

PROGRAMA MATERIA

DATOS BÁSICOS DE LA MATERIA	
Asignatura	Los medios de comunicación en Internet
Código Nivel	CPER-205
Código Asignatura:	3248
Plan de estudios:	Licenciatura en Comunicación Audiovisual Licenciatura en Periodismo
Código plan	
Periodo	2025

DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LA ASIGNATURA	
Créditos	4
Horas totales	60

DATOS PROFESORADO	
Apellidos y nombre	Riquelme Passow, Laura Patricia
Titulación	
Correo electrónico	lauriquelme@uaa.edu.py
Página web	e.uaa.edu.py

ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA	
Justificación de los contenidos	
El debate que presenta la aparición de Internet como amenaza a los medios de comunicación tradicionales es solo un ejemplo de la importancia que tiene Internet en la comunicación, razón por la cual es fundamental que los alumnos conozcan esta nueva vía de información. Desarrollar la capacidad de diseño y redacción para medios electrónicos es una gran oportunidad profesional para el presente y futuro. Identificar las competencias digitales básicas permitirá al alumno insertarse en esta nueva sociedad en red, donde las empresas de comunicación tradicionales convergen ante la aparición del medio digital y necesitan un eficaz y eficiente posicionamiento en la web para mantener la presencia digital del medio.	
Conocimientos necesarios para abordar la asignatura / Requisitos previos	
- Conocimientos lingüísticos, textuales, discursivos, audiovisuales, tecnológicos, en el marco de la comunicación humana. - Habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios universitarios que implican una cierta reflexión sobre la comunicación humana.	

COMPETENCIAS	
Competencias específicas (asignatura)	
- El alumno podrá conocer el origen de Internet y su uso por los medios de comunicación. - Será capaz de generar contenidos con información, usando texto e imágenes para Internet, con diseños y redacción adecuados con criterios de eficiencia y racionalidad. - Tendrá las competencias digitales básicas.	

- Podrá diseñar un proyecto de empresa multimedia (elaboración de un blog con formato, usabilidad y contenido).

Competencias transversales

- Ser capaz de comprender, analizar y evaluar de manera crítica los conocimientos impartidos, demostrando capacidad de adaptación a la metodología y a la naturaleza del mensaje.
- Aplicar los conocimientos técnicos, tecnológicos y profesionales necesarios en la elaboración de contenidos audiovisuales.
- Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de sus propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.
- Ser capaz de aprender y planificarse para solucionar retos planteados en clase.
- Conocer y valorar el impacto de la comunicación audiovisual en sus múltiples dimensiones.

OBJETIVOS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Realiza búsquedas eficientes de información en Internet.
- Sabe escribir de manera adecuada en medios electrónicos.
- Genera contenido multimedia para Internet.
- Conoce la relación entre medios de comunicación y las tecnologías de la información y la comunicación, comprendiendo, analizando y valorando éticamente las implicaciones de éstos en la sociedad en Red.
- Utiliza estrategias de posicionamiento en la web.
- Diseña un proyecto de empresa multimedia

PLANIFICACIÓN

Contenidos

I. Nuevas tecnologías y competencias.

Las nuevas tecnologías en la sociedad de la información.
Competencias digitales básicas.

II. Internet. Origen y características.

Internet: Historia. Aplicaciones y características (multimedialidad, hipertextualidad, interactividad...).

Servicios de Internet: noticias, boletines electrónicos...

Sitio Web: concepto, características.

Foros: concepto, utilización. Medios de comunicación e Internet.

III. La información en Internet. Competencias informacionales.

Cómo buscar información en Internet. Mecanismos de búsqueda de información. Operadores de búsqueda. Optimización de la búsqueda en Internet. Analizar la información accesible en Internet. Selección y organización de la información de Internet. Marcadores sociales. Recursos online, bases de datos, bibliotecas virtuales.

IV. La evolución de la web (hacia la web 4.0)

Concepto. Elementos. Aplicaciones. Utilización. Aplicación en los Medios de Comunicaciones digitales.

Redes sociales y *Fan page*. Redes sociales más utilizadas. Microbloggin. Sitio web.
 La nube: Beneficios. Situación y perspectiva de futuro.
 El trabajo colaborativo de las *wiki*: orígenes. Diferencias con un Blog. Creación, edición, administración. Incorporación de las *wiki* en el mundo empresarial.
 Etiquetas HTML básicas.
 Blog: características, proveedores, plantillas, widgets, gadgets, blogroll.

V. Creación de contenido multimedia en Internet.

Escribir para la web: tiempo, marcas, frases. *Storytelling*.
 Audio en la web: formato, edición de audio y *podcasting*.
 Imagen y fotografía en la web.
 Video. Narración en la web: libreto, trucos, voces y presencia ante la cámara.

VI. Nuevas formas de transmisión: el *streaming*.

Streaming, *webcams* y videoconferencia. Media *streaming*. Recursos sobre *streaming*.
 Creación de canales. Creación de programas. Configuración. Transmisión online.
 Grabación. Chat.

VII. Empresas de comunicación. La convergencia digital.

Concepto. Repercusiones. Reorganización Interna. Coordinación con otros medios.
 Claves de la comunicación integrada.

VIII. Reputación online y posicionamiento.

Posicionamiento. Conversaciones en la web social. Sindicación de contenidos (rss).
 Creación de alertas online.

Metodología y acciones formativas

Actividades Presenciales

Actividades expositivas
 Lección magistral
 Exposiciones por el alumnado

Actividades No presenciales

Actividades de discusión y debate publicadas en la plataforma virtual del curso.

Actividades de documentación

Búsqueda bibliográfica /Documental

Actividades de elaboración de documentos

Elaboración de ensayos
 Estudio personal

Actividades de Evaluación Presenciales

Exámenes parciales teórico (Primero)
 Realización de trabajos y/o proyecto (Exámenes Parciales y Final)
 Participación en clase

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN
Criterios de evaluación Los criterios de evaluación de la asignatura, en consonancia con las competencias, los contenidos y actividades formativas propuestas, descansan en un sistema de evaluación diversificado y que se fundamenta en la evaluación continua. La evaluación continua está ligada a la evaluación de exámenes, trabajos y exposiciones de los estudiantes, a su seguimiento sistemático y a la comunicación constante con el alumno para orientarle en sus dudas y posibilidades formativas. Para todo ello, además de las clases y las tutorías presenciales, se deberá utilizar el campus virtual (ecampus) para el desarrollo de actividades online como la realización y entrega de trabajos prácticos, noticias, foros, calendarios de trabajo y actividades y otros materiales complementarios. También se podrá usar el correo electrónico u otras vías de comunicación, a criterio del docente. Es muy importante la asistencia a las clases y actividades programadas por el profesor. Se valorarán tanto la asistencia como la participación del alumno tanto en actividades presenciales como no presenciales.
Mecanismos de seguimiento Alta y acceso al aula virtual. Entrega de actividades en clase: Cada semana completar la actividad en el campus virtual Entrega de actividades en tutorías: Cada 15 días presentar el avance de los trabajos prácticos asignados. Entrega de actividades en aula virtual: la fecha establecida para cada examen parcial.
Instrumentos La evaluación constará de 2 parciales. El primer parcial y segundo parcial tendrán el formato de Cuestionario (vinculado al contenido de la asignatura). No obstante, los alumnos deberán realizar las actividades de cada clase, ya que forman parte del proceso de evaluación de ambos parciales. Eso incluye trabajos prácticos y la presentación pública, discusión y valoración de ellos en el contexto de los grupos prácticos. Para su realización se facilita bibliografía de carácter básica y complementaria. La asistencia formará parte de la calificación final. Habrá que impartir contenidos que fomenten la asistencia regular a clase, ligándolos a la evaluación del alumno.
Criterios para Calificar Primer Parcial: 25 puntos Foros y actividades: 20% Tutorías: entrega de avances: 20% Test: 60% Segundo Parcial: 25 puntos Foros y actividades: 20% Tutorías: entrega de avances: 20% Trabajo Práctico (individual): 60% Examen Final: 50 puntos Foros y actividades: 20% Tutorías: entrega de avances: 20% Trabajo Práctico (grupal – 4 personas): 60%

BIBLIOGRAFÍA
Básica
Briggs, Mark (2007) Periodismo 2.0. Centro Knight para el Periodismo de las Américas. Ed. Universidad de Texas en Austin. Celaya, Javier (2008) La empresa en la Web 2.0, Ediciones Gestión 2000 - Planeta De Agostini Profesional y Formación, S.L., Barcelona. Cortina, Adela (2024) ¿Ética o ideología de la inteligencia artificial? Editorial Planeta, S. A. Barcelona. García Prado, E. (2022). UF2398 – Plan de medios de comunicación e internet. Paraninfo. Murcia-Verdú, F., & Ramos-Antón, C. (Eds.). (2024). La inteligencia artificial y la transformación del periodismo: narrativas, aplicaciones y herramientas. Universidad de Murcia / Comunicación Social Ediciones. España. Pérez García, F. (Dir.). (2024). Los medios de comunicación en la era digital. Fundación BBVA. Mitchell, Melanie (2024). Inteligencia artificial: guía para seres pensantes. Editorial Capitán Swing. Madrid
Recomendada
Orense, Miguel y Rojas, Octavio Isaac (2010) SEO, como triunfar en buscadores, ESIC Editorial, Madrid. Scolari, Carlos Alberto (2024). Sobre la evolución de los medios: Emergencia, adaptación y supervivencia. Editorial Ampersand. Argentina. Salaverría Aliaga, R., & Martínez-Costa, M. P. (Eds.). (2021). Medios nativos digitales en España: Caracterización y tendencias (1ª ed.). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. España. Tejedor Calvo, S., Pulido, C., Hita, E., & Robledo, K. (2023). La inteligencia artificial en el periodismo: Mapping de conceptos, casos y recomendaciones. Editorial UOC. Barcelona.
Webgrafía
Lopezosa, C., Pérez-Montoro, M. y Rey-Martín, K. (2024). El uso de la inteligencia artificial en las redacciones: propuestas y limitaciones. Revista de Comunicación, 24(1). https://doi.org/10.26441/rc23.1-2024-3309 Navarro Zamora, L. (2024). Comunicación e inteligencia artificial: guía de la IA en diversos idiomas para comunicólogos y periodistas. Comunicación Científica. México. https://doi.org/10.52501/cc.237 Ventura Pocino, P. (2021). Algoritmos en las redacciones: Retos y recomendaciones para dotar a la inteligencia artificial de los valores éticos del periodismo. file:///Users/dianabajana/Downloads/Informe IA%20periodismo CAST .pdf