

AÑO: 2019

1- Datos de la asignatura

Nombre	Tecnologías de la Información
--------	-------------------------------

Código	1104
--------	------

Tipo (Marque con una X)

Obligatoria	<input checked="" type="checkbox"/>
Optativa	<input type="checkbox"/>

Nivel (Marque con una X)

Pre-Grado	<input checked="" type="checkbox"/>
Post-Grado	<input type="checkbox"/>

Área curricular a la que pertenece	Fundamentación Disciplinar
------------------------------------	----------------------------

Departamento	Administración
--------------	----------------

Carrera/s	Tecnicatura Universitaria en Periodismo Digital
-----------	---

Ciclo o año de ubicación en la carrera/s	Primer año
--	------------

Carga horaria asignada en el Plan de Estudios:

Total	64
Semanal	4

Distribución de la carga horaria (semanal) presencial de los alumnos:

Teóricas	Prácticas	Teórico - prácticas
2	2	4

Relación docente - alumnos:

Cantidad estimada de alumnos inscriptos	Cantidad de docentes	Cantidad de comisiones

	Profesores	Auxiliares	Teóricas	Prácticas	Teórico-Prácticas
40	1	1			1

2- **Composición del equipo docente** (Ver instructivo):

Nº	Nombre y Apellido	Título/s
1.	Rodolfo Marcelo Ordoñez	Magister en Gestión de las Comunicaciones. Licenciado en Comunicación Social.
2.	María Verónica Riedel	Licenciada en Comunicación Social, Profesora Universitaria para nivel Secundario y Superior en Ciencias de la Comunicación.
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.	

Nº	Cargo								Dedicación			Carácter			Cantidad de horas semanales dedicadas a: (*)				
	T	As	Adj	JTP	A1	A2	Ad	Bec	E	P	S	Reg.	Int.	Otros	Docencia		Investig.	Ext.	Gest.
															Frente a alumnos	Totales			
1.			x							x			x		4	10			
2.					x					x			x		4	10			
3.																			
4.																			
5.																			
6.																			
7.																			

8.																			
9.																			
10.																			
11.	.	.	.																

(*) la suma de las horas Totale + Investig. + Ext. + Gest. No puede superar la asignación horaria del cargo docente.

3- Plan de trabajo del equipo docente

3.1. Objetivos de la asignatura.

- Que las/os alumnos incorporen los “saberes” teóricos - analíticos de las comunicaciones digitales interactivas.
- Que las/os alumnos desarrollen las habilidades práctico - profesionales “del hacer” comunicacional digital desde una perspectiva de la economía política de la hipermediación: producción, textos y consumo; con el fin de establecer comunicaciones digitales interactivas en las organizaciones y su entorno social.

3.2. Enunciación de la totalidad de los contenidos a desarrollar en la asignatura.

UNIDAD I. TECNOLOGÍA, SOCIEDAD Y COMUNICACIÓN

Sociedad de la información y sociedad del conocimiento: estado del arte. El desarrollo de la tecnología y su carácter de inevitabilidad. El determinismo tecnológico en el siglo XX y su énfasis en el XIX. El constructivismo social de la tecnología. Teoría de la comunicación frente a lo digital. Del Broadcasting a los nuevos medios. Las comunicaciones digitales interactivas: el actor en red y las perspectivas del poder con relación a la tecnología.

UNIDAD II. DE LOS HIPERMEDIOS A LA HIPERMEDIACIONES

La digitalización: la técnica y sus impactos. Los tres tipos de convergencias: redes, hardware y el software. Las hipermediaciones como objeto de estudio. Nuevo paradigma: las comunicaciones digitales interactivas. Las utopías digitales. La teoría del fetiche aplicada por algunos medios para sobrevivir.

UNIDAD III. CONVERGENCIA DIGITAL

Del móvil a la movilidad: la transformación de los antiguos teléfonos. La convergencia en el mercado de la movilidad. Los cambios en los hábitos de comportamiento a finales en el siglo XX. Los conceptos de always on – always off.

UNIDAD IV. NUEVAS TEORÍAS PARA NUEVOS MEDIOS

La crisis de los medios de comunicación de masas. Abundancia versus escasez. ¿Los nuevos medios quieren las masas? De la crisis al futuro de los medios. Consumo y costes de oportunidad. Contenidos troceados y nanoformatos. Las variables atención y disponibilidad del tiempo. El paso del clic al touch.

UNIDAD V. ECONOMÍA POLÍTICA DE LAS HIPERMEDIACIONES

La era de la pre-web. Web 1.0, 2.0 y 3.0/contextual. Economía política de las hipermediaciones como producción: cooperativa voluntaria y multiplataforma. Economía política de las hipermediaciones de los textos: hipertexto, hipermedia y hipertextualidad. Economía política de las hipermediaciones como consumo: del receptor al usuario, la usabilidad y la construcción social del usuario. Las distintas estrategias para e-government y e-commerce.

3.2. Bibliografía (básica y complementaria).

UNIDAD I

Básica

- Elizalde, Luciano (2006). Tecnología, sociedad y comunicación. Hacia un modelo integrado de los efectos y determinaciones de las tecnologías de la comunicación. Doxa Comunicación. Madrid, págs. 113-137.
- Elizalde, Luciano (2013). La comunicación como mecanismo social . Fundamentos teóricos para el desarrollo de un modelo aplicado de comunicación humana . Disponible en: https://www.conicet.gov.ar/new_scp/detalle.php?keywords=&id=29750&capitulos=yes&detalles=yes&capit_id=2110517
- Fuentes Navarro, Raúl (2010). Investigación de la comunicación : referentes y condiciones internacionales de un diálogo transversal de saberes. Signo y Pensamiento 57, volumen XXIX, págs. 38-49
- Lévy, Pierre (2007). Cibercultura. La cultura de la sociedad digital. México:Anthropos. Cap. 1, págs. 5-15.
- Milcham, Carl (1989). Tres formas de ser con la tecnología. Anthropos: Boletín de información y documentación, ISSN 0211-5611, N° 94-95 (Ejemplar dedicado a: Filosofía de la tecnología), págs. 13-26
- Sánchez Alfonso, Ileana. La sociedad de la información , sociedad del conocimiento y sociedad del aprendizaje. Bibliotecas anales de investigación. Año 12, Vol. 12, No. 2, 2016, págs. 235-243.
- Vacas Aguilar, Francisco (2013). La red virtuosa: de la ola al flujo. Buenos Aires: La Crujía. Cap. 2, págs.11-23.

- Winner, Langdon (1985). ¿Do Artifacts Have Politics? en: D. MacKenzie et al. (eds.), The social shaping of technology, Philadelphia: Open University Press. Versión castellana de Mario Francisco Villa en línea <https://www.oei.es/historico/salactsi/winner.htm>

Complementaria

- Elizalde, Luciano (1999). Recepción y sentido común . Estructura de los acontecimientos mediáticos conmocionantes y patrones de recepción. Estudios sobre el mensaje periodístico. ISSN 1134-1629, N° 5. Págs. 169-206.
- Latour, Bruno. (2007). Nunca fuimos modernos. Ensayo de antropología simétrica. Siglo XXI Editores. Buenos Aires, Argentina.
- Livingstone, Sonia (2009) On the mediation of everything: ICA presidential address 2008. Journal of communication, 59 (1). pp. 1-18. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x
- Puentes, Eduard Aibar (2001). Fatalismo y tecnología: ¿es autónomo el desarrollo tecnológico?. Versión en línea <https://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/0107026/aibar.html>
- Ronderos, Paula; Valderrama, Andrés (2003). El Futuro de la Tecnología : una aproximación desde la historiografía . Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación. ISSN 1681-5645. N° 5. (versión electrónica). Disponible en: <https://www.oei.es/revistactsi/numero5/articulo5.htm>
- Savater, Fernando. Transcripción literal de la Conferencia pronunciada en el II Congreso Internacional de Formación y Medios , en Segovia, el 6 de Julio de 1998. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/127605.pdf>
- Wiener, Norbert (1988). Cibernética y Sociedad. Buenos Aires: Sudamericana.

UNIDAD II

Básica

- McLuhan, Marshall (1996). Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del hombre. Buenos Aires: Paidós. Primera parte, págs. 25-83.
- McLuhan, Marshall. Inédito, La Marca Editora, 2016. Capítulos: el argumento, causalidad en el mundo eléctrico, págs. 67-79. La relación del entorno con el anti-entorno, págs. 97-108. Los nuevos medios como formas políticas, págs. 267-276. El medio es el mensaje, págs. 305-321. Leyes de medios, págs. 341-351.
- Scolari, Carlos (ed.) (2015). Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones. Barcelona: GEDISA. Cap. Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría (y más allá), págs. 12-31.
- Scolari, Carlos A. (2013). Hipermediaciones, Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: GEDISA. Cap. De los nuevos medios a las Hipermediaciones, págs. 110-119.

- Verón, Eliseo (2013). La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós. Capítulos 8: la materialidad del sentido; 11: el primer fenómeno mediático; 16: interludio. Las alteraciones de escala; 19: ¿seguimos en contacto?

Complementaria

- Aguiar, Henoch (2007). El futuro no espera. Políticas para desarrollar la sociedad del conocimiento. Buenos Aires: La Crujía.
- Albarello, Francisco (2012). La revolución virtual, riesgos y desafíos. Austral Comunicación, ISSN 2313-9129, ISSN-e 2313-9137, Vol. 1, N° 2.
- Albarello, Francisco (2012). Redes, conversaciones sociales. Austral Comunicación. Volumen 1 Número 1: 5-8. ISSN 2313-9137.
- Baggiolini, L., “Aportes para pensar una historia de las tecnologías de la comunicación”, en Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Volumen 1, Rosario, UNR, 1995.
- Becerra, Martín (2003). De la divergencia a la convergencia, en Sociedad de la información: proyecto, convergencia y divergencia. Buenos Aires: Norma.
- Han Byung – Chul (2013). La sociedad de la transparencia. Barcelona: Heder
- Negroponte, Nicholas (1995). El mundo digital. Barcelona: Ediciones B, S.A.

UNIDAD III

Básica

- Bustamente, Enrique (Coord.) (2003). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa.
- Crettaz, José (2016). Nuevos contextos regulatorios en el sector convergente de los medios , las telecomunicaciones y el entretenimiento : una propuesta de matriz de análisis. Austral Comunicación. Volumen 5 número 1, págs. 63-83.
- Vacas Aguilar, Francisco (2015). La nueva normalidad: evolución tecnológica, comunicación y empleo. Madrid: Ediciones CEF. Cap. 2, 3 y 4, págs. 31-54.

Complementaria

- Carr, Nicholas. (2010). Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes. Madrid: Taurus.

UNIDAD IV

Básica

- Fernández, Paola.(2014). Políticas públicas y enseñanza digital : claves para pensar la cultura digital. Austral Comunicación.Volumen 3 número 1: 71-90. ISSN 2313-9129
- Mariana Maestri (2011). Nuevos medios: implicancia, participación e interactividad , en Valdetaro S. (Coord.) El dispositivo McLuhan. Recuperaciones y Derivaciones, Rosario, UNR Editora. Págs. 72-83.
- Scolari, Carlos (ed.) (2013). Homo Videoludens 2.0. De Pacman a la gamification. Col·lecció Transmedia XXI . Laboratori de Mitjans Interactius. Universitat de Barcelona. Barcelona.
- Scolari, Carlos A. (2013). Hipermediaciones, Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: GEDISA. Cap. Conversaciones sobre las hipermediaciones, págs. 132-142.
- Scolari, Carlos A. (eds.) (2013). El fin de los medios masivos. Buenos Aires: La Crujía.

Complementaria

- Elizalde, Luciano (1998). Los jóvenes y las tecnologías de la comunicación y de la información. Hacia una etnografía de los entornos mediáticos. ZER Revista de Estudios de Comunicación; Bilbao, págs. 121-156.
- Elizalde, Luciano (2004). Comunicación de masas y espacio público en Habermas. Buenos Aires: Academia de Ciencias y Artes de San Isidro.
- Han Byung – Chul (2015). La salvación de lo bello. Barcelona: Heder
- Igarza, Roberto (2008). La lengua en las nuevas tecnologías. En Barcia, Pedro. (coord.). No seamos ingenuos. Manuel para la lectura inteligente de los medios. Buenos Aires: Santillana.

UNIDAD V

Básica

- Bizberge, Ana (2015). Los modelos de negocio de la televisión en internet en el mercado latinoamericano . Austral Comunicación. Volumen 4 número 1: 83-125. ISSN 2313-9129.
- Burbules, N. y Callister, T. (2001). Educación: riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información. Buenos Aires: Granica.
- Caldeiro, Graciela (2014). La comunicación en línea y el trabajo colaborativo mediado por tecnologías digitales . Austral Comunicación. Volumen3 número 1: 13-30. ISSN 2313-9129.
- Castells, Manuel (2006). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Fin de milenio, volumen 3. Buenos Aires: Siglo XXI Editores. Conclusión, págs. 410-421.

- Castells, Manuel (2008). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red, volumen 1. Buenos Aires: Siglo XXI Editores. Cap. Espacio de los flujos, págs. 409-436.
- E. Federico Corbière (2011). Capital financiero, información, cultura y larga duración en la era digital, en Valdetaro S. (Coord.) El dispositivo McLuhan. Recuperaciones y Derivaciones, Rosario, UNR Editora, 2011. Págs. 101-118.
- Scolari, Carlos (ed.) (2015). Hipermediaciones. Barcelona: GEDISA.

Complementaria

- Luchessi, Lila (2010). Nuevos escenarios detrás de las noticias: agendas, tecnología y consumo. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Manovich, Lev (2006). El lenguaje en los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital. 1° ed. Buenos Aires: Paidós.
- Tarullo, María Raquel (2018). La emoción en la comunicación política en Facebook : un análisis de los mensajes publicados en Facebook por los dirigentes políticos argentinos Cristina Fernández, Mauricio Macri, Sergio Massa y Daniel Scioli durante el período noviembre 2014 - noviembre 2015. Austral Comunicación. Volumen 7, número 1: 27-55.

4- Descripción de actividades de aprendizaje.

4.1. Destinatarios de la propuesta.

La asignatura Tecnologías de la Información es cuatrimestral y se inserta en el área de fundamentación disciplinar de la carrera Técnica de Periodismo Digital. Está destinada a las/os alumnos de primer año de esa carrera.

4.2. Propósitos.

Realizar un aporte específico al amplio marco teórico que se les brinda a los futuros técnicos en periodismo digital para que obtengan una completa formación. Para ello adoptaremos la metáfora del ecosistema, o sea la comunicación entendida como un conjunto de intercambios, hibridaciones y mediaciones dentro de un entorno donde confluyen tecnologías, discursos y culturas. Nos proponemos describir las transformaciones del ecosistema mediático a partir de las tecnologías de la información y estudiar las nuevas teorías sobre la comunicación digital interactiva que se han desarrollando en los últimos años. Además analizaremos algunos malentendidos surgidos en el territorio epistemológico en donde las teorías de la comunicación se cruzan con las tecnologías digitales.

4.3. Expectativas de logro en los estudiantes.

- Que identifiquen los nuevos medios y sus hipermediaciones, ingresando en el dominio de las comunicaciones digitales interactivas a partir de un debate sobre el objeto de estudio y las formas de nombrarlo.

- Que reconozcan y diferencien entre los discursos teóricos y los excesos ciberculturales.
- Que fortalezcan el espíritu crítico al entender la diferencia entre audiencia y usuario y el peligro que entraña la creencia en el mito de la usabilidad.
- Que incorporen las nuevas lógicas productivas del mundo digital, destinadas a favorecer el nacimiento de nuevos entornos colaborativos.

4.4 Encuadre metodológico.

La construcción metodológica de la propuesta consideró que los alumnos estudiaron las teorías de la comunicación de masas. Por lo tanto se buscará que comprendan las nuevas teorías de comunicación digitales interactivas. La cursada está organizada en unidades temáticas en las que se busca relacionar cada uno de los temas a desarrollar. Cada bloque se despliega a lo largo del tiempo según su complejidad y extensión. Cada unidad temática está organizada en dos niveles: el abordaje de conceptos teóricos con su correlato de ejemplos prácticos y la presentación de casos para su posterior análisis. Buscamos de esta manera generar un espacio de articulación y diálogo entre la teoría y la práctica. La materia contará con exposiciones teóricas, clases prácticas, espacios de producción, actividades individuales y grupales alternando momentos presenciales y no presenciales (campus virtual de la Facultad), buscando desarrollar buenas prácticas por parte de nuestros estudiantes.

5- Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones.

Unidad	Clase	Fecha	contenidos, actividades y evaluaciones	Modalidad
1	1	12/08/19	Presentación de la cátedra: estructura de contenidos y metodología de trabajo.	T/P
	2	16/08/19	Los malentendidos epistemológico en donde las teorías de la comunicación se cruzan con las tecnologías digitales.	T/P
	-	19/08/19	<i>Inactividad académica</i>	-
	3	23/08/19	Sociedad de la información. El determinismo tecnológico. El constructivismo social de la tecnología.	T/P
	4	26/08/19	Teorías de la comunicación de masas frente a lo digital.	T/P
	5	30/08/19	Del Broadcasting a los nuevos medios.	T/P
2	6	02/09/19	Teorías de comunicaciones digitales interactivas: hipermediaciones. Las utopías digitales	T/P
	7	06/09/19	La digitalización: la técnica y sus impactos.	T/P
	8	09/09/19	Los tres tipos de convergencias: redes, hardware y el software.	T/P

	9	13/09/19	Las hipermediaciones como objeto de estudio.	T/P
	10	16/09/19	Nuevo paradigma: las comunicaciones digitales interactivas. Las utopías digitales.	T/P
	11	20/09/19	La teoría del fetiche aplicada por algunos medios para sobrevivir.	T/P
	12	23/09/19	Presentación de la primera actividad pedagógica evaluable (APE). Revisión de temas y consultas 1er. parcial	P
	13	27/09/19	<i>1er. parcial</i>	-
3	14	30/09/19	Del móvil a la movilidad: la transformación de los antiguos teléfonos.	T/P
	15	04/10/19	La convergencia en el mercado de la movilidad.	T/P
	15	07/10/19	Los cambios en los hábitos de comportamiento a finales en el siglo XX.	T/P
	17	11/10/19	Los conceptos de always on – always off.	T/P
	-	14/10/19	<i>Inactividad académica</i>	-
	18	18/10/19	1er. recuperatorio	-
4	19	21/11/19	La crisis de los medios de comunicación de masas.	T/P
	20	25/11/19	Abundancia versus escasez. ¿Los nuevos medios quieren las masas?	T/P
	21	28/11/19	De la crisis al futuro de los medios. Consumo y costes de oportunidad.	T/P
	22	01/11/19	Contenidos troceados y nanoformatos. La web 2.0.	T/P
	23	04/11/19	Las variables atención y disponibilidad del tiempo.	T/P
	24	08/11/19	El paso del clic al touch.	T/P
5	25	11/11/19	La era de la pre-web. Web 1.0, 2.0 y 3.0/contextual.	T/P
	26	15/11/19	Economía política de las hipermediaciones como producción: cooperativa voluntaria y multiplataforma.	T/P
	-	18/11/19	<i>Inactividad académica</i>	-
	27	22/11/19	Economía política de las hipermediaciones como textos: hipertexto, hipermedia y hipertextualidad.	T/P
	28	25/11/19	Economía política de las hipermediaciones como consumo: del receptor al usuario, la usabilidad.	T/P

29	29/11/19	La construcción social del usuario. Revisión de temas y consultas 2do. Parcial	T/P
30	02/12/19	<i>2do. Parcial</i>	-
31	06/12/19	Las distintas estrategias para e-government y e-commerce.	T/P
32	09/12/19	Entre el saber y el hacer	T/P
33	13/12/19	Presentación de la segunda actividad pedagógica evaluable (APE).	T/P
34	16/12/19	<i>2do. recuperatorio</i>	-
35	20/12/19	Recuperatorio de APE. Cierre de la asignatura con la reflexión sobre el poder detrás de los nuevos medios.	T

6- Procesos de intervención pedagógica.

El sistema de trabajo en el aula tendrá una dinámica expositiva y participativa partiendo de la exposición del docente que se irá combinando con las intervenciones de los estudiantes en todo el trayecto. Se buscará el aprendizaje de los contenidos de cada unidad a través de la lectura previa por parte de los alumnos de la bibliografía indicada para cada clase, la fase expositiva del docente y la interacción lograda en el aula entre todos los miembros. De allí que tendrán también un carácter participativo, donde los alumnos puedan aportar sus conocimientos previos, posibles hipótesis de lecturas e información, así como dudas y cuestionamientos. Se construirán nexos entre autores y conceptos o teorías, así como entre conceptos y experiencias históricas, sociales y culturales.

6.1 Acciones a desarrollar

Se trabajará con guías de preguntas que ayuden a localizar los puntos críticos y nodales de cada tema, así como a establecer relaciones entre autores o textos, puntos de contacto y diferencias. También se realizarán trabajos sobre los textos. Se utilizarán medios o recursos que permitan objetivar los conocimientos que se pretenden alcanzar y como estrategia que fomente la interpretación y reflexión crítica, a través del uso de imágenes, videos y entrevistas. El acceso a internet, disponible en la Facultad, así como la computadora, proyector y equipo de audio, se convertirán en herramientas necesarias para el correcto desarrollo de la cátedra.

7- Evaluación

Realizaremos una encuesta, de interés para la cátedra, donde se interrogará respecto de los consumos culturales de los estudiantes. Consultaremos además sobre las expectativas acerca de la materia. Luego, durante el proceso se requerirá el desarrollo de trabajos que se integrarán con casos prácticos y resolución de cuestionarios teóricos que incorporaremos en el campus virtual de la facultad, con el fin de analizar el avance del

proceso de aprendizaje por parte de las/os alumnos. Las producciones serán discutidas en clase y evaluadas por los docentes con una devolución a posteriori.

El sistema de evaluación es promocional de acuerdo a las condiciones establecidas en el régimen de enseñanza:

- Requisitos para la promoción:

La obtención de la cursada regular supone el cumplimiento de las siguientes condiciones: la asistencia obligatoria del 60%, cumplimiento de las tareas y de las dos Actividades Pedagógicas Evaluables –APEs- fijadas por la cátedra. Aprobar los parciales o recuperatorios (nota igual o superior a 4) y promediar con nota igual o superior a 6. (Ver fechas de exámen en cronograma)

- Requisitos para evaluación habilitante:

Aprobar al menos un parcial teórico (nota igual o mayor a 4). 50% de aprobación de APEs.

- Requisito para evaluación final.

Haber aprobado los parciales o recuperatorios (nota igual o superior a 4) resultando el promedio menor a 6 o aprobando el examen habilitante (nota igual o mayor a 4).

* Se considerará “estudiante ausente” a aquellos estudiantes que no hayan rendido ningún parcial o recuperatorio.

* Los/as estudiantes que rindan y aprueben el primer parcial o su recuperatorio y por razones personales no puedan continuar con el cursado, pueden solicitar mediante nota que se dé de baja su inscripción a la asignatura.

8- Asignación y distribución de tareas de cada uno de los integrantes del equipo docente.

Las 4 horas semanales –presencial- se destinarán a exposición teórica, trabajos prácticos y evaluación, a cargo del Profesor Adjunto. La Ayudante Graduada (A1) ejecutará las APEs, las guías de lectura y los trabajos prácticos para cada uno de los temas abordados. La gestión y administración del aula virtual con el fin de despejar dudas, sugerencias, realizar trabajo colaborativo, seguimiento y monitoreo de cada actividad.

9- Justificación

La digitalización de la cultura es producto del acelerado proceso de informatización en desarrollo. Desde que irrumpieron, a mediados de la década de los ochenta, los ordenadores personales impulsaron una nueva etapa en el desarrollo de la sociedad de la información, con la

introducción de un procesamiento descentralizado con grandes capacidades de intercomunicación. La masificación de la informática produjo cambios notorios en la mayoría de las actividades cotidianas. Se ha incrementado significativamente el número de usuarios de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), aunque este aumento no es exponencial como el crecimiento de las capacidades de procesamiento, almacenamiento y comunicación de las computadoras.

Cada día participamos de más actividades mediadas digitalmente. Utilizamos objetos digitales con más frecuencia y nuestras relaciones interpersonales son básicamente mediatizadas por dispositivos electrónicos. Se percibe notoriamente, en los intercambios simbólicos, la efectividad de las ventajas de la era digital. Los efectos de la digitalización sobre los espacios de ocio, de entretenimiento y de educación comienzan a expresarse masivamente (Igarza, 2008)¹. Asistimos a una nueva etapa de las industrias culturales, sustentadas en la miniaturización electrónica (iPod y reproductores móviles, teléfonos celulares Smartphone, computadoras portátiles), y en las mejoras constantes de las aplicaciones telemáticas (mensajería electrónica, telefonía y videoconferencia por Internet, video on demand) y del rendimiento (velocidad/precio) de la conectividad a internet.

En este sentido, el contenido del programa desarrolla los principales aspectos de las comunicaciones digitales interactivas, que luego serán profundizados y ampliados de forma más específica en las materias de la misma área disciplinar que le siguen. Con este objetivo se incluyó bibliografía de autores clásicos, como así también textos explicativos para introducir a las/os estudiantes en las principales problemáticas sobre las TIC's, brindando de esta manera un panorama general. Por ello, sin evitar la complejidad de los temas que se abordarán, se ofrece un programa accesible y adecuado para los alumnos/as del primer año de la carrera.

¹ Igarza, Roberto (2008). No seamos ingenuos. Pedro Luis Barcia (et.al.), Buenos Aires: Santillana, pp. 279-305