



DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Programa de la Asignatura: Taller de Producción y Administración en Medios

Código asignatura: 2778

Año: 2024

Cátedra:

Prof. Titular a cargo: Mg. María Cristina Lago

Carga Horaria: 6 horas semanales, cursada anual.

Modalidad de Cursada (Marque con una cruz)¹:

A) Presencial	X	C) Con una comisión virtual para recursantes	
		D) Con una comisión virtual	
B) Semipresencial		C) Con una comisión virtual para recursantes	
		D) Con una comisión virtual	

• **MÓDULO TELEVISIÓN I. Laboratorio de Efectos y Tecnologías Aplicadas**

1) Fundamentación

La reformulación actual de paradigmas registrados en el campo de la comunicación y los medios audiovisuales, exige una constante revisión y capacitación de los futuros egresados de esta Licenciatura, que se insertarán en campos profesionales caracterizados por el cruce de conocimientos expertos, por la hibridez y la ubicuidad tecnológica, y por contextos diversos de alcance inter- y transnacional en continua transformación.

En *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación* (2005), Lev Manovich se pregunta "¿de qué manera las interfaces y las herramientas de software de creación de medios están dando forma a la estética contemporánea y los lenguajes visuales de las diferentes formas de los medios?". Como signo de época, Nicolas Bourriaud habla de "el mundo de los intercambios" (*Postproducción*, 2007) en referencia a los objetos producidos y los medios técnicos que el ser humano se apropia y combina casi con naturalidad para "postproducir" otros objetos-sentidos.

¹ En todos los casos, las asignaturas pueden ser A) Presencial o B) Semipresencial. Adicionalmente, en algunos casos, puede ofrecerse una comisión Virtual para recursantes (C) o una virtual abierta a todas/os las/os estudiantes.

Estas problematizaciones absolutamente contemporáneas dan marco a la finalidad académica del Laboratorio de Efectos y Tecnologías Aplicadas: desde una didáctica de *laboratorio*, donde la praxis se caracterice por lo experimental, por lo lúdico, por la curiosidad que permita combinar recursos y herramientas que el propio universo tecnológico tiende de forma cotidiana, se propone a los estudiantes entrenarse *en* y *para* ese ecosistema heterogéneo y cambiante. Se apela a una práctica continua donde dialogan procedimientos manuales y digitales propios del diseño y la realización audiovisual, sumando recursos del cine de animación, efectos y otras funciones que habitan los softwares para imagen y sonido, incluidas las posibilidades que irrumpen desde la inteligencia artificial.

En ese marco, el L. E.T. A. define como trabajo integral de cursada una producción que responda al formato de storytelling (en su variable audiovisual), en tanto producto de comunicación estratégica que aborde de manera creativa temáticas de interés específico. Un formato que como recurso se ha expandido a diversos campos profesionales, en particular en la industria de la producción audiovisual y los medios de comunicación.

2) Objetivos Estructurales

Al finalizar el estudiante estará en condiciones de:

Objetivo General:

- Producir contenido audiovisual creativo y de calidad capaz de responder a las demandas profesionales del sistema socio-laboral.

Objetivos Específicos:

- Identificar, considerar, evaluar y discriminar en sus proyectos los aspectos técnicos, formales y comunicacionales, en relación con los aportes particulares de lenguajes, medios y tecnologías estudiados en esta Especialidad.

- Considerar, examinar y determinar los lenguajes, medios y tecnologías más apropiados para su aplicación en la práctica audiovisual creativa, en relación con los tratamientos temáticos específicos y los diferentes escenarios.

- Identificar, evaluar y considerar los fenómenos comunicacionales actuales, en tanto indicadores simbólicos del contexto sociohistórico en toda construcción cultural.

- Considerar, examinar y discriminar la efectividad de procedimientos específicos a partir del equipamiento tecnológico con el que se cuenta para producir contenidos audiovisuales.

- Identificar el valor diferencial que aportan los medios y tecnologías de la animación manual y digital a la producción propia.

- Identificar el valor diferencial que aportan las funciones de IA a la producción propia.

- Identificar y considerar los "elementos fuerza" que aportan efectividad al diseño de un storytelling exitoso.

- Considerar la relevancia de la condición de verosimilitud en la construcción de todo mensaje o contenido.

- Operacionalizar de forma experta los diferentes contenidos en los procedimientos y el uso de los equipamientos técnicos (mecánicos, analógicos y digitales) en cada etapa del proceso productivo.
- Considerar las normativas y protocolos de organización, seguridad e higiene pertinentes al espacio del estudio-laboratorio, así como al campo profesional.
- Considerar el valor del trabajo en equipo, y la puesta en práctica de la asertividad e inteligencia afectiva.
- Considerar la puesta en acción y optimización de sus capacidades de análisis crítico y debate de ideas.
- Considerar la relevancia del proceso de investigación, relevamiento y registro de fuentes, en su contribución a la verosimilitud del contenido producido.
- Considerar el valor de la producción narrativa de autores nacionales como fuente motora para la producción propia.
- Considerar y examinar el uso de léxico apropiado de esta Especialidad.
- Operacionalizar en la práctica del *storytelling*, en presentaciones de carácter público, los contenidos específicos que sustentan el éxito de ese recurso.
- Considerar la actualización de, así como evaluar y operacionalizar, la información y recursos propios de la gestión independiente y profesional de las producciones audiovisuales.
- Considerar y operacionalizar, en sintonía con los marcos independientes y comerciales actuales, los conocimientos y recursos dirigidos a la exhibición y circulación de sus producciones, a la participación competitiva de los mismos, y al intercambio con otros realizadores y productos afines.

3) Unidades Didácticas:

Unidad I. *Ethos, Logos, Pathos*

Pitching y storytelling para la industria audiovisual. La comunicación asertiva. El tema y la motivación. Elementos y alcances expresivos, narrativos y descriptivos del storytelling audiovisual. Pre-producción del proyecto: investigación y diseño creativo.

Unidad II. La imagen en movimiento

Física del movimiento. Caracterización y tipos de movimiento. La escala. El timing. Efectos, movimientos de cámara y transiciones. Fondos y layers. Fundamentos visuales y leyes de composición en el campo de acción. Registro y marcos de seguridad de la imagen. Técnicas de animación clásicas y alternativas: procedimientos manuales y digitales.

Unidad III. El universo sonoro

Funciones y cualidades de las estructuras sonoras aplicadas. El contrapunto sonoro. Música, ambientes, efectos, voces. El sincro vocal. El sonido en postproducción: SFX y foley. Operatividad técnica del sonido: captura, grabación y manipulación.

Unidad IV. Montaje y mensaje

El montaje: alcance y efectividad del mensaje. Diseño de guión técnico, escaleta, storyboard, plantas y planillados de rodaje. El animatic. Edición y postproducción de imagen (VFX) y sonido (SFX y foley). AI aplicada.

4) Bibliografía General

Alexandrov, G., Eisenstein, S. M. y Pudovkin, V. (1928). "Manifiesto del contrapunto sonoro". Disponible en <https://elmetodoludovicoblog.wordpress.com/2016/06/08/la-irrupcion-del-sonido-en-el-cine-el-manifiesto-del-contrapunto-sonoro/>

Aumont, J. y otros (2015) *Estética del cine, espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Buenos Aires: Paidós.

Beare, P. y Crook, I. (2016). *Fundamentos del Motion Graphics*. España: Promopress.

Bordwell, D. y Thompson, K. (2010). *El arte cinematográfico*. Buenos Aires: Paidós.

Casetti, F y Di Chio, F. (1991) *Cómo analizar un film*. Buenos Aires: Paidós.

Chion, M. (2002). *Cómo se escribe un guión*. Disponible en www.unpa.edu.ar.

Chion, M. (1990). *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Buenos Aires: Paidós.

Comparato, D. (2008). *El Guión. Arte y técnica de la escritura para cine y televisión*. Buenos Aires: Eudeba.

Córdoba, E. (2008). *Taller de guión para cine y televisión*. Argentina: UNR.

Darley, A. (2002). *Cultura visual digital: Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Della Volpe, G. y Eco, U. (1971). *Problemas del nuevo cine. Discurso del plano secuencia*. Madrid: Alianza.

Feldman, S. (1989). *Cine: Técnica y lenguaje*. Buenos Aires: Nueva Visión-Megalópolis.

Field, S. (1995). *El manual del guionista. Ejercicios e instrucciones para escribir un buen guión paso a paso*. Madrid: PLOT.

Freeman, M. (2009). *El ojo del fotógrafo. Composición y diseño para crear mejores fotografías digitales*. Barcelona: BLUME.

Gaudreault, A. y Jost, F. (2010). *El relato cinematográfico. Cine y narratología*. Barcelona: Paidós.

Goleman, D.; Kaufman, P.; Ray, M. (2009). *El espíritu creativo*. España: Zeta.

Jenkins, H.; Ford, S.; Green, J. (2015). *Cultura transmedia: la creación de contenido de valor en una cultura en red*. Barcelona: Gedisa.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Kozak, C. (ed.). (2012). *Tecnopoéticas argentinas: archivo blando de arte y tecnología*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Caja Negra.

Lynch, D. (2013). *Atrapa el pez dorado*. Buenos Aires: Mondadori.

- Manovich, L. (2014). "El software toma el mando". Traducción de Software Takes Command (versión del 30 de septiembre de 2012, publicada bajo licencia Creative Commons en manovich.net) por Everardo Reyes-García. Disponible en https://www.academia.edu/7425153/2014_El_software_toma_el_mando_traducci%C3%B3n_a_Lev_Manovich
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós Ibérica. Disponible en <https://uea1arteycomunicacion.files.wordpress.com/2013/09/manovich-el-legunaje-de-los-nuevos-medios.pdf>
- Manovich, L. (2002). "La vanguardia como software". California: Universidad de California, Departamento de Artes Visuales. Traducción del original "Avant-garde as Software", de Marta García Quiñones, cedida por *Manía*, Revista de Pensamiento de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Barcelona. ISSN 1695-5951.
- McKee, R. (2011). *El guión: sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. España: Alba.
- Martin, M. (2002). *El lenguaje del cine*. Barcelona: Gedisa.
- McLuhan, M. y Fiore, Q. (1969). *El medio es el masaje. Un inventario de efectos*. Buenos Aires: Paidós
- Millerson, G. (2002). *Iluminación para televisión y cine*. Madrid: Instituto Oficial de Radio Televisión Española (IORTV).
- Osorio, O. (2021). "Biopics: vidas de película". Febrero 2021, p. 26-29. Disponible en <https://revistas.udea.edu.co/index.php/almamater/article/download/345182/20804606/215216>
- Propp, V. (2011) *Morfología del cuento*. Madrid: Akal. Básica de Bolsillo.
- Sánchez, R. (1990). *Montaje cinematográfico. Arte en movimiento*. México: Universidad Autónoma de México.
- Salmon, C. (2010). *Storytelling: la máquina de contar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Atalaya.
- Sánchez Carniglia, M. (2020). *Entrenamiento para aurigas: Storytelling para una gestión de carrera de éxito*. ISBN-13: 979-8635432013. Independently published.
- [de los] Santos, L. (2010). *La vuelta al guión en 80 secretos*. Buenos Aires: Catálogos, Universidad del Cine.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Shakespeare, R. (2014). *La mano de Alan: Homenaje a Alan Fletcher*. Ediciones Infinito.
- Segar, L. (1994). *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*. Madrid: RIALP.
- Stam, R. y otros (1999). *Nuevos conceptos de la teoría del cine*. España: Paidós.
- Thompson, F. (1993). *Tim Burton's The Nightmare Before Christmas: The Film - The Art - The Vision*. USA: Disney Editions.
- Tubau, D. (2011). *El guión del siglo 21: el futuro de la narrativa en el mundo digital*. Editor

5) Cronograma de actividades

Clase N°	Tema
1	Presentación de la materia + Unidad 1
2	Unidad 1
3	Unidad 2
4	Unidad 2
5	Unidad 2 - Unidad 3
6	Unidad 2 -Unidad 3
7	Evaluación Parcial 1 - Presentación Proyecto Storytelling
8	Unidad 3
9	Unidad 3 - Unidad 4
10	Unidad 4
11	Unidad 4
12	Unidad 4
13	Evaluación Parcial 2 - Visual Storytelling Final
14	Recuperatorios. Actividad grupal

6) Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

6.1. Previsiones metodológicas y pedagógicas

El Laboratorio de Efectos y Tecnologías Aplicadas propone una planificación enfocada en la enseñanza experta y el entrenamiento práctico de los estudiantes con el objetivo de realizar y presentar un producto final que responda al formato de Visual (Audiovisual) Storytelling (se contempla una duración máxima de tres minutos).

Con metodologías emergentes de los conceptos de aprendizaje abierto, ubicuidad, prácticas de cruce, los docentes presentan contenidos y procedimientos, haciendo uso de estrategias y formatos diversos que impliquen la aplicación práctica de aquellos saberes, y en la medida en que éstos sustenten el aprendizaje significativo del estudiante; de modo tal que se le ofrezca alternativas propias del aula expandida, destinadas a la exploración y operacionalización de contenidos. Así, el estudiante, en su rol activo, descubre y propone diferentes modos de resolución creativa como deriva de sus experimentaciones técnicas y retóricas. Es importante que los estudiantes concienticen, a través de sus prácticas, los alcances de su inserción en el

ecosistema híbrido-tecnológico actual, paradigmático de la práctica comunicacional en la trama de soportes físicos y virtuales y lenguajes mixtos (tecnopoéticos).

Si bien los docentes asisten a los estudiantes en su proceso de aprendizaje, con el devenir de la cursada se espera que ganen confianza en sí mismos y sus compañeros, y se independicen de la asistencia del profesor.

6.2. Actividades que se realizarán en las horas presenciales y en las virtuales²

En las 6 horas sincrónicas correspondientes a la cursada se utilizan las instalaciones del aula "Estudio de TV" con los equipamientos técnicos propios y no propios (aquellos que pertenecen al DHCS para fin didáctico, de carácter portátil). En este espacio áulico que funciona como laboratorio creativo, se desarrollan las clases teórico-prácticas estipuladas por cronograma, y aquellas externas al mismo que en ocasión de rodajes especiales deban desarrollarse fuera del día y horario de cursada, en función de las complejidades que insuman (en ese caso, se gestionan días y horarios donde el Estudio no es utilizado por otras actividades académicas pautadas).

Según se requieran, y en función de la propuesta expandida y ubicua de esta oferta académica, se contemplan y gestionan otros espacios de ejercicio o desarrollo de eventos que exceden el Estudio de TV pero se encuentran dentro del predio de la Universidad. Del mismo modo, las locaciones externas a la UNLaM son al mismo tiempo escenarios posibles de exploración y producción de material para la cursada.

Además de las tareas planificadas en relación a los alcances de contenido que se desprenden de las unidades temáticas (sintetizadas en este Programa de Estudios), y entre las que se encuentran los simulacros de puesta técnica y rodaje (del mismo modo que se llevan a cabo en el campo profesional), la manipulación de equipamiento técnico, uso de software para los procesos creativos, edición y postproducción, efectos especiales, entre otros abordajes procedimentales, la cátedra prevee fechas especiales para ambas comisiones de manera integrada, a saber:

- actividad de formación de recursos humanos con la invitación a profesionales especialistas que puedan dar una clase magistral o workshop;
- y como evento de cierre y exhibición de las producciones de los estudiantes, los Visual Storytelling y otras microproducciones realizadas en el laboratorio.

En función de cómo se desarrolle la cursada, los docentes evaluarán la fecha y el espacio a gestionar para esa actividad que, al concretarse, tendrá carácter abierto a la comunidad, y posee condición de actividad de extensión y transferencia académica.

Hacia el cierre de la cursada, la cátedra estimula a los estudiantes a participar con sus producciones de encuentros o festivales con sus producciones audiovisuales, se trate de eventos locales como extranjeros.

² Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, responder solamente las actividades presenciales.

6.3. Articulación de actividades presenciales y virtuales³

No aplica

6.4. Interacciones docentes-estudiantes, y estudiantes-estudiantes previstas

Esta especialidad impulsa una interacción entre estudiantes de ambas comisiones, ya sea desde actividades comunes, compartidas (casting, eventos de exhibición de producciones, clases magistrales con profesionales externos, entre otras) como desde canales de comunicación interna (grupos de Whatsapp de Producción, reuniones virtuales asincrónicas por fuera de cronograma para asistencia en etapas de casting y rodaje).

Entre estudiantes de una misma comisión, así como entre estudiantes y docentes, las interacciones son como mínimo semanales en la dinámica presencial de la clase, a la que se suman canales virtuales complementarios con el fin de reforzar la comunicación y asistencia de los estudiantes, o bien la corrección (devoluciones) de trabajos o ejercicios presentados que así lo requieran.

6.5. Mecanismos de seguimiento, supervisión y evaluación de las actividades

Tanto en la modalidad presencial en el estudio-laboratorio, como desde los canales virtuales de la Universidad (funciones de MleL), los docentes realizan un seguimiento semanal continuo del desempeño académico de cada estudiante y equipos conformados por los mismos. En etapas de producción intensiva, durante la cursada, o previas a instancias de evaluación parciales, el seguimiento y la interacción entre estudiantes y docentes se vuelve más periódica.

Al mismo tiempo, la cátedra mantiene una línea de comunicación de emergencia abierta desde el correo electrónico de la especialidad.

Las supervisiones de ejercicios en clase, así como la corrección de trabajos más complejos que los estudiantes presentan en instancias señaladas por cronograma académico, todas esas intervenciones se desarrollan presencialmente en el espacio del estudio-laboratorio. Y todas conllevan devoluciones profundas de acuerdo a la expertise del o de los docentes involucrados en esos contenidos.

Además de un proceso de evaluación continua y formativa (procesual) sobre el trabajo de los estudiantes, con devoluciones periódicas, durante toda la cursada, la cátedra propone:

- La autoevaluación de los estudiantes y del cuerpo docente (que lleva reuniones internas de revisión y ajustes de contenidos, metodología de trabajo y estrategias didácticas).
- La devolución crítica que el equipo docente solicita a los estudiantes en ocasión del cierre de cursada, sobre el aporte concreto del taller y los profesores a su formación, fortalezas y cuestiones a mejorar que ellos así consideren. Este momento de reflexión e intercambio alumnos-docentes resulta fundamental para optimizar la próxima cursada, pensar el rol pedagógico, y definir ajustes metodológicos o de contenido.

³ Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, corresponde “No Aplica”.

7) Gestión de Cátedra

La asignatura anual se divide en dos instancias o sea 1a y 2a mitad.

El equipo pedagógico se compone de tres (3) docentes a cargo por cada comisión, a saber:

- en la comisión del turno mañana, los Jefes de Trabajos Prácticos a cargo Victoria Accorinti, Julián Cosenza y Virginia Libonati;
- en la comisión del turno noche continúan los docentes Accorinti y Cosenza, junto a la docente Auxiliar de 1ra. Florencia Rodríguez Gregori.

Cada comisión pedagógica comparte el dictado general de las clases, el seguimiento del desempeño estudiantil y la corrección de trabajos prácticos. Al mismo tiempo, como especialistas de contenidos conceptuales y procedimentales diferenciales que responden a esta oferta académica, cada docente presenta y profundiza conocimientos, herramientas y tecnologías propias de su experticia, de acuerdo a la complejidad y diversidad que se requiere desde cada unidad temática.

La cátedra planifica reuniones de ambas comisiones integradas al principio de cada cuatrimestre, con la finalidad de evaluar diagnósticos de la población estudiantil y de las adaptaciones metodológicas a implementar, y al final de cada cursada cuyo foco serán los resultados y devoluciones de sus colegas y de los propios estudiantes, siendo estas observaciones recursos que operen sobre la optimización de futuras propuestas.

Al mismo tiempo, la cátedra mantiene reuniones semanales, en las que también intervienen de manera integrada las comisiones, de modo tal que se garantice una sintonía productiva en el dictado de clases, la toma de decisiones pertinentes a ajustes de contenidos y actividades didácticas, así como la evaluación de la mecánica periódica de enseñanza y el alcance de la misma.

8) Evaluaciones

El Laboratorio de Efectos y Tecnologías Aplicadas planifica, dada la relevancia del proceso creativo propuesto a los estudiantes, dos (2) instancias de evaluación parcial y un (1) recuperatorio con el cierre de la cursada.

Ambas instancias parciales corresponden a dos etapas de un mismo proyecto creativo:

- 1- la presentación del diseño general y proceso productivo (work in progress) del mismo, que debe cumplir requisitos de formato a ampliar en clase, en el primer parcial;
- 2- y la entrega en formato digital del producto audiovisual terminado (con los requisitos que el equipo docente considere pertinentes para esa condición).

Ambas presentaciones parciales son calificadas numéricamente y conllevan una devolución ampliada de los docentes a los estudiantes en el aula. Para alcanzar la nota definitiva de cursada, las calificaciones parciales se promedian teniendo en cuenta, a modo de calificación de carácter conceptual, la resultante del desempeño de competencias blandas y aspectos actitudinales de cada estudiante durante todo el período lectivo, como la empatía, la adaptación, la negociación, la asertividad, la capacidad de toma de decisiones y resolución de

problemas.

9) Régimen de Promoción

Tal como lo establece el régimen vigente en la Universidad, la promoción de los estudiantes queda sujeta al cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Aprobación del 75% de asistencia a la cursada, de los parciales y sus correspondientes recuperatorios (conforme a lo expresado en el ítem *Evaluaciones*)
- La nota de los recuperatorios es excluyente. Quienes aprobaron las instancias con 7 (siete) o más puntos promoverán la materia sin examen final.
- Quienes aprobaron alguna/s de las instancias entre 4 (cuatro) y 6 (seis) rendirán examen final.
- En caso de que alguna de las instancias estuviera aplazada, el alumno deberá recurrar la materia.

● MÓDULO TELEVISIÓN II. Laboratorio de Realización Audiovisual

1) Fundamentación:

Con este Laboratorio concluye el proceso formativo de los talleres de enfoque audiovisual cursados en años anteriores, por lo cual se considera la actualización de lenguajes, medios, tecnologías y estrategias comunicacionales que optimicen y amplíen saberes previos de los estudiantes de la Carrera, en función de la inserción en el campo profesional de los futuros egresados, y en vistas de las exigencias y tendencias del mercado audiovisual.

En el centro del consumo hoy, se observan altamente posicionadas las biopic, las crónicas narrativas, los doc-fic. La profusión de estrenos y re-exhibición de estas producciones habla de una necesidad en la población local y global por volver la mirada sobre el contenido histórico, el documento, el archivo: el prosumidor se descubre midiendo los niveles de verosimilitud con la información original, las distancias variables entre los hechos o personas revisados y sus 'retratos' con firma de autor. Se trata de relatos abordados desde una perspectiva que no es particularmente la documental ni la ficcional, ni la periodística, en términos canónicos.

La expertise que se pone en juego para que la efectividad de este género y sus contenidos resulte pregnante, es la de la adaptación: partir desde un producto existente, llevar la información, los datos, a un "laboratorio" donde se los traduzca (la traducción que define Bourriaud, como re-lectura y transferencia, no como copia) a otro lenguaje, otro soporte, se los combine con aspectos de origen heterogéneo, sean operados por tecnologías que aporten otra manera de ser procesados y presentados. Las adaptaciones son, en síntesis, acercamientos, desplazamientos entre signos y sentidos, diálogo.

El Laboratorio de Realización Audiovisual propone a los estudiantes convertirse en semionautas de sus propios procesos creativos, en la realización de producciones audiovisuales adaptadas a partir de historias basadas en hechos reales, registros experienciales, relatos testimoniales o crónicas emergentes del cuerpo autoral nacional o regional. Que experimenten sobre la mixtura de lenguajes, materiales, medios y tecnologías,

apropiándose de aquellos que les permitan narrar y poner en debate diferentes maneras de ver y pensar el mundo en que vivimos.

2) Objetivos Estructurales

Al finalizar el estudiante estará en condiciones de:

Objetivo General:

- Producir y presentar contenido audiovisual creativo y de calidad capaz de responder a las demandas profesionales del sistema socio-laboral.

Objetivos Específicos:

- Demostrar su capacidad para adaptar material ajeno o de archivo, basado en hechos reales, al lenguaje de los medios audiovisuales de manera efectiva.

- Considerar, evaluar y discriminar los aspectos técnicos, formales y comunicacionales de proyectos audiovisuales.

- Identificar y contrastar los aportes y aspectos diferenciales entre biografía, *biopic*, crónica narrativa, doc-fic.

- Considerar la relevancia del proceso de investigación, relevamiento y registro de fuentes, en su contribución a la verosimilitud del contenido producido.

- Comprender los fenómenos comunicacionales actuales, entendiendo el rol determinante del contexto sociohistórico en toda construcción cultural.

- Considerar el valor de la producción narrativa de autores nacionales, clásicos y contemporáneos, como fuente motora para la producción propia.

- Operacionalizar de forma apropiada y experta los diferentes procedimientos y el uso de los equipamientos técnicos (mecánicos, analógicos y digitales) en cada etapa del proceso productivo.

- Considerar las normativas de seguridad e higiene en el uso del equipamiento técnico.

- Considerar las normativas y protocolos de organización, seguridad e higiene pertinentes al espacio del estudio-laboratorio, así como al campo profesional de esta especialidad.

- Considerar el valor del trabajo en equipo, y la puesta en práctica de la asertividad e inteligencia afectiva.

- Considerar y poner en acción la capacidad de análisis crítico y debate de ideas.

- Considerar y evaluar la operatividad sobre la gestión independiente de la producción audiovisual con enfoque profesional.

- Operacionalizar los recursos apropiados en función de la exhibición y circulación de sus producciones, el intercambio con otros realizadores y productos afines, en los niveles regionales, nacional e internacional.

3) Unidades Didácticas:

Unidad I. De ladrones y orquídeas.

La crónica narrativa y la *biopic*. características y alcances. Proceso creativo: investigación

temática y contextual, registro y organización del material matriz y *work in progress*.

Estructuras narrativas y proceso de escritura para formato audiovisual. Formateo del guión adaptado.

Unidad II. Estética, retórica, poética.

Fundamentos para la identificación y el uso de recursos estéticos-retóricos desde las dimensiones de imagen y sonido.

La puesta escénica: operativización técnica del equipamiento por áreas específicas y asignación de roles expertos.

El diseño del montaje: concepto, alcances narrativos y estéticos. Diseño de guión técnico, storyboard, plantas de rodaje y planillados.

Unidad III. Producción

Relevamiento de las necesidades, coordinación y control sobre las diferentes áreas antes, durante y después de rodaje. Análisis de viabilidad y potencialidad del proyecto audiovisual.

Scouting de locaciones y utilería. Casting actoral. Plan de rodaje y su desgloce estratégico.

Tramitaciones pertinentes a uso, permisos y obtención de equipamiento y locaciones.

Protocolos y organización y seguimiento de tareas en rodaje. Normas de seguridad e higiene.

Unidad IV. Post-producción

Selección, identificación y nomenclatura del material crudo. Metodología de ingesta y exportación de material. Edición (criterios de montaje). Correcciones y efectos post de imagen y sonido. Generación de títulos y créditos.

Diseño de afiche y otros formatos promocionales transmedia. Organización y gestión de eventos de exhibición y circulación de obra.

La gestión independiente. Tramitación de derechos de autoría.

4) Bibliografía General

Alexandrov, G., Eisenstein, S. M. y Pudovkin, V. (1928). "Manifiesto del contrapunto sonoro". Disponible en <https://elmetodoludovicoblog.wordpress.com/2016/06/08/la-irrupcion-del-sonido-en-el-cine-el-manifiesto-del-contrapunto-sonoro/>

Altman, R. (2000). *Los géneros cinematográficos*. Buenos Aires: Paidós.

Aumont, J. y Marie, M. (1990) *Análisis del film*. Buenos Aires: Paidós.

Aumont, J. y otros (2015) *Estética del cine, espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Buenos Aires: Paidós.

Barthes, R. (1989). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Birlis, A. (2007). *Sonido para audiovisuales*. Buenos Aires: Ungemar.

Bordwell, D. y Thompson, K. (2010). *El arte cinematográfico*. Buenos Aires: Paidós.

Bordwell, D. (1995). *El significado del filme. Inferencia y retórica en la interpretación cinematográfica*. Buenos Aires: Paidós.

Bordwell, D. y otros. (2008). *La narración como sistema formal*. Nueva York: McGraw-Hill.

Bordwell, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Buenos Aires: Paidós.

- Burman, D. (2012). *La suerte en tus manos. Apuntes y Motivaciones de un director de cine*. Buenos Aires: Atlántida.
- Carmona, R. (2016). *Cómo se comenta un texto fílmico*. Madrid: Cátedra.
- Casetti, F y Di Chio, F. (1991) *Cómo analizar un film*. Buenos Aires: Paidós.
- Chion, M. (2002) *Cómo se escribe un guión*. ISBN 84-376-0764-7. Disponible en www.unpa.edu.ar.
- Chion, M. (1990). *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Buenos Aires: Paidós.
- Comas, A. (2005). *De Hitchcock a Tarantino. Enciclopedia del 'Neo Noir' norteamericano*. Madrid: T & B Editores.
- Comolli, J-L. (2010). *Cine contra espectáculo. [seguido de] Técnica e ideología*. Buenos Aires: Manantial.
- Comparato, D. (2008). *El Guión. Arte y técnica de la escritura para cine y televisión*. Buenos Aires: Eudeba.
- Córdoba, E. (2008). *Taller de guión para cine y televisión*. Argentina: UNR.
- [del] Coto, M. R. y Varela, G. (eds.). (2012). *Ficción y no ficción en los medios: Indagación semiótica sobre sus mixturas*. Buenos Aires: La Crujía, Inclusiones.
- Dancyger, K. (1999) *Técnicas de edición en cine y video*. España: Gedisa.
- Darley, A. (2002). *Cultura visual digital: Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Deleuze, G. (2016). *La imagen-movimiento. Estudios sobre cine I*. España: Paidós.
- Deleuze, G. (1985). *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine II*. España: Paidós.
- Della Volpe, G. y Eco, U. (1971). *Problemas del nuevo cine. Discurso del plano secuencia*. Madrid: Alianza.
- Feldman, S. (1989). *Cine: Técnica y lenguaje*. Buenos Aires: Nueva Visión-Megalópolis.
- Field, S. (1995). *El manual del guionista. Ejercicios e instrucciones para escribir un buen guión paso a paso*. Madrid: PLOT.
- Freeman, M. (2009). *El ojo del fotógrafo. Composición y diseño para crear mejores fotografías digitales*. Barcelona: BLUME.
- Gaudreault, A. y Jost, F. (2010). *El relato cinematográfico. Cine y narratología*. Barcelona: Paidós.
- McKee, R. (2011). *El guión: sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. España: Alba.
- Martin, M. (2002). *El lenguaje del cine*. Barcelona: Gedisa.
- Millerson, G. (2002). *Iluminación para televisión y cine*. Madrid: Instituto Oficial de Radio Televisión Española (IORTV).
- Mónaco, A. M. (2013). *El ABC de la producción audiovisual*. Buenos Aires: Fundación CICCUS.
- Murch, W. (2003). *En el momento del parpadeo. Un punto de vista sobre el montaje cinematográfico*. Madrid: Ocho y medio. Libros de Cine.

- Osorio, O. (2021). "Biopics: vidas de película". Febrero 2021, p. 26-29. Disponible en <https://revistas.udea.edu.co/index.php/almamater/article/download/345182/20804606/215216>
- Pasolini, P. P. (mayo 2003) Discurso sobre el Plano-Secuencia o el Cine como Semiología de la Realidad. (Artículo) Transcripción de Leslie Jorquera. Santiago de Chile.
- Propp, V. (2011) *Morfología del cuento*. Madrid: Akal. Básica de Bolsillo.
- Sánchez, R. (1990). *Montaje cinematográfico. Arte en movimiento*. México: Universidad Autónoma de México.
- [de los] Santos, L. (2010). *La vuelta al guión en 80 secretos*. Buenos Aires: Catálogos, Universidad del Cine.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto. Tarkovski
- Seger, L. (1994). *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*. Madrid: RIALP.
- Stam, R. y otros (1999). *Nuevos conceptos de la teoría del cine*. España: Paidós.
- Tarkovski, A. (2002). *Esculpir en el tiempo. Reflexiones sobre el arte, la estética y la poética del cine*. Madrid: RIALP.
- Todorov, T. y otros (1968). *Lo verosímil*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Tubau, D. (2011). *El guión del siglo 21: el futuro de la narrativa en el mundo digital*. Editor digital: minicaja ePub base r1.0
- Vale, E. (1996). *Técnicas del guión para cine y televisión*. Barcelona: Gedisa.

5) Cronograma de actividades

Clase N°	Tema
1	Presentación de la Especialidad + Unidad 1
2	Unidad 1
3	Unidad 1
4	Unidad 2
5	Unidad 2
6	Unidad 2
7	Unidad 2
8	Evaluación Parcial 1 - Proyecto creativo Unidad 2 - Unidad 3
9	Unidad 3

10	Unidad 3
11	Unidad 3 - Unidad 4
12	Unidad 4
13	Unidad 4
14	Unidad 4
15	Evaluación Parcial 2 - Producción Audiovisual Final
16	Recuperatorios. Organización evento: proyección producciones finales

6) Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

6.1. Previsiones metodológicas y pedagógicas

El Laboratorio de Realización Audiovisual prevé una dinámica de enseñanza y aprendizaje con enfoque práctico y experimental, donde los estudiantes podrán ejercitar y apropiarse de recursos y herramientas técnicas y retóricas que les permitan desarrollar la adaptación de crónicas narrativas, biografías, testimonios, acontecimientos reales, al lenguaje audiovisual, desde el guión a la realización integral y su exhibición al final de la cursada. Esto último infiere la dinámica operativa de equipamiento técnico hard y soft.

La duración aproximada de la Biopic (o Crónica Audiovisual adaptada) se establece dentro de una franja que no supere los 5 a 8 minutos, pudiendo reducir su duración final en función de los resultados de los primeros diagnósticos a observar los docentes. La brevedad del material responde tanto a la factibilidad de su realización en el período completo de la cursada, como a la capacidad de síntesis que los estudiantes deben poder demostrar en su recorrido académico.

El proceso creativo que inicia con el primer día de clase, se somete a experimentaciones técnicas y retóricas (presentadas en modo general en los contenidos de las unidades temáticas de este Programa), operativizadas por los estudiantes con asistencia inicial de los docentes, de modo tal que aprendan y apliquen los saberes teóricos y procedimentales propios del ecosistema híbrido tecnológico actual, y que es paradigmático de la práctica comunicacional en la trama de soportes físicos y virtuales y lenguajes mixtos (tecno poéticos). Con el devenir de la cursada se espera que los estudiantes ganen confianza en sí mismos y sus compañeros, y se independicen de la asistencia del profesor. Para ello se preveen simulacros de puestas técnicas y rodajes del mismo modo que en el campo profesional, siempre dentro del predio de la Universidad.

6.2. Actividades que se realizarán en las horas presenciales y en las virtuales⁴

En las 6 horas sincrónicas correspondientes a la cursada se utilizan las instalaciones del aula "Estudio de TV" con los equipamientos técnicos propios y no propios (aquellos que pertenecen al DHCS para fin didáctico, de carácter portátil). En este espacio áulico que funciona como laboratorio creativo, se desarrollan las clases teórico-prácticas estipuladas por cronograma, y aquellas externas al mismo que en ocasión de rodajes especiales deban desarrollarse fuera del día y horario de cursada, en función de las complejidades que insuman (en ese caso, se gestionan días y horarios donde el Estudio no es utilizado por otras actividades académicas pautadas).

Según se requieran, y en función de la propuesta expandida y ubicua de esta oferta académica, se contemplan y gestionan otros espacios de ejercicio o desarrollo de eventos que exceden el Estudio de TV pero se encuentran dentro del predio de la Universidad. En la mayoría de las ocasiones los estudiantes filman en locaciones externas a la Universidad, casos en que los docentes acompañamos por turnos reducidos la actividad, acordando previamente con los cursantes las disponibilidades de agenda.

Además de las tareas planificadas en relación a los alcances de contenido que se desprenden de las unidades temáticas (sintetizadas en este Programa de Estudios), y entre las que se encuentran los simulacros de puesta técnica y rodaje (del mismo modo que se llevan a cabo en el campo profesional), la manipulación de equipamiento técnico, uso de software para los procesos creativos, edición y postproducción, efectos especiales, entre otros abordajes procedimentales, la cátedra organiza fechas especiales para ambas comisiones juntas: el casting actoral, a mediados de cursada, y el evento de cierre y exhibición de las producciones biopic, que se planifica realizar en el Salón de las Américas luego del cierre de cursada. Dicho evento es de carácter abierto a la comunidad, y posee condición de actividad de extensión y transferencia académica.

Al mismo tiempo, como actividad de formación de recursos humanos, extensión-divulgación de ciencia y tecnología, la cátedra planifica la participación de estudiantes en seminarios breves en línea con profesionales especialistas, o bien se invita a expertos en el área con el fin de que puedan desarrollar en la Universidad propuestas del tipo de clase magistral o workshop.

Hacia el cierre de la cursada, la cátedra estimula a los estudiantes a participar con sus producciones de encuentros o festivales con sus producciones audiovisuales, se trate de eventos locales como extranjeros.

6.3. Articulación de actividades presenciales y virtuales⁵

No aplica

⁴ Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, responder solamente las actividades presenciales.

⁵ Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, corresponde "No Aplica".

6.4. Interacciones docentes-estudiantes, y estudiantes-estudiantes previstas

Esta especialidad impulsa una interacción entre estudiantes de ambas comisiones, ya sea desde actividades comunes, compartidas (casting, eventos de exhibición de producciones, clases magistrales con profesionales externos, entre otras) como desde canales de comunicación interna (grupos de Whatsapp de Producción, reuniones virtuales asincrónicas por fuera de cronograma para asistencia en etapas de casting y rodaje).

Entre estudiantes de una misma comisión, así como entre estudiantes y docentes, las interacciones son como mínimo semanales en la dinámica presencial de la clase, a la que se suman canales virtuales complementarios con el fin de reforzar la comunicación y asistencia de los estudiantes, o bien la corrección (devoluciones) de trabajos o ejercicios presentados que así lo requieran.

6.5. Mecanismos de seguimiento, supervisión y evaluación de las actividades

Tanto en la modalidad presencial en el estudio-laboratorio, como desde los canales virtuales de la Universidad (funciones de MleL), los docentes realizan un seguimiento semanal continuo del desempeño académico de cada estudiante y equipos conformados por los mismos. En etapas de producción intensiva, durante la cursada, o previas a instancias de evaluación parciales, el seguimiento y la interacción entre estudiantes y docentes se vuelve más periódica.

Al mismo tiempo, la cátedra mantiene una línea de comunicación de emergencia abierta desde el correo electrónico de la especialidad.

Las supervisiones de ejercicios en clase, así como la corrección de trabajos más complejos que los estudiantes presentan en instancias señaladas por cronograma académico, todas esas intervenciones se desarrollan presencialmente en el espacio del estudio-laboratorio. Y todas conllevan devoluciones profundas de acuerdo a la expertise del o de los docentes involucrados en esos contenidos.

Además de un proceso de evaluación continua y formativa (procesual) sobre el trabajo de los estudiantes, con devoluciones periódicas, durante toda la cursada, la cátedra propone:

- La autoevaluación de los estudiantes y del cuerpo docente (que lleva reuniones internas de revisión y ajustes de contenidos, metodología de trabajo y estrategias didácticas).
- La devolución crítica que el equipo docente solicita a los estudiantes en ocasión del cierre de cursada, sobre el aporte concreto del taller y los profesores a su formación, fortalezas y cuestiones a mejorar que ellos así consideren. Este momento de reflexión e intercambio alumnos-docentes resulta fundamental para optimizar la próxima cursada, pensar el rol pedagógico, y definir ajustes metodológicos o de contenido.

7) Gestión de Cátedra

La asignatura anual se divide en dos instancias o sea 1a y 2a mitad

El equipo pedagógico se compone de tres (3) docentes a cargo por cada comisión, a saber:

- en la comisión del turno mañana, los Jefes de Trabajos Prácticos a cargo Victoria Accorinti,

Julián Cosenza y Virginia Libonati;

- en la comisión del turno noche continúan los docentes Accorinti y Cosenza, junto a la docente Auxiliar de 1ra. Florencia Rodríguez Gregori.

Cada comisión pedagógica comparte el dictado general de las clases, el seguimiento del desempeño estudiantil y la corrección de trabajos prácticos. Al mismo tiempo, como especialistas de contenidos conceptuales y procedimentales diferenciales que responden a esta oferta académica, cada docente presenta y profundiza conocimientos, herramientas y tecnologías propias de su experticia, de acuerdo a la complejidad y diversidad que se requiere desde cada unidad temática.

La cátedra planifica reuniones de ambas comisiones integradas al principio de cada cuatrimestre, con la finalidad de evaluar diagnósticos de la población estudiantil y de las adaptaciones metodológicas a implementar, y al final de cada cursada cuyo foco serán los resultados y devoluciones de sus colegas y de los propios estudiantes, siendo estas observaciones recursos que operen sobre la optimización de futuras propuestas.

Al mismo tiempo, la cátedra mantiene reuniones semanales, en las que también intervienen de manera integrada las comisiones, de modo que se garantice una sintonía productiva en el dictado de clases, la toma de decisiones pertinentes a ajustes de contenidos y actividades didácticas, así como la evaluación de la mecánica periódica de enseñanza y el alcance de la misma.

8) Evaluaciones

El Laboratorio de Realización Audiovisual planifica, dada la relevancia del proceso creativo propuesto a los estudiantes, dos (2) instancias de evaluación parcial y un (1) recuperatorio con el cierre de la cursada.

Ambas instancias parciales corresponden a dos etapas de un mismo proyecto creativo:

1- la presentación del diseño general y proceso productivo (work in progress, diseño de producción, investigación) del mismo, que debe cumplir requisitos de formato a ampliar en clase;

2- y la entrega en formato digital del producto audiovisual terminado, el proyecto de adaptación a biopic o formato afín (con los requisitos que el equipo docente considere pertinentes para esa condición).

Ambas instancias son calificadas numéricamente y conllevan una devolución ampliada de los docentes a los estudiantes en el aula. Para alcanzar la nota definitiva de cursada, las calificaciones parciales se promedian teniendo en cuenta, a modo de calificación de carácter conceptual, la resultante del desempeño de competencias blandas y aspectos actitudinales de cada estudiante durante todo el período lectivo, como la empatía, la adaptación, la negociación, la asertividad, la capacidad de toma de decisiones y resolución de problemas.

9) Régimen de Promoción

Tal como lo establece el régimen vigente en la Universidad, la promoción de los estudiantes queda sujeta al cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Aprobación del 75% de asistencia a la cursada, de los parciales y sus correspondientes recuperatorios (conforme a lo expresado en el ítem *Evaluaciones*)
- La nota de los recuperatorios es excluyente. Quienes aprobaron las instancias con 7 (siete) o más puntos promoverán la materia sin examen final.
- Quienes aprobaron alguna/s de las instancias entre 4 (cuatro) y 6 (seis) rendirán examen final.
- En caso de que alguna de las instancias estuviera aplazada, el alumno deberá recurrar la materia.

- **MÓDULO RADIO I. Especialidad en Lenguaje Sonoro: Unísono Streaming**
 - 1) **Fundamentación:**

La especialización en Lenguaje Sonoro del Taller de Producción y Administración en Medios pone el foco en la construcción del discurso sonoro mediante la combinación de las técnicas radiofónicas de la radio tradicional y las tecnologías disponibles en el mercado. Las nuevas formas de narrar con lenguaje sonoro constituyen la base para que los estudiantes exploren y pongan en práctica los recursos y competencias adquiridos en los trayectos formativos previos a este taller.

Los cambios en las formas de consumo de productos radiofónicos alentaron la creación de un ecosistema de medios digitales (UNÍSONO) que centraliza y visibiliza las realizaciones de los estudiantes y fomentan la construcción de un discurso acorde a las narrativas que predominan en el campo laboral. El ecosistema es administrado por los estudiantes, bajo la supervisión del equipo docente, en diferentes etapas que se corresponden con cada secuencia didáctica.

En esta especialización se impulsa la creatividad y autogestión de los estudiantes al tiempo que se promueve el trabajo en equipo, fundamental para la construcción de las producciones periodísticas que se desarrollan. Cada uno de los productos que resultan del trabajo en el taller se nutre de tareas individuales, pero también requieren un alto grado de coordinación grupal para su publicación.

A lo largo del curso se profundiza la utilización de las herramientas que se desprenden del ecosistema de medios, en función de la complejidad de los productos sonoros y las competencias adquiridas previamente por los estudiantes. Cada clase se construye combinando elementos teóricos y prácticos en un intercambio activo que permite crear proyectos periodísticos acordes a los objetivos de la cátedra.

Unísono Streaming: Durante el primer cuatrimestre se propone un programa magazine que conserva características del lenguaje radiofónico e incorpora nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación de contenidos de valor producidos por los alumnos. Los y las estudiantes realizan una transmisión en vivo por streaming en el canal de YouTube de la cátedra, en el que exploran una hibridación entre el lenguaje radiofónico y el audiovisual.

Este producto permite a los estudiantes desarrollar la capacidad de autonomía en el proceso de producción, realización y postproducción, gestión de contenidos y puesta en el aire de material, que combina características audiovisuales y radiofónicas íntegramente realizadas por ellos. Además, se adquirieren competencias para gestionar un medio y comunicar una gran variedad de contenidos con recursos a su alcance.

2) Objetivos Estructurales

Al finalizar el estudiante estará en condiciones de:

Objetivo General:

- Diseñar, producir y distribuir productos periodísticos sonoros.
- Identificar y ejecutar las tareas correspondientes a cada uno de los roles que componen un equipo periodístico para la realización de productos con lenguaje sonoro.
- Desarrollar los conocimientos radiofónicos adquiridos en los niveles anteriores a este taller.
- Replicar las técnicas de producción y realización en el campo profesional para programas en vivo e investigaciones periodísticas.
- Identificar, proponer y fundamentar las técnicas de gestión de redes.

Objetivos Específicos:

- Analizar las fases de producción para la elaboración del producto.
- Considerar y operacionalizar el diseño y la realización del proyecto de un producto audiovisual con lenguaje radiofónico.
- Determinar a través de un casting de roles las distintas funciones que pueden ser realizadas en un magazine.
- Componer la identidad estética y artística del producto sonoro y audiovisual
- Operacionalizar la transformación de su proyecto radiofónico como producto semanal en vivo profesional.
- Operacionalizar los saberes específicos de las técnicas periodísticas en la puesta en el aire y la práctica profesional.
- Determinar y operacionalizar las publicaciones en redes asociadas a la difusión del producto.

3) Unidades Didácticas:

Unidad I

El magazine. Componentes. Roles: conducción, comentarista, columnistas, movileros, operación técnica, producción periodística. Fases de producción y realización.

Guión y hoja de ruta. Comentario periodístico radiofónico: técnicas para su elaboración.

Unidad II

Streaming. Elementos sonoros, gráficos y audiovisuales.

Unidad III

Branding aplicado a producciones con base en lenguaje sonoro.

4) Bibliografía General

Balsebre, Armand. El lenguaje radiofónico. Capítulo VII “El relato radiofónico” pp.: 141-149

Carrasana, Laura. El casting para radio. Ficha de cátedra. 2016

Cebrián Herreros, Mariano. Información radiofónica, mediación técnica, tratamiento y programación.

López Vigil, José Ignacio. Manual radialistas apasionados.

5) Cronograma de actividades

Clase N°	Tema
1	Presentación del módulo. Modalidad y acreditación de la cursada. Padlet y carga de archivos. Características de los programas en vivo. Primera reunión de producción.
2	Elementos técnicos para el streaming. Características. Conceptos. Formas de funcionamiento. El canal de youtube de la cátedra. Pautas de utilización y de estilo. Casting de roles.
3	Casting #2 por plataforma de streaming. Roles. Producción de contenidos.
4	Entrega de artística. PILOTO y últimas pruebas de aire.
5	Streaming #1. Preproducción. Estrategias de redes.
6	Streaming #2. Preproducción. Estrategias de redes.
7	Streaming #3. Preproducción. Estrategias de redes.
8	Streaming #4. Preproducción. Estrategias de redes.
9	Streaming #5. Preproducción. Estrategias de redes.
10	Streaming #6. Preproducción. Estrategias de redes.
11	Streaming #7. Preproducción. Estrategias de redes.
12	Streaming #8. Preproducción. Estrategias de redes.

13	Evaluación de los ciclos. Recuperatorios.
14	Entrega de notas.

6) Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

6.1. Previsiones metodológicas y pedagógicas

El diseño, planificación y estructura de la especialidad en Lenguaje Sonoro permite que los estudiantes elaboren productos radiofónicos, audiovisuales y sonoros con criterio periodístico y estético de manera colaborativa y progresiva a lo largo de la cursada. Además, serán capaces de difundir sus producciones a través de las distintas redes sociales mediante la aplicación de estrategias comunicativas acordes.

El abordaje de los contenidos se realiza con la modalidad de “taller”, en el que prima la experiencia práctica de los alumnos por sobre la carga teórica. Para ello se tiene en cuenta la suficiencia de la formación académica previa del estudiante en los talleres de radio anteriores a esta asignatura.

Durante todo el proceso de enseñanza y aprendizaje se combinan estrategias que permitan la construcción colectiva del conocimiento a través de ejercicios colaborativos y grupales. Además, se implementan pequeñas clases teóricas de tipo expositivas que dan paso a las actividades propuestas para cada encuentro.

En cuanto a los recursos didácticos, la emergencia sanitaria aceleró los procesos de virtualización de contenidos de manera exponencial transformándolos en una oportunidad única para innovar en herramientas tecnológicas, modelos pedagógicos y formas de distribuir el conocimiento.

La cátedra se nutre de otros recursos didácticos para el desarrollo de las clases:

- Presentaciones creativas con contenido infográfico, guías de lectura y/o pautas para cada ejercicio práctico.
- Fichas de cátedra con contenido teórico.
- Modelos sonoros que permitan el debate sobre los elementos del lenguaje y cómo se combinan para lograr cada objetivo.
- Exploración sincrónica de sitios web especializados y acordes a los contenidos para identificar modelos.
- Sitio web de la cátedra en el que se alojan ciclos de podcast de cursadas anteriores
- Manual de Software de edición de sonido (Audacity) y plataforma de streaming (StreamYard) La cátedra promueve el uso de software y plataformas de streaming libres y gratuitas.
- Ficha de cátedra con indicaciones para grabar sonido de calidad desde casa.

6.2. Actividades que se realizarán en las horas presenciales y en las virtuales⁶

En las 6 horas sincrónicas correspondientes a la cursada se utilizan las instalaciones del estudio/aula, perteneciente al Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales, para la preproducción y transmisión del streaming (UNÍSONO Streaming),

En este espacio, además, se produce el material periodístico que será parte del programa semanal, se debaten los temas, estilos y lineamientos artísticos de las piezas radiofónicas para cada emisión/episodio.

Los productos están íntegramente realizados por los alumnos del taller (producción, edición, equipo periodístico de aire, móviles en vivo, investigaciones y operación técnica).

Los momentos de asincronía están destinados a la creatividad, producción, investigación y redacción del guión de cada producto, ya que los estudiantes deben reunirse en grupos de trabajo para generar el contenido de manera colaborativa, poniendo en relieve el criterio periodístico y estético para la realización.

Por otro lado, los docentes (productores ejecutivos) acompañan presencialmente al equipo periodístico en el momento de la puesta en el aire, por lo que se realiza un doble seguimiento de la evolución de cada uno de los alumnos.

6.3. Articulación de actividades presenciales y virtuales⁷

No aplica.

6.4. Interacciones docentes-estudiantes, y estudiantes-estudiantes previstas

La especialización en Lenguaje Sonoro emula un equipo de producción periodística profesional, con las características, asignación de roles y tareas que deben cumplirse para cada producto. Los docentes, se constituyen como productores ejecutivos de todo el contenido que genera la cátedra por lo que la interacción entre docentes, estudiantes y pares es constante e ininterrumpida. Aún en los momentos de asincronía respecto de las horas de cursada, el trabajo continúa con orientaciones pedagógicas y de realización que permiten cumplir con los tiempos que requiere la puesta en el aire de los programas que se elaboran.

6.5. Mecanismos de seguimiento, supervisión y evaluación de las actividades

El proceso de enseñanza y aprendizaje de este taller requiere un seguimiento, supervisión y evaluación individual y grupal constante y progresivo.

Para ello, al inicio del cuatrimestre se realizan tareas de diagnóstico de las competencias disciplinares individuales que serán tenidas en consideración para ponderar el proceso de cada estudiante. Además, se identifican las competencias referidas al trabajo en equipo, cuyo proceso y evolución también formará parte de la calificación final.

⁶ Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, responder solamente las actividades presenciales.

⁷ Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, corresponde “No Aplica”.

Las evaluaciones se realizan de manera continua, con cada emisión/publicación de contenido. Al finalizar cada práctica preprofesional, el equipo docente realiza una devolución oral de las fortalezas y debilidades de cada integrante del programa en una puesta en común, en la que, además, todos los participantes pueden presentar sus propias vivencias, sugerencias y experiencias de manera ordenada y respetuosa. Así, se fomenta la construcción colectiva del conocimiento y la formación de criterios unificados de producción periodística.

7) Gestión de Cátedra

La asignatura anual se divide en dos instancias o sea 1a y 2a mitad. Se realizarán dos encuentros de cátedra (docentes a cargo: Lic. Laura Carrasana; Lic. Maximiliano Brandoli; Lic. Alejo Luna; Lic. Marina Delle Grazie; Lic. Carolina Yarusi). El primero antes de comenzar el cuatrimestre para revisar y actualizar contenidos, bibliografía y metodología de trabajo. El segundo al finalizar el cuatrimestre para evaluar la cursada y la producción comunicacional de los alumnos.

8) Evaluaciones

La calificación del primer cuatrimestre de la especialización en Lenguaje Sonoro se compone de dos notas parciales. Cada una de ellas está integrada por instancias de evaluación permanente, tanto en la producción de las piezas radiofónicas como en la puesta en el aire y desempeño durante la emisión. Se valora el compromiso y evolución de cada alumno en cuanto a la tarea que se le asigna para el programa y su vinculación con el conjunto de los integrantes del equipo periodístico.

9) Régimen de Promoción

La especialización en Lenguaje Sonoro se promociona habiendo obtenido una calificación superior o igual a 7 (siete) en cada una de las evaluaciones parciales en una escala del 0 al 10. También surgirá una nota promedio, de carácter conceptual, como resultado del conjunto de las producciones realizadas durante la cursada.

Los alumnos que obtengan un promedio inferior a 7 (siete) deberán rendir un examen final. Aquellos alumnos que obtengan una nota inferior a 4 (cuatro), en cualquiera de las evaluaciones parciales, sin recuperarlos, deberán recursar la materia. También, deberán recursar la materia aquellos alumnos que superen el límite de inasistencias permitido por la Secretaría Académica de la Universidad Nacional de La Matanza.

• MÓDULO RADIO II. Especialidad en Lenguaje Sonoro: Unísono Radio

1) Fundamentación:

La especialización en Lenguaje Sonoro del Taller de Producción y Administración en Medios pone el foco en la construcción del discurso sonoro mediante la combinación de las técnicas radiofónicas de la radio tradicional y las tecnologías disponibles en el mercado. Las nuevas

formas de narrar con lenguaje sonoro constituyen la base para que los estudiantes exploren y pongan en práctica los recursos y competencias adquiridos en los trayectos formativos previos a este taller.

Los cambios en las formas de consumo de productos radiofónicos alentaron la creación de un ecosistema de medios digitales (UNÍSONO) que centraliza y visibiliza las realizaciones de los estudiantes y fomentan la construcción de un discurso acorde a las narrativas que predominan en el campo laboral. El ecosistema es administrado por los estudiantes, bajo la supervisión del equipo docente, en diferentes etapas que se corresponden con cada secuencia didáctica.

En esta especialización se impulsa la creatividad y autogestión de los estudiantes al tiempo que se promueve el trabajo en equipo, fundamental para la construcción de las producciones periodísticas que se desarrollan. Cada uno de los productos que resultan del trabajo en el taller se nutre de tareas individuales, pero también requieren un alto grado de coordinación grupal para su publicación.

A lo largo del curso se profundiza la utilización de las herramientas que se desprenden el ecosistema de medios, en función de la complejidad de los productos sonoros y las competencias adquiridas previamente por los estudiantes. Cada clase se construye combinando elementos teóricos y prácticos en un intercambio activo que permite crear proyectos periodísticos acordes a los objetivos de la cátedra.

El Último Tren: Programa magazine semanal que se emite por antena en radio Universidad (FM 89.1). Está orientado a la consolidación de los conocimientos radiofónicos, la implementación efectiva de las técnicas de producción y realización y la articulación de las cátedras del taller con la emisora de la Universidad Nacional de La Matanza.

UNÍSONO Podcast: Se trata de un ciclo episódico de podcast producido, realizado y distribuido por los y las estudiantes de manera conjunta al equipo de docentes, a través de plataformas de sonido y la página web de la cátedra.

Cada producto busca una generar una experiencia interactiva con el oyente-usuario a través de la creatividad y el rigor periodístico. Cada equipo de trabajo elabora un proyecto que incorpora técnicas radiofónicas, de branding, de gestión de redes sociales y de trabajo colaborativo para lograr contenido seriado con coherencia estética y sonora.

Este modo de distribución de contenidos sonoros proporciona a los y las estudiantes la capacidad de realizar piezas sonoras adecuadas al mercado laboral.

2) Objetivos Estructurales

Al finalizar el estudiante estará en condiciones de:

Objetivo General:

- Diseñar, producir y distribuir productos periodísticos sonoros.
- Identificar y operacionalizar las tareas correspondientes a cada uno de los roles que componen un equipo periodístico para la realización de productos con lenguaje sonoro.
- Desarrollar los conocimientos radiofónicos adquiridos en los niveles anteriores a este

taller.

- Replicar las técnicas de producción y realización en el campo profesional para programas en vivo e investigaciones periodísticas.
- Desarrollar las técnicas de gestión de redes.
- Establecer la articulación pedagógica entre las cátedras del taller con la emisora de la Universidad Nacional de La Matanza, FM 89.1.

Objetivos Específicos:

- Analizar las fases de producción para la elaboración del producto.
- Definir y operacionalizar el proyecto de un magazine radial.
- Definir y operacionalizar un proyecto de ciclo episódico de podcast.
- Determinar a través de un casting de roles las distintas funciones que pueden ser realizadas en un magazine.
- Componer la identidad estética y artística del producto sonoro y audiovisual
- Determinar la concreción del proyecto radiofónico en un producto semanal en vivo y on demand.
- Operacionalizar todas las técnicas periodísticas para la puesta en el aire y práctica profesional.
- Organizar y operacionalizar la gestión y realización de publicaciones en redes asociadas a la difusión del producto.

3) Unidades Didácticas:

Unidad I

El magazine. Componentes. Roles: conducción, comentarista, columnistas, movileros, operación técnica, producción periodística. Fases de producción y realización.

Guión y hoja de ruta. Comentario periodístico radiofónico: técnicas para su elaboración.

Unidad II

Creación de proyecto de programa: estructura y desarrollo. Elementos a tener en cuenta para su presentación en una emisora: perfiles.

Unidad III

Características de los programas en vivo. Estilos y artística. Identidad de los programas radiofónicos. Definición de perfiles de oyentes según horario, intereses y emisora.

Unidad IV

Radio-arte aplicado a piezas periodísticas. Informe y documental presentados a través de voces, música y efectos de sonido como complemento de la narración.

Unidad V

Podcasting. Características. Formas de distribución. Identidad gráfica. Identidad sonora. Agregadores. Captura de sonido con calidad profesional. Edición y realización. Branding.

4) Bibliografía General

Balsebre, Armand. El lenguaje radiofónico. Capítulo VII "El relato radiofónico" pp.: 141-149

Carrasana, Laura. El casting para radio. Ficha de cátedra. 2016

Cebrián Herreros, Mariano. Información radiofónica, mediación técnica, tratamiento y programación.

López Vigil, José Ignacio. Manual radialistas apasionados.

5) Cronograma de actividades

Clase N°	Tema
1	Presentación del módulo. Modalidad y acreditación de la cursada. Utilización de Padlet y carga de archivos. Características de los programas en vivo. Producción. Relevamiento de roles y organización de equipos.
2	Casting #1- Preproducción de contenidos.
3	Preproducción EUT: el piloto. La emisión: Salir al aire en FM 89.1, Radio Universidad.
4	Preproducción EUT. UNÍSONO Podcast.
5	Branding. Preproducción EUT
6	Preproducción EUT. Manual UNLaM podcast / plan comunicacional / pilotos.
7	Preproducción EUT. Identidad gráfica UNÍSONO Podcast. El plan comunicacional.
8	Preproducción EUT. UNÍSONO Podcast: la sinopsis. La identidad gráfica
9	Preproducción EUT. Grabación de Episodio#1
10	Preproducción EUT. Entrega y escucha episodio #1
11	Preproducción EUT. Grabación Episodio#2
12	Preproducción EUT. Grabación Episodio#3
13	Preproducción EUT. Grabación Episodio#4.

14	Preproducción EUT. Grabación Episodio#5
15	Preproducción EUT. Evaluación de los ciclos. Recuperatorios.
16	Preproducción EUT. Entrega de notas

6) Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

6.1. Previsiones metodológicas y pedagógicas

El diseño, planificación y estructura de la especialidad en Lenguaje Sonoro permite que los estudiantes elaboren productos radiofónicos, audiovisuales y sonoros con criterio periodístico y estético de manera colaborativa y progresiva a lo largo de la cursada. Además, serán capaces de difundir sus producciones a través de las distintas redes sociales mediante la aplicación de estrategias comunicativas acordes.

El abordaje de los contenidos se realiza con la modalidad de “taller”, en el que prima la experiencia práctica de los alumnos por sobre la carga teórica. Para ello se tiene en cuenta la suficiencia de la formación académica previa del estudiante en los talleres de radio anteriores a esta asignatura.

Durante todo el proceso de enseñanza y aprendizaje se combinan estrategias que permitan la construcción colectiva del conocimiento a través de ejercicios colaborativos y grupales. Además, se implementan pequeñas clases teóricas de tipo expositivas que dan paso a las actividades propuestas para cada encuentro.

En cuanto a los recursos didácticos, la emergencia sanitaria aceleró los procesos de virtualización de contenidos de manera exponencial transformándolos en una oportunidad única para innovar en herramientas tecnológicas, modelos pedagógicos y formas de distribuir el conocimiento.

Como innovación pedagógica los docentes de la cátedra elaboraron MetaPodcast, un proyecto educativo de la Especialización en Lenguaje Sonoro del Taller de Producción y Administración en Medios de la Universidad Nacional de La Matanza, que combina tecnología, contenido y herramientas didácticas y se constituye con Recurso Educativo Abierto, disponible en la web para ser compartido y utilizado a nivel global. Los podcasts educativos como MetaPodcast alientan a los estudiantes a generar nuevas narrativas, enriquecen el proceso de enseñanza y aprendizaje y fomentan el trabajo colaborativo.

El ciclo aborda los contenidos de la Unidad Didáctica N°5 del programa de la Especialización en Lenguaje Sonoro del Taller de Producción y Administración en Medios de la Universidad Nacional de La Matanza. Se compone de 4 episodios agregados en Spotify: cada uno de los episodios persigue un objetivo específico (unidad didáctica) y un objetivo general (secuencia

didáctica). La disponibilidad del ciclo completo permite a los estudiantes gestionar sus tiempos de escucha.

La cátedra se nutre de otros recursos didácticos para el desarrollo de las clases:

- Presentaciones creativas con contenido infográfico, guías de lectura y/o pautas para cada ejercicio práctico.
- Fichas de cátedra con contenido teórico.
- Modelos sonoros que permitan el debate sobre los elementos del lenguaje y cómo se combinan para lograr cada objetivo.
- Exploración sincrónica de sitios web especializados y acordes a los contenidos para identificar modelos.
- Sitio web de la cátedra en el que se alojan ciclos de podcast de cursadas anteriores
- Manual de Software de edición de sonido (Audacity) y plataforma de streaming (streamyard) La cátedra promueve el uso de software y plataformas de streaming libres y gratuitas.
- Ficha de cátedra con indicaciones para grabar sonido de calidad desde casa.
- Sitios web y blog de podcasteros argentinos

6.2. Actividades que se realizarán en las horas presenciales y en las virtuales⁸

En las 6 horas sincrónicas correspondientes a la cursada se utilizan las instalaciones del estudio/aula, perteneciente al Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales, para la preproducción del programa de radio “El último tren” y grabación de los ciclos de “UNÍSONO Podcast”.

En este espacio, además, se produce el material periodístico que será parte del programa semanal, se debaten los temas, estilos y lineamientos artísticos de las piezas radiofónicas para cada emisión/episodio.

Los productos están íntegramente realizados por los alumnos del taller (producción, edición, equipo periodístico de aire, móviles en vivo, investigaciones y operación técnica).

Los momentos de asincronía están destinados a la creatividad, producción, investigación y redacción del guión de cada producto, ya que los estudiantes deben reunirse en grupos de trabajo para generar el contenido de manera colaborativa, poniendo en relieve el criterio periodístico y estético para la realización.

Por otro lado, los docentes (productores ejecutivos) acompañan presencialmente al equipo periodístico en el momento de la puesta en el aire, por lo que se realiza un doble seguimiento de la evolución de cada uno de los alumnos.

Por otro lado, los docentes (productores ejecutivos) acompañan presencialmente al equipo periodístico en el momento de la puesta en el aire (sábados y domingos), por lo que se realiza un doble seguimiento de la evolución de cada uno de los alumnos.

⁸ Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, responder solamente las actividades presenciales.

6.3. Articulación de actividades presenciales y virtuales⁹

No aplica

6.4. Interacciones docentes-estudiantes, y estudiantes-estudiantes previstas

La especialización en Lenguaje Sonoro emula un equipo de producción periodística profesional, con las características, asignación de roles y tareas que deben cumplirse para cada producto. Los docentes, se constituyen como productores ejecutivos de todo el contenido que genera la cátedra por lo que la interacción entre docentes, estudiantes y pares es constante e ininterrumpida. Aún en los momentos de asincronía respecto de las horas de cursada, el trabajo continúa con orientaciones pedagógicas y de realización que permiten cumplir con los tiempos que requiere la puesta en el aire de los programas que se elaboran.

6.5. Mecanismos de seguimiento, supervisión y evaluación de las actividades

El proceso de enseñanza y aprendizaje de este taller requiere un seguimiento, supervisión y evaluación individual y grupal constante y progresivo.

Para ello, al inicio del cuatrimestre se realizan tareas de diagnóstico de las competencias disciplinares individuales que serán tenidas en consideración para ponderar el proceso de cada estudiante. Además, se identifican las competencias referidas al trabajo en equipo, cuyo proceso y evolución también formará parte de la calificación final.

Las evaluaciones se realizan de manera continua, con cada emisión/publicación de contenido. Al finalizar cada práctica preprofesional, el equipo docente realiza una devolución oral de las fortalezas y debilidades de cada integrante del programa en una puesta en común, en la que, además, todos los participantes pueden presentar sus propias vivencias, sugerencias y experiencias de manera ordenada y respetuosa. Así, se fomenta la construcción colectiva del conocimiento y la formación de criterios unificados de producción periodística.

7) Gestión de Cátedra

La asignatura anual se divide en dos instancias o sea 1a y 2a mitad .Se realizarán dos encuentros de cátedra (docentes a cargo: Lic. Laura Carrasana; Lic. Maximiliano Brandoli; Lic. Alejo Luna; Lic. Marina Delle Grazie; Lic. Carolina Yarusi). El primero antes de comenzar el cuatrimestre para revisar y actualizar contenidos, bibliografía y metodología de trabajo. El segundo al finalizar el cuatrimestre para evaluar la cursada y la producción comunicacional de los alumnos.

8) Evaluaciones

La calificación del segundo cuatrimestre de la especialización en Lenguaje Sonoro se compone

⁹ Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, corresponde “No Aplica”.

de dos notas parciales. Cada una de ellas está integrada por instancias de evaluación permanente, tanto en la producción de las piezas radiofónicas como en la puesta en el aire y desempeño durante la emisión. Se valora el compromiso y evolución de cada alumno en cuanto a la tarea que se le asigna para el programa y su vinculación con el conjunto de los integrantes del equipo periodístico.

9) Régimen de Promoción

La especialización en Lenguaje Sonoro se promociona habiendo obtenido una calificación superior o igual a 7 (siete) en cada una de las evaluaciones parciales en una escala del 0 al 10. También surgirá una nota promedio, de carácter conceptual, como resultado del conjunto de las producciones realizadas durante la cursada.

Los alumnos que obtengan un promedio inferior a 7 (siete) deberán rendir un examen final. Aquellos alumnos que obtengan una nota inferior a 4 (cuatro), en cualquiera de las evaluaciones parciales, sin recuperarlos, deberán recursar la materia. También, deberán recursar la materia aquellos alumnos que superen el límite de inasistencias permitido por la Secretaría Académica de la Universidad Nacional de La Matanza.

• MÓDULO GRÁFICA I. Especialidad en Periodismo Narrativo

1) Fundamentación:

Frente a una nueva encrucijada de profundas transformaciones culturales y cambios de paradigma en la comunicación, el periodismo narrativo y la crónica en particular se instalan como renovadas formas de narrar lo cotidiano apartándose de la crónica periodística clásica.

Como decía Carlos Monsivais sobre este género, “el empeño formal domina sobre las urgencias informativas” e imperan otras reglas y restricciones.

Lo que se pretende, entonces, es que los alumnos dominen la crónica de largo aliento, aquella -que, sustentada en una exhaustiva investigación de campo-, utiliza estrategias narrativas de la ficción y busca conmover al lector o sacarlo del lugar cómodo que le propone el periodismo clásico, atado a la hora de cierre.

Es bien sabido que el buen periodismo también puede convertirse en literatura y, en especial, el periodismo narrativo. La especialización en Periodismo Narrativo tiene como fin brindar a los alumnos textos teóricos y de ficción narrativa, además de una serie de consignas de escritura creativa para acercarse a ese objetivo.

Periodismo de investigación y Literatura se combinan en este taller para escribir crónicas con una perspectiva social y una mirada personal sobre la realidad territorial del Partido de la Matanza y el Conurbano. En este sentido, el taller plantea la necesidad de que los alumnos puedan identificar temas locales y regionales cerca de su entorno, aptos para ser abordados desde el formato de crónica narrativa, a fin de facilitarles las tareas de campo por la proximidad con el territorio y evitar propuestas de difícil concreción .

Se valorará la originalidad de los temas sobre sucesos fenómenos, tendencias, personajes, lugares y/o problemáticas que refieran a un presente o situación histórica pero que tenga repercusión actual, en el marco de propuestas macrotemáticas como, por ejemplo, lo público, lo trans, el ecocidio, la producción, la soberanía, la identidad, la salud, entre otras.

Al finalizar la cursada, los alumnos realizarán la producción integral de la revista narrativa de crónicas Unisapiens, en soporte papel y digital, donde se alojará una selección de crónicas elaboradas durante el cuatrimestre.

2) Objetivos Estructurales

Al finalizar el estudiante estará en condiciones de:

Objetivo General:

- Desarrollar los conocimientos vinculados a la redacción en los diferentes formatos adquiridos en los niveles anteriores a este taller
- Identificar, considerar y producir nuevos formatos a partir de los aportes estilísticos de la literatura para integrarlos a la no ficción.
- Desarrollar la profundización de la investigación periodística.
- Identificar, considerar y producir contenidos vinculados al diseño editorial.

Objetivos Específicos:

- Identificar dónde se puede encontrar una buena historia y cómo contarla.
- Advertir que cada historia puede relatarse desde un punto de vista diferente y ser consciente y transparente a la hora de esta elección.
- Identificar, analizar y operacionalizar nuevas estrategias narrativas como la construcción de escenas, los diálogos en lugar de las citas, y la detallada descripción de personajes, situaciones y ambientes.
- Considerar la importancia de una estructura narrativa como columna vertebral que permitirá ordenar el relato y establecer el orden de las escenas.
- Identificar, analizar y operacionalizar recursos de ficción (metáforas, anáforas, elipsis, comparaciones), pero como una herramienta fundamental del periodismo.
- Considerar la importancia de afianzar las técnicas de investigación periodística desde el trabajo de inmersión en el campo.
- Considerar como práctica ineludible a su experticia el cotejo de la información en documentos y fuentes testimoniales y volver una y otra vez al campo para registrar meticulosamente hasta el menor detalle revelador.

3) Unidades Didácticas:

Unidad I

Conceptos generales del Periodismo de Investigación. Origen y evolución. Métodos y técnicas de investigación periodística. Una aproximación al periodismo de datos. Los pasos del proceso

de investigación periodística. Búsqueda de temas de investigación. Sumarios. La técnica del informe.

Unidad II

Crónica latinoamericana. Antecedentes e influencias. Literatura y Periodismo. Préstamos mutuos e intercambios. Características del llamado "periodismo narrativo". Principales referentes.

Valoración de una historia. Proceso de escritura. Tipos de estructura. Tema y Trama. Definición de personajes. Punto de vista. Las tres entidades del texto (narrador, protagonista y focalizador).

Unidad III

Diálogos: su funcionalidad. La construcción de perfiles. La técnica retratista de Walsh. Otros recursos narrativos: ambientaciones, descripciones, construcción de escenas, símbolos, cuadros. El uso de la metáfora y el humor en el periodismo. Tiempo narrativo y estrategias temporales (dilatación, supresión, analepsis y prolepsis)

Unidad IV. Unidad de Diseño

La tipografía. Su morfología. Color, percepciones y medidas tipográficas. Semantización tipográfica. Teoría de la Gestalt. Propiedades. El afiche: nacimiento del afiche y evolución histórica. La función comunicacional del afiche o poster. Su estructura y morfología.

Diseño Editorial. El papel. Mancha tipográfica. Márgenes. Retícula tipográfica según Müller Brockman. Foliación. Relación foto - texto. Relación título - foto.

4) Bibliografía General

Arlt, R. (1973). Aguafuertes porteñas, Buenos Aires, Losada.

Callegaro, A. y Lago, M. C. (2012). Crónica latinoamericana: cruce entre literatura, periodismo y análisis social. Madrid: Editorial Académica Española.

Caparrós, M. (2007). Prólogo a La Argentina crónica. Historias reales de un país al límite. Buenos Aires: Planeta.

Capote, T. (1966). A sangre fría. Buenos Aires: Sudamericana.

Contursi, M.E. y Ferro, F. (2000) La Narración. Usos y teorías. Ed. Norma. Buenos Aires

Chiappe, D. (2011) Tan real como la ficción. Herramientas narrativas en periodismo. Madrid: Editorial Laertes.

Chillón, A. (1999). Literatura y periodismo. Una tradición de relaciones promiscuas. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona

Crucianelli, S. (2009) Herramientas digitales para periodistas, Texas. Centro Knight. <https://journalismcourses.org/es/ebook/herramientas-digitales-para-periodistas/>

Di Domenica, S. (2013) Periodistas que preguntan por qué. Relatos y entrevistas sobre periodismo de investigación. Biblos. Buenos Aires

Flaubert, G. (2007) Madame Bovary. Espasa-Calpe.

Fontana, R. Pensamiento tipográfico. Editorial Communication Arts

Diseño de libro en su interior: tamaño, márgenes, mancha tipográfica, tipografía, etc.

Ford, A. (1985). "Literatura, crónica y periodismo". En Ford, Aníbal, Rivera, Jorge B. y Romano, Eduardo. Medios de comunicación y cultura popular. Buenos Aires: Legasa

Frascara, J. (2006). Diseño gráfico y comunicación. Editorial Infinito.

García Marquez. G. (1970) Relato de un naufrago. Tusquets (Barcelona).

Gonzalez, a. (1983). La crónica modernista hispanoamericana. Madrid: Porrúa Turanzas.

Grupo federal de investigación en Argentina. Chicas Poderosas
<https://www.chicaspoderosas.org/programas/chicas-poderosas-argentina-publica-la-investigacion-federal-territorios-y-resistencias/>
<https://territoriosyresistencias.com/historias/rosario.html>

Guerriero, L. (2009) Frutos Extraños, Alfaguara.

Guerriero, L. (2014). Zona de obras, Buenos Aires, Anagrama.

Hunter, M. L. (2011) La Investigación a partir de historias: manual para periodistas de investigación. Unesco.

Hersey, J. (1945). Hiroshima. Turner

Jaramillo Agudelo, D. (2013) Antología de la Crónica actual. Alfaguara.

Jute, A. (1997) La estructura del diseño gráfico.

Malharro, M. y López Gisberts, D. (1999). El periodismo de denuncia y de investigación en Argentina. De La Gazeta a Operación masacre (1810-1957). La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata.

Martinez, T.E. (1997). Periodismo y narración: desafíos para el siglo XX, conferencia en la asamblea de la SIP, 26 de octubre de 1997, Guadalajara. Publicada por fundación para un nuevo periodismo Iberoamericano, Cartagena, 1997.
<http://www.fnpi.org/biblioteca/textos/biblioteca-tomas.htm>

Monsivais, Marti, Poniatowska, et. Al (1998). Literatura y periodismo (antologador y crítico: Alejandro Safi). Buenos Aires: Cántaro.

Montes, A. (2009) "Esto no es una pipa: la crónica urbana y el problema del género". ACTAS del VII Congreso Internacional Orbis Tertius de Teoría y Crítica Literaria. En <http://viicitclot.fahce.unlp.edu.ar/Members/spastormerlo/actas-del-vii-congreso-internacional-orbis-tertius-1/ponencias/Montes.pdf>

Muller Brockman, J.(1982) Sistemas de retículas. Editorial Gustavo Gilli, S. A., Barcelona.

Muñiz, E. (2019). Historia de una investigación. Planeta. Buenos Aires.

Panel internacional de periodismo de investigación, Universidad de Guadalajara, (2021)
<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=TAJtVROx4ZM>

Periodismo Narrativo en América Latina. Crónicas seleccionadas en <https://cronicasperiodisticas.wordpress.com/>

Piglia. R. (2016) Las tres vanguardias. Saer, Puig y Walsh. Buenos Aires. Eterna Cadencia.

Piglia, R. (2014) Crítica y ficción. Buenos Aires. Debolsillo.

- Rama, A. (1970). Rubén Darío y el Modernismo: circunstancias socio-económicas de un arte americano. Caracas: Ediciones de la Universidad Central de Venezuela.
- Rotker, S. (2005). La Invención de la crónica. México: Fondo de Cultura Económica.
- Saítta, S. (1993) Prólogo en Arlt, Roberto, Aguafuertes porteñas: Buenos Aires, vida cotidiana. Buenos Aires: Alianza.
- Santoro, D. (2014) Técnicas de investigación, métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina, México, Fondo de Cultura Económica. Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.
- Simms, N. (1966). Los periodistas literarios o el arte del reportaje personal. Bogotá: El Áncora Editores.
- Villoro, J. (2010)“La crónica: disección de un ornitorrinco”. Sala de Prensa, Año XI, Vol.6, 129.En: <http://www.saladeprensa.org/art1040.htm>
- Viñas, D. (1996). Rodolfo Walsh: El ajedrez y la guerra. Literatura argentina y política II. Buenos Aires: Sudamericana.
- Walsh, R. (1957) Operación Masacre. Buenos Aires: Ed. De la Flor.
-(1986). Obra Literaria Completa. México: Editorial Siglo XXI.
- Wolfe, T. (2012) El Nuevo Periodismo, Anagrama.

5) Cronograma de actividades

Clase N°	Tema
1	Presentación de la materia y del equipo docente. Introducción al Periodismo de Investigación.
2	Introducción a la crónica latinoamericana.
3	Valoración de la historia. Definición de personajes. Punto de vista. Las tres entidades del texto.
4	Recursos narrativos.
5	Clase Perfil. Técnica retratista en Walsh (Operación Masacre)
6	Diálogos y escenas. Descripciones y ambientaciones.
7	Estructuras (fragmentada, circular, novela negra, del héroe clásico, viajes). Clase compartida con Diseño.
8	Corrección primer avance de crónicas
9	Clase de Diseño

10	Clase Diseño compartida y corrección segunda entrega de crónica narrativa
11	Clase de Diseño y corrección entregas demoradas
12	Clase Diseño. Corrección de entregas finales.
13	Diseño de las crónicas de los alumnos. Diseño de tapas <i>Unisapiens</i> .
14	Cierre de notas y entrega de revista. Recuperatorios.

6) Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

6.1. Previsiones metodológicas y pedagógicas

El diseño, planificación y estructuración de la especialidad en Periodismo Narrativo permite que los estudiantes produzcan al término de la cursada un nuevo número de la revista narrativa Unisapiens, que ya lleva 23 años de publicación ininterrumpida, en formato papel y en los últimos años digital, con criterio periodístico y estético de manera colaborativa y progresiva, además de ser capaces de difundir su contenido a través de las distintas redes sociales.

El abordaje de los contenidos se realiza bajo la modalidad de “taller”, en el que prima la experiencia práctica de los alumnos por sobre la carga teórica. Para ello se tienen en cuenta los conocimientos adquiridos en otros talleres de gráfica y se fortalecen en esta cursada todos los aspectos vinculados a tres grandes bloques: la investigación periodística, la incorporación de recursos literarios en la redacción - característica del periodismo narrativo- y el diseño.

Durante todo el proceso de enseñanza y aprendizaje se combinan estrategias que permiten la construcción colectiva del conocimiento a través de ejercicios individuales y otros colaborativos y grupales. Además, se implementan pequeñas clases teóricas de tipo expositivas que abren las actividades propuestas para cada encuentro.

En cuanto a los recursos didácticos, la emergencia sanitaria aceleró los procesos de virtualización de contenidos de manera exponencial transformándolos en una oportunidad única para innovar en herramientas tecnológicas, modelos pedagógicos y formas de distribuir el conocimiento. La tecnología jugó un papel preponderante en este esquema. Por tal motivo, el taller mantiene el uso de la plataforma Miel como canal de comunicación a través de la mensajería, de envío y corrección de las ejercitaciones prácticas, y como espacio de acceso a materiales didácticos de manera controlada.

6.2. Actividades que se realizarán en las horas presenciales y en las virtuales¹⁰

¹⁰ Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, responder solamente las actividades presenciales.

En las 6 horas sincrónicas correspondientes a la cursada se utilizan las instalaciones de los laboratorios de informática donde se trabaja simulando una redacción de una revista.

Allí se realizan las clases teóricas pero también se da paso a las reuniones de edición donde se proponen las notas, se discuten los enfoques, se evalúan las mejores fuentes posibles como en la redacción de una revista del género narrativo.

Los momentos de asincronía están destinados a la creatividad, producción, investigación y redacción de las notas, ya que se requiere mayor disposición de tiempo por la inmersión y el profundo trabajo de campo con visitas a distintos lugares a la caza de historias y el encuentro de personajes que puedan ayudar a vertebrar esas historias.

6.3. Articulación de actividades presenciales y virtuales¹¹

No aplica

6.4. Interacciones docentes-estudiantes, y estudiantes-estudiantes previstas

La especialización en Periodismo Narrativo emula un equipo de producción periodística profesional, que publica una revista narrativa como Unisapiens, reconocida y afianzada en el ambiente de las revistas narrativas universitarias porque algunas de sus notas han sido premiadas en distintos concursos del género.

Aún en los momentos de asincronía respecto de las horas de cursada, el trabajo continúa con orientaciones pedagógicas que facilitan el avance de las notas y permiten cumplir con los tiempos de redacción y diseño del producto periodístico.

6.5. Mecanismos de seguimiento, supervisión y evaluación de las actividades

El proceso de enseñanza y aprendizaje de este taller requiere un seguimiento, supervisión y evaluación más individual que grupal por la naturaleza de la actividad que es la redacción con un enfoque personal de las notas.

Para ello, al inicio del cuatrimestre se realizan tareas de diagnóstico de las competencias disciplinares individuales que serán tenidas en consideración para ponderar el proceso de cada estudiante.

Las evaluaciones se realizan de manera continua, con los avances de las investigaciones y el proceso de reescritura, corrección y edición permanente, hasta lograr la calidad requerida de cada crónica narrativa.

Y este proceso de edición individual se comparte con el grupo para fomentar la construcción colectiva del conocimiento y la formación de criterios unificados de producción periodística.

7) Gestión de Cátedra

¹¹ Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, corresponde “No Aplica”.

La asignatura anual se divide en dos instancias o sea 1a y 2a mitad. Los docentes (Mg. María Cristina Lago, Lic. Laura Carlucci, Lic. Leandro Lacoa y Lic. Eugenia Herrero) realizarán dos encuentros de cátedra: uno antes del inicio del curso para discutir propuestas didácticas y actualizar contenidos y bibliografía; la otra reunión será al finalizar el año para evaluar la cursada y la producción de contenidos de los alumnos.

8) Evaluaciones

Por su carácter anual, la especialización en Gráfica de Periodismo Narrativo que se dicta en el primer cuatrimestre se compone de dos notas parciales que se corresponden con la finalización del cuatrimestre, además de instancias de evaluación permanente, en la realización de los ejercicios y el avance de las crónicas y coberturas encargadas. Se valorará el compromiso y evolución de cada alumno ante la progresión de las actividades, consignas y ejercicios, así como la disposición para proponer sumarios de temas y enfoques novedosos.

9) Régimen de Promoción

El módulo de gráfica se promociona habiendo obtenido una calificación superior o igual a 7 (siete) como nota en cada una de las evaluaciones parciales o coberturas encargadas en una escala del 0 al 10. También surgirá una nota promedio, de carácter conceptual, como resultado del conjunto de las producciones realizadas durante la cursada.

Los alumnos que obtengan un promedio inferior a 7 (siete) deberán rendir un examen final. Aquellos alumnos que obtengan una nota inferior a 4 (cuatro), en cualquiera de las evaluaciones parciales, sin recuperarlos, deberán recursar la materia. También, deberán recursar la materia aquellos alumnos que superen el límite de inasistencias permitido por la Secretaría Académica de la Universidad.

● MÓDULO GRÁFICA II. Incubadora de Proyectos Comunicaciones Digitales

1) Fundamentación:

La propuesta cuatrimestral se basará en el desarrollo de un espacio innovador de carácter teórico-práctico denominado incubadora de proyectos comunicacionales digitales. En el contexto laboral actual resulta fundamental que los y las estudiantes de comunicación social cuenten con tiempo para la creación y gestión de proyectos. Además, esta realidad exige profesionales de la comunicación que no solo comprendan los principios fundamentales del diseño de mensajes y la narrativa mediática, sino que también estén familiarizados con las herramientas tecnológicas y las estrategias necesarias para destacarse en el entorno digital. En este sentido, los y las estudiantes no sólo adquirirán conocimientos teóricos, sino que también se sumergirán en la experiencia práctica de pensar y concretar sus propias ideas.

En el ámbito empresarial, las incubadoras funcionan como un espacio diseñado para apoyar el desarrollo y crecimiento de nuevos emprendimientos. De esta manera, se ofrecen una combinación de recursos, servicios y asesoramiento para ayudar a los emprendedores a

superar los desafíos iniciales y sentar las bases para un negocio exitoso.

No obstante, la búsqueda de este espacio se aleja del sesgo lucrativo para orientarse a cualquier tipo de proyecto comunicacional o mediático que tenga objetivos sociales, culturales, políticos o económicos. Entonces, los alumnos avanzados de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social podrían planificar y diseñar proyectos con la orientación de los y las docentes.

Entre los posibles proyectos se encuentran medios de comunicación alternativos o comunitarios y perfiles de redes sociales culturales o artísticos, entre otros.

Asimismo, una de las principales motivaciones para establecer una incubadora de proyectos comunicacionales es el fomento de la diversidad y la inclusión en los medios. En un mundo donde las narrativas dominantes suelen dejar de lado las voces minoritarias, esta incubadora se convierte en un espacio para que puedan florecer diferentes perspectivas culturales, étnicas, de género y socioeconómicas.

Los medios de comunicación tienen un poder transformador en la sociedad al influir en las opiniones, actitudes y comportamientos. Una incubadora de proyectos comunicacionales podría ser el catalizador para iniciativas que buscan abordar los nuevos problemas sociales y políticos. En un mundo cada vez más interconectado, los ciudadanos tienen la capacidad de ser creadores de contenido y no sólo consumidores pasivos, es decir, prosumidores. Una incubadora de proyectos comunicacionales no solo ofrecería el apoyo inicial, sino que también brindaría orientación en términos de modelos de negocio, estrategias de financiamiento y sostenibilidad a largo plazo.

Además, promovería las alianzas estratégicas con organizaciones gubernamentales, ONG, instituciones educativas, medios de comunicación establecidos y otras entidades relevantes. Estas colaboraciones permitirían un intercambio de conocimientos, recursos y oportunidades de difusión que potencian el impacto de los proyectos incubados.

En conclusión, una incubadora de proyectos comunicacionales no solo sería un espacio para el desarrollo de ideas creativas, sino también brindaría apoyo, recursos y orientación más allá de los fines de lucro. Así, la incubadora podría ser un actor clave en la construcción de un ecosistema mediático más inclusivo, informado y transformador.

2) Objetivos Estructurales

Al finalizar el estudiante estará en condiciones de:

Objetivo General:

-Crear proyectos comunicacionales donde se pongan en juego habilidades técnicas y conocimientos necesarios para diseñar, planificar, evaluar y difundir iniciativas significativas en el ámbito de la comunicación.

Objetivos Específicos:

-Identificar e interpretar el espacio de aprendizaje como lugar de exploración y experimentación donde puedan desarrollar ideas originales y creativas para proyectos comunicacionales

digitales.

-Identificar e interpretar el valor de la colaboración con otros estudiantes, mentores y profesionales del campo de la comunicación para enriquecer el proceso de creación y aprendizaje.

-Considerar la importancia de las problemáticas sociales, políticas o culturales relevantes para su comunidad o entorno, en el desarrollo de proyectos comunicacionales creativos.

-Advertir e interpretar los desafíos del mercado laboral en el campo de la comunicación digital, a través de conocimientos prácticos y experiencias relevantes.

-Considerar la relevancia de sus perfiles profesionales emprendedores capaces de orientar sus acciones a la creación y gestión de proyectos propios con impacto social, cultural o político.

3) Unidades Didácticas:

Unidad I: Innovación y tecnología en los medios digitales

-Tendencias y nuevas tecnologías en Comunicación Digital: Exploración de las últimas tendencias en redes sociales, plataformas de streaming, realidad virtual. Posibilidades de integrar estas tecnologías en proyectos comunicacionales para mejorar el impacto y la experiencia del usuario.

-Data Storytelling y visualización de datos: Uso de datos y estadísticas para crear historias de interés. Herramientas y técnicas de visualización de datos para comunicar información compleja de manera efectiva.

-Gestión de comunidades y engagement: Estrategias para construir y mantener una comunidad comprometida en entornos digitales. Tácticas para fomentar la interacción y participación del público en proyectos comunicacionales.

-Proyectos de laboratorio y experimentación: Desarrollo de proyectos piloto y experimentales que aprovechen las nuevas tecnologías y enfoques innovadores. Testeo de ideas y conceptos en entornos controlados para evaluar su viabilidad y potencial de escalabilidad.

Unidad II: Transmedia

-Introducción a la narrativa transmedia: Definición y características de la narrativa transmedia en proyectos comunicacionales. Ejemplos de proyectos exitosos que utilizan esta técnica para contar historias multidimensionales.

-Creación de universos narrativos: Desarrollo de mundos ficticios o temáticos que se extienden a través de múltiples plataformas digitales. Estrategias para involucrar a la audiencia en la exploración y expansión de estos universos.

-Engagement y participación del público: Métodos para incentivar la interacción del público a través de desafíos, concursos, eventos en vivo, entre otros. Herramientas digitales para medir el nivel de engagement y ajustar estrategias en consecuencia.

-Transmedia Storytelling en acción: Diseño y planificación de una campaña transmedia para un proyecto comunicacional específico. Implementación de elementos narrativos en diferentes plataformas y medios digitales para crear una experiencia inmersiva.

Unidad III: Innovación y experimentación. RR. SS. y plataformas emergentes

-Redes sociales emergentes y tendencias digitales: Exploración de nuevas plataformas y tendencias en redes sociales como Tik Tok. Identificación de oportunidades y desafíos al integrar estas plataformas en estrategias comunicacionales.

-Campañas innovadoras en RR. SS.: Análisis de campañas creativas y exitosas en redes sociales, desde desafíos virales hasta eventos en vivo. Estrategias para generar interacción, compartir contenido y aumentar el alcance orgánico.

-Experiencias inmersivas y Realidad Extendida (XR): Introducción a la realidad virtual (VR), realidad aumentada (AR) y realidad mixta (MR) como herramientas comunicativas. Creación de experiencias inmersivas y narrativas interactivas para plataformas XR.

-Innovación en contenidos y formatos digitales: Exploración de formatos de contenido emergentes como podcasts, series web interactivas, experiencias 360°. Desarrollo de estrategias para adaptar y diversificar el contenido según las preferencias y hábitos de consumo del público actual.

Unidad IV: Emprendimiento y Sostenibilidad

-Conceptos básicos de emprendimiento social y cultural: Definición de emprendimiento social y cultural y su importancia en la innovación comunicacional. Identificación de oportunidades de emprendimiento en el campo de la comunicación digital.

-Modelos de negocio sostenibles: Estudio de casos de proyectos comunicacionales exitosos con enfoque social, político o cultural. Desarrollo de modelos de negocio que combinen la rentabilidad con el impacto positivo en la sociedad.

-Financiamiento y gestión de proyectos: Fuentes de financiamiento para proyectos comunicacionales, como crowdfunding, subvenciones y patrocinios. Herramientas y técnicas de gestión de proyectos para asegurar la viabilidad y sostenibilidad.

-Pitching y presentación de proyectos: Preparación y presentación efectiva de proyectos comunicacionales a potenciales financiadores o socios. Desarrollo de habilidades de comunicación para transmitir la visión y el impacto de un proyecto.

Unidad V: Gestión de comunidades online y moderación de contenidos

-Creación y gestión de comunidades digitales: Estrategias para construir y fomentar comunidades en línea alrededor de un proyecto comunicacional. Herramientas y técnicas para aumentar la participación, moderar discusiones y resolver conflictos en línea.

-Principios de moderación de contenidos: Rol del moderador en la gestión de contenidos y comentarios en plataformas digitales. Políticas de moderación, criterios de censura y protección contra el discurso de odio y la desinformación.

-Fomento de la participación y colaboración: Estrategias para incentivar la colaboración entre miembros de la comunidad en la creación de contenido. Creación de eventos, concursos y desafíos que promuevan la interacción y el trabajo conjunto.

-Análisis de métricas y feedback de la comunidad: Uso de herramientas analíticas para medir el rendimiento y la participación de la comunidad. Interpretación de métricas clave y retroalimentación de la comunidad para mejorar continuamente la experiencia del usuario.

4) Bibliografía General

Barrientos Fernández, M. E., & Juárez Farfán, O. C. (2020). Las redes sociales como estrategia del marketing digital. Universidad Nacional de Piura, Perú.

Baselga, S. V., Asensio, M. Á. G., Maestre, E., Cruz, C., Testar, X., Killinger, C. L., ... & Franganillo, J. (2021). Habilidades orales y elevator pitch. *Revista del Congrés Internacional de Docència Universitària i Innovació (CIDUI)*, (5).

Burgos, J. B., & Baquerizo, C. J. (2022). Valores para una ética digital a partir de las generaciones digitales y el uso de las redes sociales: una revisión de la literatura. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(1), 40-52.

Calcano Monts, M. A. (2021). Internet, redes sociales y libertad de expresión. *Cuestiones constitucionales*, (44), 35-54.

Casini, J. G., & Lovato, A. (2023). Experiencias inmersivas: hacia una gramática narrativa e interactiva. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (154), 159-175.

Castillo, M. (2021). ¿Cómo podemos avanzar en el desarrollo de modelos de negocios sostenibles? *Revista Gestión y Tendencias*, 5(4), 9-12.

Castro Ponce, M., de Paz Carmona, M. E., Maestroarena Rodas, G. J., Molero Alonso, A. C., Ramos Valle, Á., Sánchez Merchante, L. F., & Sempere Navarro, V. M. (2024). Visualización de Datos/Data Visualization.

Castro González, C. (2020). El marketing de contenidos a través del streaming como medio de distribución digital: el caso de Netflix a nivel internacional= Content marketing via streaming as a digital distribution mean: the international case of Netflix. Universidad de León, España.

Cea, N., & Aida, M. (2019). Cibermedios y redes sociales: análisis de audiencias y métricas para los contenidos periodísticos. *Nuevos actores y estrategias en el espacio mediático compartido Aktore eta estrategia berriak testuinguru mediatiko partekatuan*.

Christofolletti, R., & Torres, R. J. (2020). La evolución de la privacidad en las guías de ética periodística. *La evolución de la privacidad en las guías de ética periodística*, 57-67.

Coraggio, J. L. (2020). Economía social y economía popular: Conceptos básicos. *Serie Consejeros*, 1.

Delgado Rodríguez, H. A. (2023). La importancia del SEO en el Diseño Web. Recuperado de: <https://disenowebakus.net/noticias/marketing/seo>

Díaz Sabán, M. L. (2022). Medios inmersivos como experiencias corporizadas. De la creación de metaversos, y otras realidades extendidas, desde el cuerpo y su movimiento. Universidad de Granada, España.

Erazo, J., & Sulbarán, P. (2022). Metaverso: más allá de la realidad inmersiva: Metaverse: beyond immersive reality. *Conocimiento Libre y Licenciamiento (CLIC)*, (25).

Escobar, A. P., & Bahamonde, L. (2020). Innovación en emprendimientos periodísticos y de comunicación frente a las nuevas tendencias digitales. Uru: *Revista de Comunicación y Cultura*, (3), 84-101.

Fernández-Aller, C., Roveri, C., & Nardini, S. (2023). 2. El uso ético de la inteligencia artificial y las neurotecnologías. *Derechos digitales en Iberoamérica*.

Jiménez, P. J. P. (2021). Entre analogías y metáforas: el debate sobre la moderación de contenidos en las redes sociales. *Revista de las Cortes Generales*, 265-311.

Larrondo, M. E., & Grandi, N. M. (2021). Inteligencia Artificial, algoritmos y libertad de expresión. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (34), 177-194.

López-García, X., & Vizoso, Á. (2021). Periodismo de alta tecnología: signo de los tiempos digitales del tercer milenio. *Profesional de la información*, 30(3).

Moncayo, M., & Zevallos, A. (2018). Análisis y divulgación de las métricas de redes sociales (RRSS). *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 3, 17.

Mastrini, G., & Becerra, M. (2017). La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015): nuevos medios y tecnologías, menos actores. Universidad Nacional de Quilmes.

Morales Torres, M., Cárdenas Zea, M. P., Morales Tamayo, Y., Bárzaga Quesada, J., & Campos Rivero, D. S. (2021). Las tecnologías de la información y comunicación en la gestión del conocimiento. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(3), 128-134.

Quimbayo, C. (2020). *Comunicación con Datos*. Universidad de La Salle, Colombia.

Piñeiro-Otero, T., Rojano, F. J. P., & Vallés, J. E. G. (2022). Comunicación lúdica, videojuegos y gamificación. *Revista Latina de Comunicación Social*, (80).

Redecillas, J. C. H. (2020). Estrategia con propósito: Hacia nuevos modelos de negocio sostenibles. *Harvard Deusto business review*, (300), 24-33.

Ramírez, J. P. V. (2020). Derecho, tecnología e innovación: blockchain y contratos inteligentes. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información: RITI*, 8(16), 46-55.

Ricardo, J. E., Vázquez, M. Y. L., Palacios, A. J. P., & Ojeda, Y. E. A. (2021). Inteligencia artificial y propiedad intelectual. *Universidad y Sociedad*, 13(S3), 362-368.

Ruiz, A. C. (2021). *Manual del Gestor Cultural*. Editorial Berenice.

Sánchez, A. V., Guzmán, M. D. J. A., & Peña-Lang, M. B. (2021). Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social. *Educar*, 57(1), 97-116.

Scolari, C. A. (2017). 16. Hacia una educación transmedia (o cómo The Walking Dead puede servir para despertar una educación zombi). ¡Sonríe, te están puntuando!: Narrativa digital interactiva en la era de Black Mirror, 77.

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia*. Barcelona: Deusto.

Smolak-Lozano, E. Planificación estratégica de las campañas digitales. *Gestión estratégica de campañas publicitarias y de relaciones públicas en entornos online*, 53.

Trillo Domínguez, M., & Gallego Márquez, C. (2022). SEO para periodistas: nuevo perfil profesional y estrategias de publicación desde la redacción. Universidad de Granada, España.

Vargas, A. M., Jiménez, R. P., & Bonilla, L. C. (2022). Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza. *Revista Latina de Comunicación Social*, (80), 3.

Villegas García, M. M., & Castañeda Marulanda, W. (2020). Contenidos digitales: aporte a la definición del concepto. *Kepes*, 17(22).

Zuccherino, S. (2021). *Social Media Marketing: la revolución de los negocios y la comunicación digital*. Editorial Temas.

5) Cronograma de actividades

Clase No.	Tema
1	Unidad I: Presentación de la materia Innovación y tecnología en los medios digitales
2	Unidad I: Innovación y tecnología en los medios digitales Tendencias y nuevas tecnologías en Comunicación Digital
3	Unidad I: Innovación y tecnología en los medios digitales Data Storytelling y visualización de datos Gestión de comunidades y engagement
4	Unidad I: Innovación y tecnología en los medios digitales Proyectos de laboratorio y experimentación
5	Unidad II: Transmedia Introducción a la narrativa transmedia. Creación de universos narrativos
6	Unidad II: Transmedia Engagement y participación del público. Transmedia Storytelling en acción
7	Unidad III: Innovación y experimentación. RR. SS. y plataformas emergentes Introducción. 1ra instancia evaluativa: Pre-entrega de avance del proyecto
8	Unidad III: Innovación y experimentación. RR. SS. y plataformas emergentes Redes sociales emergentes y tendencias digitales Campañas innovadoras en RR. SS.
9	Unidad III: Innovación y experimentación. RR. SS. y plataformas emergentes Experiencias inmersivas y Realidad Extendida (XR). Innovación en contenidos y formatos digitales
10	Unidad IV: Emprendimiento y Sostenibilidad Conceptos básicos de emprendimiento social y cultural
11	Unidad IV: Emprendimiento y Sostenibilidad Modelos de negocio sostenibles

	2da instancia evaluativa: Pre-entrega de avance del proyecto
12	Unidad IV: Emprendimiento y Sostenibilidad Financiamiento y gestión de proyectos. Pitching y presentación de proyectos
13	Unidad V: Gestión de comunidades online y moderación de contenidos Creación y gestión de comunidades digitales. Principios de moderación de contenidos. Fomento de la participación y colaboración
14	Unidad V: Gestión de comunidades online y moderación de contenidos Análisis de métricas y feedback de la comunidad 3ra instancia evaluativa: Entrega final del proyecto
15	Devolución del informe final del proyecto
16	Cierre de la materia 4ta instancia evaluativa: Pitching y aprobación del proyecto

6) Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

6.1. Previsiones metodológicas y pedagógicas

Esta propuesta consiste en crear un ambiente propicio para la incubación de proyectos comunicacionales digitales, donde los y las estudiantes puedan aprender de manera práctica, colaborativa e innovadora.

Del Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) se adopta el enfoque práctico a través de la realización de proyectos reales desde la concepción de la idea hasta su implementación y evaluación. Además, se busca la utilización de habilidades específicas requeridas en la comunicación digital, como diseño, análisis de datos, marketing de contenidos, entre otros.

También, resulta importante el asesoramiento y la orientación a lo largo de todo el proceso de desarrollo del proyecto, desde la fase inicial hasta la presentación final.

Este espacio permitiría la formación de equipos con diversas habilidades y conocimientos en diseño, periodismo, marketing y programación, al igual que el establecimiento de espacios para la retroalimentación y colaboración entre los y las estudiantes, donde podrían compartir conocimientos, experiencias y recursos. En tanto, se buscan organizar sesiones prácticas enfocadas en herramientas y técnicas específicas, así como invitar a profesionales y expertos del campo de la comunicación digital para transmitir experiencias, consejos y buenas prácticas. El uso de herramientas digital será fundamental por medio del acceso a plataformas y herramientas digitales relevantes para la comunicación digital. Por este motivo, se fomentará la creación de prototipos y maquetas digitales para que los y las estudiantes puedan visualizar y probar sus ideas antes de la implementación final.

En este sentido, las sesiones de pitching permitirán que los equipos puedan presentar sus proyectos ante un panel de expertos y recibir retroalimentación valiosa. Otro aspecto es promover la participación en eventos, ferias o encuentros donde los y las estudiantes muestren sus proyectos al público y establezcan contactos.

También, la creatividad se sostendrá en la generación de ideas innovadoras y originales con la

experimentación y el pensamiento lateral, donde los y las estudiantes puedan tomar riesgos y explorar nuevas ideas.

Por otro lado, la integración de aspectos éticos y la responsabilidad social impulsarán el debate y la reflexión sobre la comunicación digital, como el uso responsable de datos, la veracidad informativa y la diversidad de puntos de vista. Asimismo, podrían surgir proyectos que aborden problemáticas sociales, culturales o ambientales con un impacto positivo en la sociedad.

Por último, se registrará el proceso de desarrollo, decisiones y aprendizajes obtenidos, al mismo tiempo las sesiones de análisis post-proyecto habilitarán la posibilidad de que los estudiantes reflexionen sobre lo realizado, identifiquen áreas de mejora y propongan acciones para futuros proyectos.

6.2. Actividades que se realizarán en las horas presenciales y en las virtuales¹²

Las actividades se realizarán en la modalidad presencial. En primer lugar, se impulsarán sesiones de brainstorming y generación de ideas, es decir, facilitar espacios creativos donde los equipos puedan explorar diferentes conceptos para los proyectos, así como mapas mentales para estimular la creatividad y la innovación. En segundo lugar, se organizarán clases prácticas sobre herramientas y software relevantes para la comunicación digital. En tercer lugar, se establecerán instancias orientadas a la presentación de avances por parte de los equipos, seguidos de sesiones de feedback por parte de docentes y estudiantes, con el objetivo de una retroalimentación constructiva para identificar áreas de mejora y oportunidades de desarrollo en los proyectos. En cuarto lugar, se realizarán una especie de “workshops” enfocados en el desarrollo de habilidades específicas requeridas en la comunicación digital, como storytelling, diseño de experiencia de usuario (UX), SEO. También, se invitará a profesionales destacados de la comunicación digital para que compartan sus experiencias y consejos con los estudiantes, al mismo tiempo organizar charlas inspiradoras sobre tendencias actuales, casos de éxito y desafíos en la industria de la comunicación digital. En quinto lugar, se establecerán tiempos específicos para que los equipos trabajen en la planificación, desarrollo y ejecución de los proyectos, con el fin de promover la colaboración entre equipos y así intercambiar ideas, recursos y experiencias. Además, se buscará analizar casos de éxito en proyectos comunicacionales digitales, tanto a nivel nacional como internacional, para identificar buenas prácticas y estrategias efectivas. Una cuestión interesante es la organización de actividades de simulación donde los y las estudiantes puedan enfrentarse a situaciones reales que podrían encontrar en la industria de la comunicación digital. También, practicar habilidades de presentación, negociación, gestión de crisis, entre otras. Por un lado, algo innovador es guiar a los equipos en la creación de prototipos y maquetas de sus proyectos. Por otro, organizar sesiones de testing con usuarios para obtener feedback temprano sobre la usabilidad y la efectividad de los proyectos. Por último, ayudar a los equipos a prepararse para los

¹² Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, responder solamente las actividades presenciales.

eventos de pitching donde puedan presentar los proyectos al igual que lo harían ante inversores, medios de comunicación o público en general. En este sentido, realizar sesiones de ensayo y coaching para mejorar las habilidades de presentación y comunicación de los estudiantes.

6.3. Articulación de actividades presenciales y virtuales¹³

No aplica.

6.4. Interacciones docentes-estudiantes, y estudiantes-estudiantes previstas

Las interacciones se producirán en una modalidad de mentoría y tutorías personalizadas, que se basan en asesoramiento individualizado que brinde orientación, retroalimentación constructiva y apoyo durante todo el proceso. En tanto, se proponen realizar reuniones regulares de seguimiento para evaluar el avance, identificar posibles desafíos y ofrecer soluciones y recursos adicionales. Además, avanzar en una evaluación formativa y criterios claros, al mismo tiempo que implementar mecanismos donde los estudiantes reciban retroalimentación constante para mejorar sus proyectos. También, establecer criterios de evaluación transparentes y alineados con los objetivos de aprendizaje propuestos con antelación.

6.5. Mecanismos de seguimiento, supervisión y evaluación de las actividades

Estos mecanismos ayudarán a los estudiantes a mantenerse enfocados en sus objetivos, recibir retroalimentación oportuna y ajustar sus estrategias según sea necesario.

En este sentido, se realizarán reuniones en cada clase con los equipos para revisar el progreso del proyecto, discutir avances, desafíos encontrados, logros alcanzados y próximos pasos a seguir.

Además, se solicitarán 2 pre-entregas del proyecto y una entrega final en formato de informe, sumado a una instancia de pitching para determinar la aprobación. En las primeras instancias se promoverán espacios donde los equipos presenten los proyectos al resto de los y las estudiantes para recibir comentarios y sugerencias. Esto permitirá una retroalimentación detallada y constructiva después de cada entrega o presentación de avances.

En esta línea, se propondrán ejes evaluativos y criterios de evaluación similares al sistema de rúbricas detalladas, es decir, listas de verificación o “metas” del proyecto para que los equipos se aseguren de abordar todos los aspectos necesarios, al mismo tiempo que podrán realizar una autoevaluación del proceso.

Asimismo, se utilizarán herramientas digitales de seguimiento que faciliten la comunicación constante entre los equipos y los mentores/tutores (docentes) a través de correos electrónicos, chats o foros en línea.

¹³ Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, corresponde “No Aplica”.

Resulta fundamental ayudar a los equipos a desarrollar planes de acción claros y realistas para alcanzar sus metas y, en lo posible, organizar sesiones de coaching con el fin de discutir desafíos específicos, brindar orientación y apoyo personalizado.

Como último aspecto, las evaluaciones intermedias o por etapas permitirán verificar el cumplimiento de hitos importantes en el proyecto, al tiempo que la evaluación final tendrá profundidad y exhaustividad pensando en la puesta en funcionamiento de los proyectos presentados.

7) Gestión de Cátedra

La asignatura anual se divide en dos instancias o sea 1a y 2a mitad. La gestión de la cátedra en la Incubadora de Proyectos Comunicacionales Digitales se basa en una planificación cuidadosa, el apoyo continuo a los estudiantes, la evaluación constante del progreso y la promoción de una cultura de innovación y emprendimiento. Este enfoque integral busca asegurar el desarrollo exitoso de los proyectos, el aprendizaje significativo de los estudiantes y la contribución positiva al campo de la comunicación digital.

Los docentes de la cátedra (Mg. María Cristina Lago, Lic. María Laura Carlucci y Lic. Leandro Horacio Waldemar Lacoa) elaborarán las acciones prácticas clase a clase de acuerdo a las características de los equipos de estudiantes como también de las propuestas que surjan a lo largo del cuatrimestre. Por este motivo, se organizarán las actividades específicas para cumplir con los objetivos establecidos. Esto implica el establecimiento de un cronograma con fechas clave con las clases presenciales, entregas de informes, presentaciones y charlas, entre otras.

El seguimiento y la evaluación de los proyectos se realizará por medio de la implementación de reuniones regulares de seguimiento con los equipos de proyecto para evaluar avances y desafíos, así como revisiones de proyecto por pares y sesiones de feedback para promover la mejora continua.

El equipo docente establecerá criterios de evaluación claros y rúbricas detalladas para cada fase del proyecto, que se concretarán con las evaluaciones intermedias y la evaluación final del proyecto, junto al proceso de pitching.

En tanto, los docentes funcionarán como promotores de asesoramiento y orientación a los estudiantes, lo que se suma al acceso a herramientas y software necesarios para el desarrollo de los proyectos.

Por último, la evaluación de la experiencia de los y las estudiantes permitirá mejorar aquellas cuestiones que no sean funcionales a los objetivos de la cátedra, al mismo tiempo que evaluar el impacto y los resultados concretos de los proyectos.

8) Evaluaciones

La metodología de evaluación se enfocará en dos pre-entregas de informes de proyecto, una entrega final de un documento con aspectos clave y un pitching para la aprobación final de la propuesta.

La primera pre-entrega permitirá evaluar el progreso inicial del proyecto y la comprensión de los conceptos clave, al igual que identificar posibles desviaciones en la planificación y brindar una devolución rápida.

Allí deberían incluir la descripción detallada del proyecto y su propósito, el análisis del público objetivo y la competencia, la metodología y plan de acción detallado, como también los primeros resultados obtenidos.

La segunda pre-entrega apunta a revisar el progreso y los ajustes realizados a partir de la evaluación de la primera entrega. En tanto, se buscará analizar el desarrollo de las acciones y la implementación de estrategias.

El informe debería contener avances significativos desde la primera entrega, una actualización del análisis de mercado y competencia, resultados y métricas obtenidas hasta el momento, así como ajustes realizados en el plan de acción y la estrategia.

En cuanto a la entrega final del proyecto, se debería incluir una descripción completa y detallada del proyecto. Esto implica un análisis exhaustivo del mercado, competencia y público objetivo. En la misma línea, se podrían observar los resultados obtenidos, métricas y modificaciones establecidas, es decir, el plan de implementación completo y las estrategias de escalabilidad.

Por último, los estudiantes realizarán un pitching para presentar de manera efectiva y convincente el proyecto ante un panel de expertos, con el objetivo de demostrar la viabilidad, el potencial y el impacto real.

Esa presentación oral deberá tener un apoyo visual (slides, video, demostraciones, etc.) y contará con una duración limitada para destacar los puntos clave y captar la atención del panel. Respecto al contenido, se planteará una introducción y presentación del equipo de proyecto, para pasar luego a la descripción del problema a resolver y la solución propuesta. En tanto, se esbozará el análisis de mercado, competencia y estrategia de posicionamiento, como también los resultados obtenidos hasta el momento y las proyecciones futuras, junto al plan de implementación detallado, recursos necesarios y escalabilidad.

9) Régimen de Promoción

El régimen de promoción en la incubadora de proyectos comunicacionales digitales se basa en una evaluación integral del desempeño de los estudiantes a lo largo del proceso. Se establecen criterios que combinan el progreso en el proyecto, la participación activa y la asistencia a las actividades presenciales en la Universidad.

Para la promoción directa, se requiere de la aprobación de cada instancia con una calificación igual o mayor a 7, al mismo tiempo que contar con una asistencia a la Universidad de 75%. Asimismo, la calificación final se establecerá mediante el promedio de las cuatro instancias evaluativas que no tienen posibilidad de recuperatorio. En caso de no cumplir con los objetivos planteados y las condiciones de promoción directa, el equipo de trabajo debería volver a

entregar el informe del proyecto y realizar el pitching en la instancia de final. Cabe aclarar que aquellos estudiantes con una calificación menor a 4 deberán recursar la materia.

En el proceso evaluativo, se valorará la evolución en el aprendizaje y la mejora continua de los estudiantes, como también se incentivará la participación activa en las clases, la exploración de nuevas ideas y la colaboración efectiva en equipos.