

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Carrera</b>              | <b>Especialización en Lenguaje y Comunicación Digital</b><br>Fac. de Ciencias de la Comunicación y Facultad de Lenguas<br>Universidad Nacional de Córdoba |
| <b>Nombre de la materia</b> | <b>Taller I: Comprensión y producción de contenidos en entornos digitales</b>   |
| <b>Mes y año de cursada</b> | Junio de 2024   |
| <b>Tipo de actividad</b>    | Taller  |
| <b>Eje</b>                  | Herramientas de producción  |
| <b>Modalidad de cursado</b> | Presencialidad remota   |
| <b>Docentes</b>             | Dra. Mónica Viada y Esp. Tatiana Rodríguez Castagno   |
| <b>Carga horaria</b>        | 30 horas  |

### Equipo docente

**Mónica Viada** es Licenciada en Comunicación Social (ECI-UNC), Especialista en Docencia en Entornos Virtuales (Universidad Virtual de Quilmes) y Doctora en Ciencias de la Información (Universidad de La Laguna, España). Es Prof. Adjunta en el Taller de Lenguaje I y Producción Gráfica (Cátedra A) en el grado y es docente del curso Introducción al Periodismo Científico en la Especialización en Comunicación Pública de la Ciencia y Periodismo Científico (FCC-FaMaF) y del curso Innovación en Periodismo Digital en la Maestría en Periodismo Digital. Actualmente dirige el proyecto de investigación Consolidar “Innovación en el periodismo: medios digitales y formación de comunicadores. Entre las condiciones de producción y el comportamiento de las audiencias” (SeCyT-UNC).

**Tatiana Rodríguez Castagno** es Licenciada en Comunicación Social (ECI-UNC), Especialista en Ciencias Sociales con mención en Lectura, Escritura y Educación

(FLACSO), y Diplomada en Educación a Distancia (UBP). Se desempeña como docente en el ámbito del periodismo y la alfabetización académica; actualmente está a cargo de la materia Redacción Periodística II e integra las cátedras Taller de Lenguaje I y Producción Gráfica (Cátedra B) y Técnicas de Estudio y Comprensión de Textos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC). Dirige proyectos de investigación sobre periodismo gráfico y es Coordinadora académica del Programa Ingreso a la Universidad: relación con el conocimiento y construcción de subjetividades (CEA - UNC). Es miembro y fundadora de la Red Argentina de Instituciones Lectoras y Escritoras de Educación Superior (RAILEES).

### Contenidos mínimos

Condiciones de producción, circulación y reconocimiento de contenidos en entornos virtuales. Narrativas digitales. Formatos y géneros discursivos. Innovaciones en el ecosistema digital. Prácticas de lectura, comprensión y producción de contenidos en entornos digitales según propósitos educativos, periodísticos, comerciales/institucionales. Comunicación digital clara, accesible, inclusiva y verificada.

### Fundamentación de la propuesta

“El hombre no es consciente de los efectos sociales y físicos de su nueva tecnología, como un pez que no es consciente del agua donde nada”, aseveraba Marshall McLuhan (en Scolari, 2015, 51). De esta manera, este docente e investigador canadiense -un “profeta de la era digital”- refería que los medios (y las tecnologías, en general) forman un ambiente en el que nos movemos con tanta naturalidad que pasan desapercibidos. Ésta es una de las principales ideas que propone la *ecología de los medios*, una de las perspectivas teóricas que da sustento al Taller.

En un ejercicio por “desnaturalizar” los escenarios/ambientes en los que nos desenvolvemos cotidianamente, analizaremos cómo cambian a un ritmo cada vez más vertiginoso, y cómo se vuelven cada vez más digitales y convergentes (Jenkins, 2008), incluso aquellos tradicionalmente analógicos o presenciales, como la familia, la educación o la salud.

Pensar la *praxis* desde este enfoque nos permitirá, a su vez, considerar que en esos ambientes, los medios interactúan entre sí. Siguiendo a McLuhan, decimos que «ningún medio adquiere su significado o existencia solo, sino exclusivamente en interacción constante con otros medios» (1964, 43).

Así, estudiaremos cómo los cambios se dan no sólo en los dispositivos/medios sino en todo el proceso: cambian las condiciones de producción, las de circulación/difusión y también las de reconocimiento/comprensión (Verón, 1997; Igarza, 2009; Mitchelstein y Boczkowski, 2017; Albarello, 2019).

A partir de esta base, en el Taller exploraremos las características de los nuevos escenarios y las lógicas de producción, circulación y consumo de los contenidos digitales, su omnipresencialidad y omnicanalidad. En este recorrido, nos detendremos a sondear géneros, formatos y narrativas propias de estos entornos, según distintos propósitos (educativos, periodísticos, comerciales/institucionales). También propondremos estrategias y recursos para la planificación y elaboración de contenidos digitales en diferentes soportes y formatos.

En todo el proceso, haremos especial hincapié en el desarrollo de buenas prácticas en la comunicación digital: verificación, comunicación clara, comunicación accesible e inclusiva serán aspectos clave a considerar. Finalmente, destinaremos un tiempo para indagar acerca de las producciones colaborativas al tiempo que abriremos un debate sobre los desafíos éticos, legales y sociales que plantea la Inteligencia Artificial generativa.

## Objetivos

### Objetivos generales

Que las y los cursantes puedan:

- Analizar los escenarios digitales, con particular atención a las transformaciones en las formas de producir, difundir y consumir contenidos.
- Ejercitar destrezas y habilidades para comprender, planificar y producir contenidos en soportes digitales.

### Objetivos específicos

Que las y los cursantes puedan:

- Indagar sobre recursos y herramientas para optimizar la comunicación digital con diferentes finalidades y para distintos públicos.
- Experimentar en el uso y posibilidades de distintos recursos digitales para una comunicación inclusiva, clara y accesible.
- Estimular una actitud ética y profesional en todo el proceso.
- Promover la reflexión crítica sobre las propias producciones.

## Contenidos

### – **Unidad I: Nuevos (aunque a veces no tanto) modos de lectura posibilitados por los entornos digitales**

Escenarios digitales: caracterización. Discusiones respecto de las plataformas: la economía de la atención, la huella digital, los datos: de los *clicks* al tiempo. Habilidades digitales y comprensión lectora. Continuidades y rupturas en los modos de leer. Verificación, lectura crítica de la información en entornos digitales. Alfabetización mediática, informacional y transmedia.

### – **Unidad II: Narrativas digitales: entre la cultura *snack* y el *long form*; entre la marca autoral y la IA generativa**

Géneros, formatos y narrativas en entornos digitales. Posibilidades narrativas digitales para distintos propósitos. Ejemplos innovadores. Hibridaciones entre lectura, escritura y oralidad. Desafíos y nuevos debates: inteligencia artificial generativa y derechos de autor.

### – **Unidad III: Producción = + que escritura**

De la idea al contenido: un proceso planificado. Escritura para entornos digitales. Buenas prácticas en la comunicación digital. Comunicación clara. Comunicación accesible e inclusiva. Producciones colaborativas. Normas generales para la producción de contenidos digitales. Cómo contar una historia de forma innovadora.

### – **Unidad IV: Redes sociales y otros productos comunicacionales digitales**

Ecosistema de redes: cuáles, a quiénes, para qué, cómo. Usos significativos e innovadores de las redes. Construir comunidad: la conversación con los usuarios. Moderación ¿sí o no? Newsletters y otros productos.

## Metodología

El curso se desarrollará con la modalidad de Taller, lo que implica una combinación de instancias de desarrollo teórico-conceptual con momentos destinados a promover la aplicación de contenidos y la ejercitación de habilidades y destrezas.

En las clases se incentivará la producción colectiva y el intercambio entre la/os participantes, quienes podrán contribuir al debate y al análisis de casos en virtud de sus distintas procedencias académicas y/o profesionales. También se dará un espacio y un tiempo para la exploración y para actividades lúdicas.

En este marco, se prevé llevar a cabo 5 encuentros sincrónicos vía plataforma *Meet* y se propondrán actividades asincrónicas para ser realizadas vía aula virtual previa lectura del material de estudio propuesto.

### **Actividades sincrónicas**

Dada la modalidad de Taller, los encuentros sincrónicos serán participativos y dialogales. Así, durante el cursado, se propondrán actividades como análisis de casos, producción de contenidos acotados para entornos digitales, exploración de ejemplos y visionado de producciones, discusión y propuestas de adecuación a distintos soportes digitales; descripción de imágenes con textos alternativos contemplando la accesibilidad web; presentaciones sobre lecturas previas; experimentación con distintas herramientas. Según el caso, las prácticas serán individuales o colaborativas, con revisión del equipo docente y algunas entre pares.

En los encuentros también se trabajará sobre la planificación de producciones digitales, según los intereses y perfiles profesionales de los/as cursantes. Finalmente, están previstas instancias de intercambios con egresados de la carrera y profesionales en ejercicio.

### **Actividades a distancia/ asincrónicas**

Vía aula virtual Moodle, se propondrán diferentes espacios y recursos a los fines de discutir y relacionar los conceptos centrales del Taller. También se avanzará en la producción del TF integrador.

### **Modalidad de Evaluación**

En consonancia con la metodología de Taller, la evaluación será permanente y formará parte de todo el cursado. El Trabajo Evaluativo del Taller (TEV) consistirá en el planteo/planificación de un producto/proyecto comunicacional para un soporte digital acorde a la orientación del cursante (docente, comunicador/a, periodista, investigador/a u otro) y la producción de contenidos para ese proyecto. El plazo para su elaboración y entrega será de un mes a partir de la finalización de la cursada del Taller y se aprobará con un mínimo de 7 (siete) puntos.

### **Criterios de evaluación**

Los principales criterios que guiarán la evaluación del TEV:

- Pertinencia, creatividad/innovación e impacto de la propuesta comunicativa digital
- Coherencia y claridad en la elaboración de contenidos elaborados en función de la planificación propuesta.
- Aplicación de los contenidos teóricos/conceptuales y prácticos desarrollados en el Taller.

### Cronograma / Fechas importantes

|   |   |
|---|---|
| <b>Viernes 7 de junio</b> , de 18 a 22 hs.  | Presentación de la materia. Unidad I  |
| <b>Sábado 8 de junio</b> , de 9 a 13 hs.    | Unidad II   |
| <b>Viernes 14 de junio</b> , de 18 a 22 hs. | Unidad III  |
| <b>Viernes 28 de junio</b> , de 18 a 22 hs. | Unidad IV   |
| <b>Sábado 29 de junio</b> , de 9 a 13 hs.   | Conversatorio con egresados de la carrera y profesionales en ejercicio. Cierre. |

**Entrega del Trabajo Evaluativo: hasta el 29 de julio.**

Devolución del Trabajo Evaluativo: hasta el 29 de agosto.

Fecha de recuperatorio: a acordar con el equipo docente.

Fecha de entrega de devolución del recuperatorio: a acordar con el equipo docente.

### Bibliografía principal

#### Unidad I

ALBARELLO, Francisco (2019) *Lectura transmedia. Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Buenos Aires: Ediciones Ampersand.

CASAMITJANA, Laura (2024). La generación de los ocho segundos en *Red/Acción*. Disponible en: <https://bit.ly/3yjKUiP> (Última consulta: 6 de mayo de 2024).

CASSANY, Daniel (2019) *Laboratorio lector. Para entender la lectura*. Barcelona:

Anagrama.

GARCÍA CANCLINI, Néstor, et.al (2015) *Hacia una antropología de los lectores*. Fundación Telefónica, Universidad Autónoma Metropolitana y Paidós. Disponible en <https://bit.ly/3yhW5bT> (Última consulta: 6 de mayo de 2024).

IRETON, Cherilyn y POSETTI, Julie (eds.). (2020). *Periodismo, "noticias falsas" & desinformación: manual de educación y capacitación en periodismo*. UNESCO. Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373349> (Última consulta: 6 de mayo de 2024).

SCOLARI, Carlos (2019). *Media evolution*. Sobre el origen de las especies mediáticas. Buenos Aires: La Marca Editora.

UNESCO Alfabetización mediática e informacional <https://www.unesco.org/es/media-information-literacy>

### Complementaria

ABASCAL, Gonzalo (2023). Usted ya no lee como antes (pero quizás no lo sepa). En Clarín. Disponible en: [https://www.clarin.com/opinion/usted-lee-sepa-0\\_v7KAi5Epms.html](https://www.clarin.com/opinion/usted-lee-sepa-0_v7KAi5Epms.html) (Última consulta: 13 de mayo de 2024).

ALBARELLO, Francisco (2011) *Leer/navegar en Internet: Las formas de lectura en la computadora*. Buenos Aires: La Crujía.

ALBARELLO, Francisco (2020). Conferencia "Estrategias de lectura transmedia en los estudiantes universitarios". Facultad de Ciencias de la Comunicación UNC y Red Argentina de Instituciones Lectoras y Escritoras de Educación Superior (RAILEES). Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=o7UG5qRedYI> . (Última consulta: 15 de mayo de 2024).

CASSANY, Daniel (2015). Redes sociales para leer y escribir. En: Bañales G, Vega N, Castelló M. *Enseñar a leer y a escribir en la educación superior: manual de buenas prácticas basadas en la investigación*. México: Editorial Universidad Autónoma de Tamaulipas; 2015. p. 187-208. Disponible en: <https://repositori.upf.edu/handle/10230/35411> (Última consulta: 14 de mayo de 2024).

CALVO, Ernesto, ARUGUETE, Natalia, et. al (2020). Chequeado en Argentina. Fact-Checking y la propagación de noticias falsas en redes sociales. ILCSS. University of Maryland. Disponible en <https://chequeado.com/wp-content/uploads/2021/02/Chequeado-en-Argentina.-Fact-checking-y-la-propagacion-de-noticias-falsas-en-redes-sociales.pdf> (Última consulta: 14 de

mayo de 2024).

MITCHELSETEIN, E., MATASSI, M y BOCZKOWSKI, P. (2016). El medio ya no es medio ni mensaje en *revista Anfibia*. Disponible en <https://www.revistaanfibia.com/medio-ya-no-mensaje/> (Última consulta: 6 de mayo de 2024).

## Unidad II

BETANCOUR, Juan. C. (2017). Los géneros periodísticos puros han muerto: ¡vivan las nuevas narrativas híbridas! Cátedra UNESCO de Comunicación, Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red. Disponible en [https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/IV\\_92.html](https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/IV_92.html) (Última consulta: 6 de mayo de 2024).

FEINGOLD, Spencer (2023). ¿Qué es la inteligencia artificial y qué no es?, en World Economic Forum. Disponible en <https://es.weforum.org/agenda/2023/03/que-es-la-inteligencia-artificial-y-que-no-es/> (Última consulta: 16 de mayo de 2024).

GARCÍA AVILÉS, José Alberto y ARIAS ROBLES, Félix (2016). Géneros periodísticos en los formatos visuales de Twitter: una propuesta de tipología en *Textual & Visual Media: revista de la Sociedad Española de Periodística*, ISSN 1889-2515, N°. 9, 2016, págs. 101-132

LÓPEZ, Consuelo et al. (2024). *Ok, Pandora. Seis ensayos sobre inteligencia artificial*. CABA:El Gato y la Caja.

PELLEGRINI, Fernando (2015). Piscitelli y la teoría del Paréntesis de Gutenberg. Disponible en [https://www.youtube.com/watch?v=Fetmhm4\\_OXA](https://www.youtube.com/watch?v=Fetmhm4_OXA) (Última consulta: 13 de mayo de 2024).

SCOLARI, Carlos (2019). *Tweetland. Nuevos formatos textuales en la cultura snack*. Cuadernos de trabajo Serie Transformaciones digitales Vol. 3. Bogotá, Observatorio de Cultura y Economía. Disponible en [file:///C:/Users/Giga/Downloads/Carlos\\_Scolari\\_Final.pdf](file:///C:/Users/Giga/Downloads/Carlos_Scolari_Final.pdf) (Última consulta: 13 de mayo de 2024).

## Complementaria

CLUB DE ESCRITURA FUENTETAJA (2017). Entrevista a Jorge Carrión. ¿A dónde va la escritura digital?. Disponible en *Entrevista a Jorge Carrión | Club de Escritura Fuentetaja* (Última consulta: 13 de mayo de 2024).

PISCITELLI, Alejandro (2011). *El paréntesis de Gutenberg. La religión digital en la era de las pantallas ubicuas*. Buenos Aires: Santillana.

### Unidad III

- ALVAREZ, Guadalupe (2017) La escritura colaborativa mediada por tecnologías digitales e interactivas en la universidad en María Eugenia Collebechi ... [et al.]; compilado por María Eugenia Collebechi; Federico Gobato *Formar en el horizonte digital* /Bernal: Universidad Virtual de Quilmes. Disponible en [https://libros.uvq.edu.ar/assets/libro4/iv\\_la\\_escritura\\_colaborativa\\_mediada\\_por\\_tecnologas\\_digitales\\_e\\_interactivas\\_en\\_la\\_universidad.html](https://libros.uvq.edu.ar/assets/libro4/iv_la_escritura_colaborativa_mediada_por_tecnologas_digitales_e_interactivas_en_la_universidad.html) (Última consulta: 13 de mayo de 2024)
- FISCHER MARTINS, Sandra (2011). El derecho a comprender. Charla TEDxO´Porto. Disponible en [Sandra Fisher-Martins: The right to understand | TED Talk](#) (Última consulta: 13 de mayo de 2024).
- GONZÁLEZ BONET, Verónica (2015) Buenas prácticas en comunicación y discapacidad. Informar con responsabilidad y respeto por la diversidad. Asociación por los Derechos Civiles. Disponible en (Última consulta: 13 de mayo de 2024).
- PÉREZ TORNERO, Juan Manuel y TEJEDOR, Santiago (Dir.) (2014). *Escribir para la red. Reflexiones sobre la nueva (y vieja) escritura informativa 'online'*. Gabinete de comunicación y educación Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible en <https://bit.ly/4dw1tbq> (Última consulta: 13 de mayo de 2024).
- MONTOLÍO, Estrella y TASCÓN, Mario (2020). El derecho a entender. La comunicación clara, la mejor defensa de la ciudadanía. Madrid:Prodigioso Volcán.
- RAMÍREZ GELBES, Silvia (2018) *El discurso híbrido*. Buenos Aires: Ampersand

### Unidad IV

- ARROYO, Juan Ignacio (2024). El gran búfalo, en *El Gato y la Caja*. Disponible en [https://elgatoylacaja.com/el-gran-bufalo?utm\\_source=instagramEGLC&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=Notas1405&utm\\_content=later-43001210](https://elgatoylacaja.com/el-gran-bufalo?utm_source=instagramEGLC&utm_medium=social&utm_campaign=Notas1405&utm_content=later-43001210) (Última consulta: 16 de mayo de 2024).
- BOCZKOWSKI, Pablo y MIRCHELSTEIN, Eugenia (2022). *El entorno digital. Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy*. Buenos Aires:Siglo XXI Editores.
- NAFRÍA, Ismael (2022) 15 claves a tener en cuenta para crear una newsletter de éxito en *Revista de Innovación en Periodismo*. Disponible en: <https://mip.umh.es/blog/2022/06/01/claves-a-tener-en-cuenta-para-crear-una-newsletter-de-exito/> (Última consulta: mayo de 2024).
- LOPEZOSA, C.; CASCÓN-KATCHADOURIAN, J.; Guallar, J. (2023) Newsletters latinoamericanas de curación: estudio de casos y visión experta. en

*Transinformação*, v. 35, e220026, 2023. <https://doi.org/10.1590/2318-0889202335e220026>

RAMOS, Tainah (2024) ¿Quiere crear un newsletter periodístico? Consulte estos 4 consejos para lanzar su iniciativa, en *AJOR (Asociación de Periodismo Digital de Brasil)*. Disponible en <https://bit.ly/3UEs4ub> (Última consulta: 13 de mayo de 2024).

SANTANA, Rodrigo [@redaccionescreativas]. (s.f.) [Perfil de Instagram]. Instagram. (Última consulta: 16 de mayo de 2024).  
<https://www.instagram.com/redaccionescreativas/>

[@conviertemas]. (s.f.) [Perfil de Instagram]. Instagram. (Última consulta: 16 de mayo de 2024). <https://www.instagram.com/conviertemas/>

### Complementario

ARDILES, Florencia (2021). Nuevas modalidades de circulación de lo noticiable. Análisis de newsletters argentinos. Trabajo final para optar por el grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba. Disponible en <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/546385?show=full> (Última consulta: 13 de mayo de 2024).