

TECNICATURA SUPERIOR EN

PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIPLATAFORMA

PLAN DE ESTUDIOS

RECTOR: EDUARDO ALIVERTI

DIRECTORA DE ESTUDIOS: VICTORIA EGER

COORDINADORA: AGUSTINA LANZA



Técnicas de escritura

Contenidos mínimos:

Los géneros discursivos. Los géneros periodísticos narrativo-descriptivos. Intertextualidad. Construcción de la escena. Citas, diálogos, la palabra de los protagonistas. Argumentación, precisión, énfasis. Valor simbólico: el poder de las palabras, el valor de lo que escribimos y la relación con la carga editorial. La argumentación y la explicación: secuencias, recursos y estrategias.

Cultura digital

Contenidos mínimos:

Tecnologías digitales. Cultura digital y vida cotidiana. Internet e inteligencias artificiales como producción cultural. Debates sobre los medios y su evolución. Ecología de medios. Interfaces e interactividad. Nuevas lógicas de consumo. Multimedialidad e hipertextualidad. Plataformas digitales: contenidos y formas de distribución. Narrativas digitales: Multimedia- Transmedia- Crossmedia. Cultura de la conectividad. Industrias culturales y creativas: videojuegos, audiovisual, música, información y medios digitales. Inteligencia artificial generativa en la producción de contenidos: usos y prácticas.

Edición de sonido

Contenidos mínimos:

El sonido. Edición lineal y multipista. Cortes y edición de una entrevista. Criterios periodísticos y criterios estéticos. Consolas de grabación: entradas, salidas, conectores, tipos de micrófonos, niveles de grabación. Reverberación. Compresión del sonido. Artística y venta de programas. Efectos de sonido. Edición de pistas y objetos. Manipulación y edición de múltiples tomas. Loops, Marcadores y Regiones. Optimización de proyectos.

Producción en Radio I

Contenidos mínimos:

El lenguaje radial: música, silencios, palabras, efectos. Los formatos de la radio: móviles, columnas, editoriales, comentarios, crónicas, informes. Redacción radiofónica: concisión, claridad, economía expresiva. Redacción de boletines informativos. La producción de un programa de radio: roles, funciones del conductor, co conductor, columnista, coordinador de piso, productores, editores, guionistas, operadores, musicalizadores. La función de la artística para crear climas, separar secciones y darle identidad al programa. Género periodístico, informativo, dramático, narrativo, musical. Género híbrido o magazine. Los programas temáticos. Preproducción, puesta al aire, postproducción. La entrevista radiofónica. La crónica de exterior. Producción para un móvil. Formatos dramáticos y musicales: radioteatro, sketch, parodia.

Redacción periodística multiplataforma

Contenidos mínimos:

Ecosistema de medios digitales y transformaciones del periodismo contemporáneo. Escritura para medios impresos vs. escritura para plataformas digitales. Calidad periodística frente a la velocidad informativa. Escaneabilidad. Registro periodístico. Edición y autocorrección. Convivencia de contenidos en entornos multiplataforma. Arquitectura de la información y organización del texto digital. Técnicas de titulación para medios digitales. Hipertextualidad e intertextualidad. Conceptualidad. Los géneros periodísticos en la web. Adaptación de contenidos a redes sociales y plataformas digitales. Estrategias de distribución y circulación de contenidos. Redacciones integradas. Nuevos perfiles del periodista digital. Automatización de procesos editoriales. Herramientas digitales para la edición y optimización de contenidos. Derechos, licencias y uso responsable de recursos digitales. Ética periodística, desinformación, verificación de contenidos y transparencia en la utilización de tecnologías emergentes.

Entrevista

Contenidos mínimos:

Características del género. Entrevistas para medios digitales, radio, revistas o diarios y redes sociales. Elaboración de cuestionarios. Construcción de agenda. Background informativo. Tipos de entrevistas y entrevistados. Postproducción y edición. La entrevista en redes sociales. La entrevista como herramienta para perfiles.

Streaming

Práctica profesionalizante. Formato comunicacional. Producción de contenidos para plataformas digitales. Diseño de programas en vivo. Escaleta, guion y organización de segmentos. Conducción, entrevistas y moderación de contenidos en tiempo real. Participación e interacción con audiencias digitales. Identidad visual y narrativa. Plataformas y software de transmisión. Configuración de escenas, fuentes y recursos multimedia. Operación y gestión técnica. Cámaras, capturadoras y sistemas de video. Micrófonos, consolas e interfaces de audio. Iluminación para estudios. Control de calidad técnica, conectividad y resolución de contingencias durante la emisión.

Producción en Radio II

Práctica profesionalizante. Géneros y formatos. El texto sonorizado. El trabajo con la coyuntura y la atemporalidad. Ficción en radio. Producción integral y realización. Guion para informe, móvil, tema musical, efemérides, comentario, crónica, columna de opinión, informe editado, crónica con testimonio, columna de opinión y editorial. Sumario, fuentes e investigación. Perfiles.

Inteligencia artificial aplicada

Contenidos mínimos:

Evolución histórica. IA generativa y modelos de lenguaje. Transformaciones del ecosistema mediático. Automatización de procesos. Impacto de la IA sobre la profesión periodística. Nuevos perfiles laborales. Prompting. Estrategias para optimizar respuestas. Limitaciones técnicas. Alucinaciones, sesgos. Producción multimedia asistida por IA. Procesamiento de grandes volúmenes de información. Organización documental. Fact-checking asistido. Derechos de autor. Transparencia editorial. Protección de datos personales. Uso responsable de contenidos generados mediante IA. Acercamiento al diseño de proyectos comunicacionales integrando herramientas.

Medios, audiencias y plataformas

Contenidos mínimos:

Sociedad, medios, redes y poder. El contexto socio-político. Subjetividad y verdad. El mapa de los medios. Manipulación informativa. Intencionalidad editorial. Las escuelas de comunicación y sus modos de relacionarse con la producción y la circulación de los contenidos. Nuevos usuarios, nuevas prácticas, nuevos actores. Construcción del acontecimiento. Opinión pública y sentido común. Agenda setting y criterios de noticiabilidad. Comunicación, entretenimiento e información. Las redes sociales como territorio. Interacción, interfaz y ecosistema digital. Teoría del framing. Fakenews y pos-verdad. Infoentretenimiento.

Narrativas de no ficción

Contenidos mínimos:

La crónica y el perfil como géneros narrativos. El periodismo narrativo contemporáneo. La observación, la investigación y la entrevista como herramientas de producción. La búsqueda de historias. La construcción del enfoque. Recursos. La escritura de no ficción. El periodismo gonzo. a semblanza y otras aproximaciones biográficas. Producción y circulación de los géneros de no ficción. Estrategias de distribución en redes sociales. Adaptación de contenidos para plataformas. Integración de recursos multimedia y planificación editorial. Estrategias de circulación de proyectos.

Tecnología y Creatividad

Contenidos mínimos:

El proceso creativo. Técnicas de creatividad. El valor de un equipo. Storytelling y formas de contar historias. Multimedia, crossmedia y transmedia. Modelos de periodismo digital. Laboratorios digitales en institutos de comunicación. Visualizaciones. Infografías. El rol del usuario. Contar de manera lúdica: juegos, comic y memes. Periodismo de datos. El poder de lo sonoro: el podcast y la radio. Uso de audiogramas. Redes sociales: usos periodísticos, temporalidad y coberturas en tiempo real. Curación de contenidos. El rol del editor web. Nuevos medios: novedad, relevancia, interés y cercanía.

Producción audiovisual

Contenidos mínimos:

Periodismo para formatos audiovisuales. Géneros periodísticos audiovisuales. Noticiero: preproducción, producción y posproducción. Editorialización y jerarquización de noticias. La entrevista audiovisual. Preguntas y puesta al aire. Planos, dirección de miradas, puesta de cámaras, mics, iluminación.

Edición de video

Contenidos mínimos:

Planos, angulaciones de cámara. Preproducción, rodaje o grabación y montaje o postproducción. Resolución de imagen, fotogramas por segundo y relación de aspecto. Continuidad, ejes de acción, saltos de ejes, cortes en movimientos y jump cuts. Hoja de ruta. Premiere Pro. Música y efectos de sonido, textos, stickers y pngs, modos de fusión, efectos de video y transiciones. Keyframes, fotogramas claves. Ajustes de color. Brillo, contraste, sombras y luces. Atajos de teclado y herramientas varias: máscaras, modos de fusión y chroma key.

Guion

Contenidos mínimos:

Narración, relato e historia. Estructuras narrativas. Construcción de personajes. Conflicto, tensión y progresión dramática. Géneros y formatos narrativos. Guion para producción sonora y podcast. Lenguaje sonoro. Guion para producciones audiovisuales. Lenguaje audiovisual. Guion para redes sociales y plataformas digitales. Narrativa breve. Storytelling.

Oratoria

Contenidos mínimos:

Modelos y procesos de la comunicación interpersonal. Comunicación verbal y no verbal. Barreras comunicativas y contextos. Escucha activa y empatía. Técnicas para hablar en público con confianza y claridad. Uso del lenguaje corporal y gestualidad. Herramientas para superar el miedo escénico. La estructuración del discurso: organización de ideas y narrativa efectiva. Técnicas de persuasión. La comunicación proxémica. El impacto del contacto visual en la conexión con la audiencia. Comunicación asertiva. Adaptación de mensajes según el medio y la audiencia digital. Comunicación en equipos: roles, liderazgo y retroalimentación.

Podcast

Contenidos mínimos:

Práctica profesionalizante. Consumos on demand. Breve historia del formato. Elementos técnicos. Géneros del podcast: entrevistas, conversacional, informativo, entretenimiento, ficción, no ficción, experimentales. Planeamiento y estrategias para la producción. La voz y el micrófono. Estructura narrativa y guion técnico. Producción artística y diseño sonoro. Producción, edición, publicación, distribución y hosting del formato on demand. Dossier de proyectos: estructura y presentación.

Producción de contenidos

Contenidos mínimos:

Sumario: foco de la propuesta presentada al medio. Las fuentes de información. Búsqueda de archivo. Artículos de producción: características y formato. Entrecruce con otros formatos periodísticos. Incorporación y sistematización de etapas de trabajo y rutinas. Producción de contenidos a partir de la nota: explicadores (punteo informativo), textos para redes de microblogging, formatos para plataformas de mensajes breves. Trabajo colaborativo: roles y funciones. Rol del Jefe/a de Producto, interrelación entre área editorial y comercial de un medio. Métricas, feedback con la audiencia y el armado de “comunidad”. El newsletter como marca personal y curación de contenidos. Newsletters de autor y automáticos. Personalización del receptor. Segmentación de la información según la audiencia. Traspasar la pantalla: medios y proyectos fuera del plano digital: performances, libros, afiches, descargables y murales.

Tecnopolítica

Contenidos mínimos:

Tecnopolítica, comunicación y transformaciones del espacio público. Poder y evolución de las TIC. Sociedad de la información, sociedad de plataformas y ciudadanía digital. Transformaciones de la esfera pública. El papel de los medios en la construcción de consensos y disputas políticas. Historia argentina desde una perspectiva tecnopolítica. Comunicación política y ecosistemas digitales. Plataformas digitales y opinión pública. Redes sociales y construcción de agenda. Segmentación algorítmica. Campañas electorales. Polarización, cámaras de eco y discursos de odio. Nuevos liderazgos políticos y estrategias de comunicación en redes. Desinformación, propaganda y conflictos informativos. Fake news, posverdad, propaganda y operaciones de influencia. Guerra híbrida y conflictos comunicacionales contemporáneos. Geopolítica de las tecnologías. Disputas por la hegemonía tecnológica. Democracia, infraestructuras tecnológicas, soberanía

Comunicación organizacional y marketing

Contenidos mínimos:

Hacer prensa. Agencia. Brief del cliente. Prensa en un organismo o institución vs. prensa con clientes particulares. Prensa de un cliente desconocido vs. prensa de un cliente reconocido. Gacetillas y comunicados, entrevistas, conferencias de prensa, boletín informativo o newsletter. Plan y estrategia. Código visual. Pensar en la estrategia de comunicación no sólo desde la información textual sino también visual. Redes sociales: estrategia y difusión. Publicidad en redes sociales. Campañas por objetivos en META y Google Ads. Conjuntos de anuncios con selección de públicos, cronograma y presupuestos. Tipos de anuncios. Función del pixel para lograr conversiones. Estadísticas y monetización. Métricas. Reportes, clipping, tarifario para prensa y para redes o ambas. Presentación al cliente de una estrategia de prensa y comunicación.

Gestión de proyectos

Contenidos mínimos:

Proyectos comunicacionales. Diagnóstico de necesidades y oportunidades. Definición de objetivos, destinatarios y alcance. Identificación de actores involucrados. El proceso creativo. Organización del trabajo. Planificación y sostenibilidad de proyectos. Herramientas para la planificación. Cronogramas y asignación de responsabilidades. Recursos humanos, materiales y tecnológicos. Presupuesto. Propuesta de valor. Análisis FODA. Estrategias de sustentabilidad. Modelos de negocio. Fuentes de financiamiento. Construcción de comunidad y desarrollo de audiencias. Gestión, aspectos legales y evaluación. Liderazgo y seguimiento de proyectos. Indicadores de desempeño. Gestión de riesgos. Evaluación de resultados e impacto. Elaboración de informes. Personas jurídicas. Emprendimientos periodísticos y circulación de contenidos. Medios autogestivos y experiencias de comunicación independiente. Innovación, desafíos y oportunidades para proyectos periodísticos en el ecosistema digital contemporáneo.

Investigación y análisis de datos

Contenidos mínimos:

Datos, información y conocimiento. Búsqueda e investigación preliminar. Cultura de datos. Toma de decisiones basada en evidencia. Tipos de datos. Fuentes de información. Indicadores y métricas. Ética y protección de datos personales. Recolección y organización de datos. Analítica web y bases. Métricas de comunicación digital. Indicadores clave de desempeño (KPIs). Alcance, impresiones y engagement. Conversión. CTR. ROI. Métricas en redes sociales. Métricas en campañas digitales. Analítica de contenidos. Tablas dinámicas. Gráficos. Introducción a herramientas de Business Intelligence. Paneles de control (Dashboards). Automatización de reportes. Visualización e interpretación de datos. Elaboración de informes. Presentación de resultados. Interpretación de tendencias. Identificación de oportunidades de mejora. Analítica aplicada a proyectos de comunicación: diseño de indicadores y evaluación de campañas.

Investigación y análisis de datos

Contenidos mínimos:

Datos, información y conocimiento. Búsqueda e investigación preliminar. Cultura de datos. Toma de decisiones basada en evidencia. Tipos de datos. Fuentes de información. Indicadores y métricas. Ética y protección de datos personales. Recolección y organización de datos. Analítica web y bases. Métricas de comunicación digital. Indicadores clave de desempeño (KPIs). Alcance, impresiones y engagement. Conversión. CTR. ROI. Métricas en redes sociales. Métricas en campañas digitales. Analítica de contenidos. Tablas dinámicas. Gráficos. Introducción a herramientas de Business Intelligence. Paneles de control (Dashboards). Automatización de reportes. Visualización e interpretación de datos. Elaboración de informes. Presentación de resultados. Interpretación de tendencias. Identificación de oportunidades de mejora. Analítica aplicada a proyectos de comunicación: diseño de indicadores y evaluación de campañas.

UX/UI

Contenidos mínimos:

Práctica profesionalizante. Concepto y evolución de la experiencia de usuario. Diseño centrado en las personas. Audiencias digitales y comportamiento de usuarios. Tendencias actuales en medios digitales. Organización y jerarquización de contenidos. Sistemas de navegación. Principios de diseño visual. Usabilidad. Accesibilidad digital. Diseño responsive. Sistemas de diseño de interfaces. Wireframes. Prototipado de baja y media fidelidad. SEO y GEO. Generación asistida de contenidos. Aplicaciones de IA en UX/UI.

Realización audiovisual

Contenidos mínimos:

La narrativa audiovisual. El uso de la cámara. Dirección de fotografía, encuadre y composición. Luces, microfonía y sonido. Construcción de sentido desde la imagen audiovisual. La estructura para TV. El equipo. Periodicidad, instantaneidad, y cobertura. Fuentes, agendas y productos. El vivo y la edición. La capacidad narrativa y la capacidad dramática. Semiología de la imagen audiovisual. La escritura para el formato audiovisual. Contenido informativo para el formato audiovisual: géneros y métodos del trabajo periodístico.

Redacción publicitaria

Contenidos mínimos:

El mensaje publicitario y el lenguaje persuasivo. Ejemplos icónicos de copywriting publicitario. Brief creativo. Público objetivo. Brainstorming y generación de ideas publicitarias. Storytelling aplicado a la publicidad. El mensaje y los formatos. Copywriting digital. Estrategias de SEO Copywriting: palabras clave y optimización para motores de búsqueda. Estructuración de contenido publicitario en blogs, landing pages y correos electrónicos. Métodos para evaluar la efectividad del mensaje publicitario. Nuevas narrativas en la publicidad: microhistorias, interactividad y gamificación. El uso de la IA. Personalización masiva.

Legislación y derechos

Contenidos mínimos:

La ética y la moral en medios digitales. Imposición de sistemas valorativos desde los medios digitales. Fake news y manipulación en redes sociales. Problemas de la objetividad en la información online. Derecho a la información y la protección de datos personales. Derecho a la privacidad y la protección de la vida privada. Derechos y deberes en la producción de contenido digital. Propiedad intelectual. Dilemas éticos en el uso de inteligencias artificiales. Impacto de la imagen en la conformación de la agenda digital. Derechos humanos y la libertad de expresión en plataformas digitales. Regulación de contenidos digitales y su relación con la censura. El equilibrio entre regulación y autorregulación en entornos digitales.

Narrativas digitales

Contenidos mínimos:

Narrativas periodísticas en el ecosistema digital. Transformaciones del periodismo contemporáneo. Del contenido al producto periodístico. Audiencias, comunidades y fidelización. El rol del editor y del responsable de producto. Producción de contenidos para plataformas digitales. Curación de contenidos y cobertura periodística en tiempo real. Comunidades digitales, inteligencia artificial y analítica. Gestión de comunidades. Social listening. Calendarización de contenidos. Estrategias de participación e interacción. Métricas, indicadores de rendimiento (KPIs) e interpretación de resultados. Elaboración de informes.

Documental web

Contenidos mínimos:

Práctica Profesionalizante. La investigación para medios audiovisuales. Planificación, organización y control del proceso de producción. Realización integral de formatos audiovisuales. Cómo contar la historia. El conflicto. Funciones y áreas de la producción audiovisual. El armado del equipo profesional. La realización del envío. El plan y la pauta. Narrativa documental. Los modelos del cine documental: modalidad expositiva, modalidad observacional y modalidad participativa. La ética documental y su importancia. El montaje de una escena dentro de la no ficción. Postproducción. Roles y funciones y áreas de la producción audiovisual. Producción ejecutiva. Edición final. Presentación en vivo y programa enlatado. Comunicación del formato en redes sociales.

Producción de eventos

Contenidos mínimos:

Los eventos como herramienta de comunicación. El evento como estrategia de comunicación institucional. Eventos institucionales, corporativos, culturales, académicos, sociales, deportivos y promocionales. Roles y funciones del productor de eventos. Producción técnica, logística y coordinación operativa. Infraestructura y equipamiento técnico. Eventos digitales e híbridos. Moderación e interacción con audiencias digitales. Supervisión, evaluación e innovación en la producción de eventos. Coordinación general durante el evento. Gestión de contingencias y crisis. Control de calidad. Evaluación operativa.

Cultura y Lenguajes artísticos

Contenidos mínimos:

Debates sobre alta y baja cultura. Crítica en medios. Herramientas de análisis en torno al género y el estilo. Transposición, versión y remake. La época contemporánea y la pérdida del rumbo histórico. El arte en la era de la mímesis. La modernidad y lo posthistórico. Aproximaciones a la dimensión conceptual del arte. La desmaterialización de la obra. Inicios del cine. Nuevos modos de lectura del relato audiovisual meganarrativo. La reformulación de la industria audiovisual. Nuevos dispositivos de ocio: visionado on demand. Lo alternativo, lo indie y la contracultura. Los géneros populares.