrece Internet.

La recepción activa del mensaje de los medios de comunicación de masas, tan esperanzadoramente identificada por los Estudios Culturales y la Semiología, parece poco

ahora ante la fuerza de la interactividad que las nuevas tecnologías ponen a disposición de los usuarios.

En definitiva, las nuevas tecnologías digitales de la comunicación transforman las bases mismas del fenómeno comunicacional. Algunos autores dirán que los cambios tecnológicos determinan esos cambios sociales, otros, que ponen el énfasis en la cultura, sostendrán que los nuevos aparatos sólo pueden trascender si antes ha habido cambios sociales que faciliten las condiciones de su éxito, pero nadie se atrevería a negar la profundidad de los cambios en marcha.

Comprender las bases sobre las que se asientan esas transformaciones de funcionamiento y de uso de los medios digitales interactivos, pensar y teorizar sobre el modo en que impactan en la sociedad en general y en las prácticas de los profesionales vinculados con la comunicación en particular, es el sentido de esta materia.

Para lograrlo, será fundamental a la vez conocer los principios generales del funcionamiento de los dispositivos tecnológicos asociados a este proceso en la medida en que esas particularidades son en definitiva las que determinan el modo en que pueden/deben ser empleados, ya sea para su utilización instrumental durante el ejercicio profesional como para teorizar o conceptualizar acerca de su impacto tanto específico como general.

De ahí la importancia de que el profesional de medios conozca el modo en que funcionan las redes informáticas, e Internet en particular, así como los principios mediante los cuales toda la información puede ser convertida a unos y ceros; conozca el modo en el que una fotografía, un texto, un video o un audio pueden ser digitalizados, procesados, editados y publicados; y comprenda los fundamentos de la nueva televisión digital interactiva, sus estándares de mercado, sus normas, sus características de funcionamiento y su posible confluencia con Internet.

2. Organización del contenido de la materia

La materia se organiza en torno a tres esferas de conocimiento relacionadas con la fundamentación expuesta más arriba.

La primera de las esferas está compuesta por información técnica respecto de los principios básicos de funcionamiento de dispositivos tecnológicos como computadoras personales, equipos móviles de comunicaciones, Internet, servidores web, protocolos, fotografía digital, audio digital, video digital, televisión de alta definición; así como nociones sobre código binario y principios de digitalización de la información.

La segunda esfera comprende al conocimiento teórico de producción reciente respecto del impacto que estas nuevas tecnologías interactivas de la comunicación están provocando en la sociedad y en los propios medios; en los hábitos de consumo de medios y también en los modos de producir y transmitir el conocimiento. Determinismo tecnológico o enfoque sintomático; las nuevas nociones de espacio y de tiempo surgidas de la mano de las nuevas tecnologías; de la lectoescritura al retorno a formas dialógicas, holísticas y pre alfabéticas de

transmisión de conocimiento; son algunos de tópicos a abordar. También el pasaje de la sociedad industrial a la sociedad informacional como modo de desarrollo, la aparición de un nuevo entorno social que sucede al agrario y a la ciudad, y el modo en que este cambio de tiempo histórico de la modernidad a la postmodernidad se relaciona con la aparición de un nuevo sistema de medios, ya no masivo sino más bien centrado en el individuo.

La tercera esfera apunta a analizar el modo en que estas nuevas tecnologías de la comunicación digital interactiva modifica el ejercicio profesional de periodistas, comunicadores, publicistas y relacionistas públicos. Si las nuevas tecnologías cambian las prácticas sociales, tanto más impactarán sobre quienes profesionalmente se desarrollan en el ámbito de la comunicación.

Aquí el objetivo es pensar y conocer cómo la práctica profesional cambia con la tecnología. Por ejemplo, el tuit como alternativa a los comunicados de prensa; el pasaje de las cuatro P del mercadeo: plaza, producto, precio y promoción, a la quinta P, el Peer, es decir, el usuario con capacidad de producir contenido, del periodista monomedia al profesional multiplataforma y multitarea, del relato a la narrativa transmedia; es central conocer cómo la tarea cotidiana del profesional debe ajustarse a las nuevas realidades.

En definitiva, el alumno de Comunicación 3, al momento de aprobar la materia, deberá estar en condiciones de comprender y describir los principios básicos de funcionamiento de una computadora personal, una red de computadoras, Internet, así como los protocolos y lenguajes más comúnmente utilizados, el modo en que funciona un servidor y un servidor web en particular. A la vez deberá estar en condiciones de describir qué es el código binario, cómo se emplea para digitalizar texto, imágenes o audio; el proceso de digitalización de fotografías, audio y video, e identificar y operar básicamente programas de edición de audio y video.

También deberá comprender los cambios históricos, sociales y culturales que acompañan, ya sea como condición o como consecuencia, a la transformación tecnológica. Tendrá que poder identificar y establecer claramente la diferencia entre las lógicas que imperan en los medios de comunicación de masas y las que determinan a los medios digitales interactivos, así como relacionarlos con la etapa histórica en la que surgen. Y deberá describir los cambios cognitivos y sensoriales que operaron en la sociedad a partir de la irrupción de la sociedad de masas y los medios masivos primero, y de la sociedad actual y las nuevas tecnologías digitales interactivas. Finalmente, tendrá que conocer cómo se transformó la práctica profesional, en particular de la carrera que estudia, a partir del empleo de Internet, las redes sociales y la tecnología digital en general.

3. Objetivos generales

- Conocer y comprender los principios básicos del funcionamiento de las redes informáticas y los dispositivos tecnológicos relacionados con la comunicación.

- Dar cuenta de los progresos técnicos en las formas de comunicar en el marco de las sociedades posmodernas (de lo analógico a lo digital), sobre la base de sus cambios teóricos y prácticos.
- Entender el funcionamiento de las nuevas herramientas digitales, indispensables para el desarrollo laboral de profesionales vinculados con la comunicación.
- Reflexionar sobre la revolución digital a partir de los cambios sociales, desde las primeras grandes invenciones técnicas, y desnaturalizar el fenómeno Internet, cuya irrupción en la cultura y la comunicación y los efectos de su expansión puede compararse con el impacto provocado por la invención de la imprenta.
- Advertir las consecuencias sociales y económicas de las TIC's: cambios de hábitos en la comunicación cotidiana, nuevas rutinas productivas en el mundo laboral y profesional, impacto en el mundo político y en el entramado económico.
- Analizar nuevos paradigmas teóricos referidos a la comunicación, que ya no deben dar cuenta sólo a los medios de comunicación de masas, sino también a los nuevos medios posmasivos de comunicación.
- Familiarizarnos con el entorno digital y lo que nos ofrece. Sumar herramientas que ayuden a simplificar el trabajo de periodistas y comunicadores y, a la vez, incrementar la calidad de las producciones.

4. Unidades programáticas

El dictado de la materia estará organizado en función de las siguientes unidades programáticas:

1. **Unidad 1. Técnica:**

Principios de funcionamiento de tecnologías y dispositivos relacionados con la comunicación

1.1 **Qué es una red**

Principios de funcionamiento de una computadora personal. Cómo está compuesta una red informática. Cómo funciona una red informática. Protocolos de comunicación. Lógica cliente servidor. Tipos de redes existentes. Conexión inalámbrica, redes wifi. Funciones de los principales componentes de una red. Software propietario y software libre. Número de IP, concepto y tipos de número de IP. IPv4 – IPv6. Unidades de medida de almacenamiento de información y de transferencia de archivos.

1.2 **Cómo funciona Internet**

Principios de funcionamiento de Internet. Historia de la red y sus tecnologías. Lenguajes, protocolos y direcciones. Servicio DNS. Qué es un ISP o Proveedor de servicios de Internet. Servicio de hosting, tipos de servicios. Servidores web, principios de funcionamiento. Conectividad: tecnologías disponibles para la conexión a Internet. Ancho de banda. Tasa de transferencia. Registro de dominios: nic.ar. Contratación de servicio de hosting. Bases de datos estáticas y dinámicas. Páginas estáticas y dinámicas. HTML y PHP. Sistemas de administración de contenidos CMS.

1.3 Sistema digital y código binario

Sistemas de representación de cantidades analógicos y digitales. Características de lo analógico. Características de lo digital. Ventajas y desventajas de cada sistema. Fundamentos sobre la adopción de la tecnología digital y el código binario en los sistemas informáticos. Sistema decimal y sistema binario, comparaciones y equivalencias. Concepto de Bit. Conteo binario. Representación numérica decimal en sistemas binarios. Representación alfabética en sistemas binarios. Composición de imágenes en sistemas binarios. Conversión analógica a digital.

1.4 Fotografía

Principios de funcionamiento de la cámara fotográfica digital. Tipos de imágenes digitales y sus características. Propiedades de la imagen digital. Definición de píxel. Resolución de imagen. Tamaño de imagen. Profundidad de color. Canales. Peso en bits de un archivo. Compresión de archivos gráficos. Formatos más comunes. Estándares industriales para el empleo de fotografías digitales. Edición de imágenes digitales.

1.5 Audio

Nociones básicas sobre sonido analógico. Amplitud, frecuencia y timbre. Conversión del sonido analógico a digital. Tasa de muestreo. Cuantización. Tamaño de los archivos de audio. Calidad de los archivos de audio. Sistemas de compresión de archivos de audio digitalizado. Formatos más comunes. Tasa de transferencia o tasa de bits y calidades posibles en el proceso de digitalización del audio: WAV y MP3. Edición de audio digital. Programas más difundidos.

1.6 Video y televisión de alta definición

Conceptos básicos de video analógico. Conversión de analógico a digital. Características básicas del video digital. Concepto de resolución del fotograma. Fotograma por segundo. Estándares de la industria en cuanto a resolución del video. SD, HD Ready y HD Full, 4K. Códecs de compresión de video digital. Características básicas de la televisión analógica. Principio de funcionamiento de la televisión digital. Televisión de alta definición. Códecs empleados. Calidades y

estándares industriales. Normas de las emisiones de televisión analógica y digital en el mundo. Características técnicas de las normas. Plataformas para la televisión digital (terrestre, satelital, por cable y IPTV).

1.7 Televisión on demand - OTT

Principio básico del funcionamiento de las plataformas de contenidos audiovisuales por demanda Over The Top (OTT). Tecnología empleada, características técnicas y resoluciones. Empresas que funcionan en el mercado argentino, segmentación de público y distribución del mercado.

1.8 Métricas y márketing digital para web y Redes Sociales

Funcionamiento básico de las principales redes sociales. Principales sistemas para medir el tráfico en páginas web y redes sociales. Google Analytics. Herramientas de márketing digital. Diferencia entre SEO Y SEM. Subasta en internet. Banners en Sitios: compra directa o por subasta. Publicidad en video. Redes sociales. Audio Ads. Ecosistemas de medios digitales. Tipos de compra en medios digitales. Formatos: JPEG/GIF/MP4/ MOV/HMTL5. Compra: CPC/CPM/CPV/ Interacción/ Leads/ Conversión. Fundamentos de Google Adwords. Red de búsqueda. Palabras clave, nivel de calidad y ofertas. Red de Display. Ubicaciones y distintos tipos de oferta. Segmentación. Youtube. Publicidad en video. Ventajas y desventajas. Tipos de anuncios en Youtube. Funcionamiento básico de la plataforma de Facebook ads. Tipos de anuncios y segmentaciones.

Bibliografía obligatoria:

- Ronald J. Tocci y Neal S. Widmer (2003). Sistemas digitales. Principios y aplicaciones, Pearson Educación.
- Apuntes de la Cátedra

2. Unidad N°2 Teoría:

De la comunicación de masas a la revolución digital interactiva: Pensar los cambios mientras ocurren

2.1 La comunicación de masas, sus teorías y sus problemas epistemológicos:

Principales paradigmas de la comunicación de masas. Dificultades de los estudios sobre comunicación para constituirse como ciencia autónoma. La aparición de los nuevos medios y la irrupción de nuevas teorías sobre comunicación digital interactiva. El surgimiento de la World Wide Web. Internet, la red de redes como

medio de comunicación pretendidamente horizontal, multidireccional, descentralizada e interactiva.

2.2 Un nuevo objeto de estudio:

Repensar las teorías sobre comunicación a la luz de la consolidación de las tecnologías que permiten la comunicación digital interactiva. Cambios en los modos de uso de los medios. Definiciones y características constitutivas de los nuevos medios: digitalización, multimedialidad, hipertextualidad, interactividad y reticularidad. Convergencia empresarial, de lenguajes y profesional a partir de las nuevas tecnologías. Continuidades y rupturas con los modos de uso de los medios masivos. Neoapocalípticos y posintegrados. Continuidad crítica y discontinuidad acrítica. ¿Estudiar los nuevos medios o las nuevas mediaciones? Hipermediaciones.

2.3 Tecnologías y cambio social:

Impacto de las nuevas tecnologías digitales en el ordenamiento y el funcionamiento social. Determinismo tecnológico o enfoque cultural. El rol del Estado en el desarrollo del conocimiento científico. Continuidad histórica o ruptura radical a partir de la irrupción de las tecnologías digitales de la comunicación. La postura continuista: perdura una sociedad individualista de masas. La postura discontinuista: nace la Sociedad de la Información como sucesora de la sociedad industrial. Modernidad líquida y modernidad sólida. Tercer entorno tecnológico como sucesor de los entornos agrarios e industrial. La sociedad industrial y la postindustrial y su relación con los medios de masas y la comunicación digital interactiva.

2.4 Industrias culturales en la era digital:

El impacto de las tecnologías digitales en las industrias culturales (IC). Continuidades y rupturas respecto del predominio de los medios masivos. Nuevas formas de almacenar, recopilar, procesar, producir y distribuir bienes culturales. Cambios en los modelos de negocios. El fenómeno de la gratuidad en Internet. Ley de propiedad intelectual y piratería en la red. Cambios en el ejercicio profesional de los trabajadores de medios. Neutralidad en la red. Los medios posmasivos. Diarios personalizados. Radios en internet. De la paleo televisión a la neo televisión, y ahora, a la postelevisión o neotelevisión.

2.5 El nacimiento de nuevas subjetividades

La irrupción de las nuevas tecnologías cambian las nociones sociales de espacio y de tiempo que nos acompañaron durante siglos. Surgimiento del espacio virtual. Desaparición de las distancias. Nacimiento del tiempo policrónico. Trabajo multitasking y tiempo glocal. Del entorno rural al industrial, y del industrial al tecnológico. Cómo cambian las nociones de poder en cada uno de los entornos. El

poder en manos de los que dominan la tecnología. Cómo impactan las nuevas subjetividades en el ordenamiento social actual.

2.6 Nuevas tecnologías y cambios cognitivos

De la primera oralidad en la transmisión del conocimiento a la palabra escrita, y del libro a la pantalla multimedia interactiva, los cambios en las formas en que aprendemos. Leer para saber o ver para saber. La recuperación de los rasgos dialógicos de las culturas prealfabéticas. El cambio de la linealidad del texto escrito a la integralidad de la imagen, el sonido y el texto interactivo. La evolución hacia una nueva fase en la historia de las formas cognitivas, antes centrada en el texto escrito y ahora en la imagen y la interacción personal mediada por dispositivos tecnológicos digitales de estructura reticular. Qué ganamos y qué perdemos en esta evolución.

Bibliografía obligatoria:

- Bauman, Zygmunt (2003). *Modernidad líquida*. Fondo de cultura económica.
- Bouza, Fermín (2002). *Innovación tecnológica y cambio social: Una relación bidireccional*. Publicado en *Las encrucijadas del cambio social*. Centro de Investigaciones Sociológicas. Universidad Complutense de Madrid.
- Carlón; Mario (2009). *Autopsia a la televisión. Dispositivo y lenguaje en el fin de una era*. Publicado en *“El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate”*. Buenos Aires. Ediciones La Crujía.
- Castells, Manuel (2005). *La era de la información (Volúmen 1). Economía, sociedad y cultura, la sociedad en red*. Madrid. Alianza Editorial.
- Echeverría Javier (2000). *Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*. Madrid. Editorial Destino.
- Nicholas Negroponte (1999). *Ser digital*. Buenos Aires. Editorial Atlántida.
- Pajares Tosca, Susana (2003). *Literatura digital: El paradigma hipertextual*. Servicio de publicaciones de la Universidad de Extremadura.
- Piscitelli, Alejandro (2008). *Hipertexto, definición y características*. Disponible en http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD4/contenidos/capacitacion/modulo-1/cd_modulo_1_articulo1.html
- Piscitelli, Alejandro (2005). *Internet, la imprenta del Siglo XXI*. Buenos Aires. Editorial Gedisa.
- Simone, Rafaele (2000). *La tercera fase. Formas de saber que estamos perdiendo*. Taurus.
- Scolari Carlos (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación Digital Interactiva*. Gedisa.
- Scolari, Carlos (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona. Deusto ediciones.

- Scolari, Carlos (2009). *Desfasados. Las formas de conocimiento que estamos perdiendo, recuperando y ganando*. Revista Versión N°22. Universidad Autónoma de México.
- Verón, Eliseo (2009). El fin de la historia de un mueble. Publicado en “*El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*”, Mario Carlón y Carlos Scolari. Buenos Aires. Ediciones La Crujía.
- Dominique Wolton (2000). *Internet ¿y después?* Editorial Gedisa. Colección el Mamífero parlante.

3. Unidad N°3. Práctica:

Los cambios en el ejercicio profesional a partir de la aparición de las nuevas tecnologías digitales de comunicación

- 3.1 Nuevas prácticas profesionales y cambios en las rutinas productivas. Perfiles profesionales polivalentes y multitasking. Tecnologías y transformaciones perceptuales, cognitivas y sociales.
- 3.2 Periodistas multiplataforma y multitarea, redes sociales y periodismo ciudadano. Nuevas herramientas de periodismo web. Qué es el periodismo de datos, qué lo diferencia del ejercicio profesional tradicional. App`s para periodistas. Ley de Acceso a la información pública. Cómo ventilar la información de Gobierno.
- 3.3 Del comunicado de prensa al tuit. Nuevo rol de los relacionistas públicos. Llegar a las audiencias sin pasar por los medios: nuevas estrategias y creatividad, cómo colaboran los usuarios en el propio marketing de las empresas.
- 3.4 Anunciar en Internet: Marketing display online. SEO (Search Engine Optimization) y SEM (Search Engine Marketing). De pautar en medios tradicionales a cobrar por clics. Banners, Ad Sense, Ad Words.
- 3.5 Interacción y desarrollo web: cómo llegaron los usuarios a vivir en la red. Evolución del concepto de interacción e interfaces en la web. De usuarios pasivos a peers interactivos y prosumidores. Desarrollo de sitios web. Qué hay que tener en cuenta. Concepto de indexación. Analytics.
- 3.7 El impacto de las TIC's en las Industrias culturales. Del reino analógico al digital: cambios de producción, circulación y consumo. Estrategias económicas. Del informe McBride a las nuevas amenazas oligopólicas. De la reprocultura y la cultura

McDonalds a la fusión de operadores de telecomunicaciones y fabricantes de software con las corporaciones mediáticas.

- 3.8 El impacto en la esfera pública. La influencia de las TIC's en la vida política. El caso Obama con el estreno de la política en red. Cómo se modificaron las campañas electorales. Era de la "pos verdad" y fake news, manipulación algorítmica de resultados orgánicos y Google bombas. Los casos en el país.
- 3.9 Mitos y utopías en torno a las TIC's. Discurso social, hábitos de uso y apropiación de las nuevas TIC's. ¿Negroponte es el nuevo Mc Luhan? Wolton y la herencia de Frankfurt. Cambio social y nuevas tecnologías. La tecnología y el progreso social vs la cultura motorizando el cambio.

Bibliografía obligatoria:

- Gonzalo Alonso y Alberto Arébalos (2011). *La revolución horizontal*. Buenos Aires. Libros en red.
- Enrique Bustamante (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Industrias culturales en la era digital*. Gedisa.
- Enrique Bustamante (2005). *Industrias culturales en la era digital*.
- David Fernández Quijada (2007). *Industrias culturales en el entorno digital: una reformulación desde la praxis comunicativa*.
- Diego Beas (2011). *La reinención de la política. Internet y la nueva esfera pública*. Planeta
- Rafael Rubio (2010). *Las nuevas tecnologías en la campaña electoral*. Paper.
- Ramón Salaverría. (2003) *Convergencia de los Medios*. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui.
- Liliana Bounegru, Lucy Chambers, Jonathan Gray. (2012) *The Data Journalist Handbook*. Ed. O'Reilly Media.
- Hugo Pardo Kuklinski. El fin de los blogs. *La evolución de la escritura colaborativa y las modas en Internet*. "El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate". Ediciones La Crujía
- Bouza, Fermín (2002). *Innovación tecnológica y cambio social: Una relación bidireccional*. Publicado en Las encrucijadas del cambio social. Centro de Investigaciones Sociológicas. Universidad Complutense de Madrid.
- Nicholas Negroponte (1999). *Ser digital*. Buenos Aires. Editorial Atlántida.

-Dominique Wolton (2000). *Internet ¿y después?* Editorial Gedisa. Colección el Mamífero parlante.

5. Metodología de trabajo

Cada clase semanal será subdividida en dos encuentros de igual duración. En el primero, bajo la modalidad de clase teórica, los docentes expondrán los contenidos comprendidos en las unidades 1 y 2, a lo largo de todo el cuatrimestre.

Las clases, aún centradas en la exposición del docente, buscarán ser participativas y abiertas, de modo de fomentar una construcción colaborativa del conocimiento.

En todos los casos en que fuera posible, las exposiciones serán acompañadas de presentaciones, videos, u otros contenidos multimediales con el fin de aportar dinamismo a las clases y a la vez apelar a los nuevos recursos tecnológicos y formas de transmitir conocimiento de los que da cuenta el contenido de la materia.

Los docentes, además, subirán a la plataforma virtual de la materia una síntesis de lo visto en clase, además de la presentación o el video eventualmente utilizado y los textos de lectura obligatoria, que quedarán disponibles en formato digital, y dejarán abierto en la plataforma virtual un cuestionario cerrado, de corrección automática on line, que deberá ser respondido por los alumnos antes de la clase siguiente.

En cuanto a las clases prácticas en la primera mitad del cuatrimestre, mientras se dicten los contenidos de la Unidad 1 en teóricos, los docentes realizarán ejercicios y brindarán asesoramiento para el armado de una página web por parte de cada alumno, que luego será el soporte en el que presentarán el trabajo práctico obligatorio.

Para ello cada alumno deberá registrar un nombre de dominio en nic.ar, contratar un servicio de almacenamiento web y, mediante el empleo de un Sistema de administración de contenido gratuito disponible en Internet, deberá armar un sitio en el que responda las consignas que oportunamente le serán informadas.

En tanto que, durante la segunda parte del cuatrimestre, en paralelo con el dictado de la Unidad 2 en las clases teóricas, en las prácticas se abordará el contenido contemplado en la Unidad 3, además de apuntalar lo visto en teóricos mediante la realización de actividades prácticas que permitan consolidar los conocimientos adquiridos.

En el caso de las clases prácticas también habrá un volcado posterior de lo hecho en clase en la plataforma virtual de la materia, y se abrirán cuestionarios on line que deberán ser respondidos antes de la clase siguiente.

6. Sistema de regularidad y evaluación

Para regularizar Comunicación III el alumno deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Inscribirse en la plataforma educativa virtual de la materia, en <http://comunicacion3unlz.com.ar/plataforma>. Se trata de un sistema que permite seguir los temas abordados en cada clase, descargar material de estudio y visualizar videos y presentaciones que formen parte de cada clase. Serán matriculados allí exclusivamente los alumnos que se encuentren correctamente inscriptos y figuren en la lista oficial.
- Responder sobre esa plataforma, a través de Internet, los cuestionarios correspondientes a cada clase. Al término de cada encuentro con los alumnos, los docentes subirán cuestionarios cerrados con preguntas sobre los temas vistos en clase. Los alumnos deberán responder antes de la siguiente clase a través de la Web y tendrán que tener al menos un 80 por ciento de los cuestionarios respondidos para regularizar la cursada.
- Rendir dos exámenes parciales, que podrán ser bajo la modalidad cerrada (múltiple choice, emparejamiento, respuesta cerrada, etc.) y podrán tener preguntas de desarrollo.
- Elaborar un trabajo práctico en soporte web. La tarea consiste en el armado de una página web –en la que se evaluará cómo el alumno lleva a la práctica los conocimientos técnicos adquiridos- en la que se volcarán, previa asignación de consignas, los contenidos de la parte teórica de la materia. Esta instancia de evaluación requiere de una presentación, para la fecha fijada, de una carátula donde se detalle el link o URL del trabajo, y los datos del alumno, que luego, de ser requerido, deberá defender su trabajo ante los docentes.
- Cumplir con el régimen de asistencia regular, que permite hasta un 20 por ciento de inasistencias.

Observación: Los alumnos podrán recuperar hasta 1 parcial en caso de que se cumplan algunas de las siguientes situaciones: 1) Haber obtenido una nota de entre 1 y 3 o 2) Haber faltado por causa justificada y justificable.

7. Criterios de acreditación

La materia no es promocionable, por lo que los alumnos deberán rendir un examen final dentro de las condiciones previstas por las normativas vigentes en el ámbito de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNLZ.

El examen final será oral, y abarcará todo el contenido de la materia, incluida la parte técnica que se detalla en la Unidad 1.

Aquellos alumnos que hubiesen obtenido un promedio igual a 7 (siete) sin aplazos durante la cursada, podrán preparar un tema a elección para exponer durante el examen final, aunque eventualmente deberán responder preguntas sobre el resto del contenido programático de la materia.

Será imprescindible para la aprobación del examen final haber alcanzado una comprensión acabada de la totalidad de la bibliografía, haber desarrollado la capacidad de relacionar el conocimiento técnico con el debate teórico surgido en torno a las tecnologías digitales interactivas de la comunicación, demostrar capacidad para relacionar los contextos históricos y sociales en los que han tenido su apogeo los medios de comunicación de masas y los nuevos medios interactivos, comprendiendo los cambios, las rupturas y eventualmente las continuidades que se expresan entre uno y otro sistema de medios.

También será condición expresarse con la terminología adecuada, incorporando los términos técnicos específicos tanto de las tecnologías estudiadas como de las discusiones teóricas que se dan en torno del impacto de esas tecnologías en la sociedad.

8. Bibliografía de consulta

- Bustamante, Enrique (2008). *Alternativas en los medios de comunicación digitales: televisión, radio, prensa, revistas culturales y calidad de la democracia*. Gedisa.
- Castells, Manuel (2002). *La galaxia Internet*. Madrid. Arieté
- Castells, Manuel (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid. Alianza Editorial.
- Crucinelli, Sandra (2009). *Herramientas digitales para periodistas*. Centro Knight para Periodismo en las Américas. Universidad de Texas.
- Francos, Guillermo (2009). *Cómo escribir para la Web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online'*. Centro Knight para Periodismo en las Américas. Universidad de Texas.
- Grimaldos, José (2008). *Tratamiento digital de imágenes. Un recurso didáctico*. Disponible en <http://www.cepalmeria.org/>
- Levis, Diego (2009). *La pantalla ubicua*, segunda edición ampliada. Buenos Aires. La Crujía ediciones.
- Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación productiva (2009) *Libro Blanco de la Prospectiva TIC*. Proyecto 2020. Buenos Aires.
- Rost, A. y Bergero F. (comp) (2012). *Periodismo en contexto de convergencias*. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Comahue.
- Salaverría R. y García Avilés J. A. (2008). *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo*. Revista Trípodos número 23. Publicación científica de la Facultad de Comunicación Blanquerna, de la Universidad Ramón Llull de Barcelona.
- Sartori, Giovanni (2002). *Homovidens: La sociedad teledirigida*. Madrid. Editorial Taurus
- Scolari, Carlos. (2007). *Interfaces, cinco leyes*. Univeristat de Vic. Disponible en <http://www.scribd.com/doc/71387622/Scolari-5-Leyes-de-Las-Interfaces>
- Sparrow, B., Liu, J., Wegner, D. (2011). Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips. Publicación en la revista

- Science, de la American Association for the Advancement of Science. Disponible para suscriptores en <http://www.sciencemag.org/content/333/6043/776.full> (en inglés)
- Wolton, Dominique (2000). *Sobrevivir a internet*. Colección El mamífero parlante. Editorial Gedisa.

9. Equipo de la cátedra y contacto

Omar Szulak
Claudio Decastelli
Cintia Vespasiani

Mail: comunicaciontres@gmail.com

Web: www.comunicacion3unlz.com.ar

Twitter: [@Com3unlz](https://twitter.com/Com3unlz)

Facebook: <https://www.facebook.com/Comunicacion3unlz>