

# SAGRADO

Universidad del Sagrado Corazón

ESCUELA DE COMUNICACIÓN FERRÉ RANGEL

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN CON ESPECIALIDAD EN  
PERIODISMO E INNOVACIÓN

## PRONTUARIO

**TÍTULO:** La visualización de la información con creatividad, ética y cumplimiento

**CODIFICACIÓN:** PER 605

**PRERREQUISITOS:** PER 603

**CRÉDITOS:** 3 créditos | 45 horas contacto | 1 término

### DESCRIPCIÓN

El curso explora las innovaciones en la visualidad como lenguaje narrativo de las historias de impacto y de trascendencia social. Aprovecha los conceptos universales estéticos de la fotografía y el vídeo de los medios tradicionales que prevalecen, y los fusiona con el lenguaje visual generado por los usuarios de los medios emergentes para crear una narrativa visual de vanguardia. Promueve el uso de herramientas tecnológicas para la producción de contenidos audiovisuales que complementan el artículo escrito en un portal Web, y a su vez se destacan por sí solos en las redes sociales y otras plataformas.

Este curso aprovecha el alto desarrollo tecnológico del teléfono móvil para producir imágenes y sonidos desde cualquier parte del mundo. Los formatos de producción y publicación incluyen la fotografía, el vídeo, las infografías, los vídeos móviles (capturados, editados y publicados), los vídeos de realidad virtual VR360, transmisiones en directo (*streaming*), animaciones cortas (*explainers*), GIF, Memes, nube de etiquetas (*tag cloud*) y *posts* visuales para los medios sociales. Examina aspectos legales y éticos de la creación y manipulación de imágenes y sonidos, destacando las consecuencias sociales y legales de su publicación dependiendo de la plataforma seleccionada. En el curso se hace uso de los programas novedosos más comunes en la industria.

### JUSTIFICACIÓN

La llegada de la Web 2.0 propició y aceleró vertiginosamente el desarrollo de nuevas plataformas digitales, principalmente las redes sociales y los medios emergentes, los cuales han sido exponencialmente amplificados con la llegada de los *smartphones*. La

ubicuidad del teléfono móvil ha tenido un efecto palpable e irreversible en el consumo de noticias. Esto ha presentado un gran reto para los medios tradicionales, los cuales han visto una reducción dramática en sus audiencias y en sus ingresos a la par con el crecimiento de los medios emergentes y la fragmentación de las audiencias. El periodista de la tercera década del siglo 21 necesita producir contenido noticioso visual para varias plataformas de distribución: periódicos, revistas, televisión, portales web, redes sociales, servicios de *streaming* y otros medios emergentes. Esto requiere el uso de técnicas y tecnologías propias de cada medio, con diferenciación de contenidos e información.

## COMPETENCIAS

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

- **Comunicación**
- **Innovación y emprendimiento**

## OBJETIVOS

Al finalizar el curso el o la estudiante será capaz de:

1. Identificar los conceptos estéticos de la fotografía y el vídeo de los medios tradicionales y el lenguaje visual generado por los usuarios.
2. Producir y publicar imágenes y sonidos informativos y de trascendencia desde un teléfono móvil (*smartphone*).
3. Demostrar en un *blog* su entendimiento de la narrativa visual de noticias en todas sus modalidades tanto para los medios tradicionales como emergentes.
4. Seleccionar y dominar los equipos y formatos apropiados en la narrativa visual para su uso en la Web, redes sociales y otras plataformas digitales.
5. Diferenciar el contenido visual de la noticia según la plataforma seleccionada, utilizando fotos, vídeos, infografías, realidad virtual (VR) o nube de etiquetas, entre otros.
6. Aplicar con sensibilidad ética los elementos de narrativas visuales en la publicación de contenidos informativos como herramienta de comunicación social responsable y trascendente.

## CONTENIDO

- I. Cultura visual de los medios tradicionales
  - A. Transformación de los medios informativos tradicionales en el siglo 21
  - B. Desarrollo de los medios informativos emergentes en el siglo 21.
  - C. El rol del *Prosumidor* en el lenguaje visual social
- II. Producción de la noticia visual: la fotografía
  - A. Elementos de la composición

1. Regla de tercios
  2. Contraste
  3. Planos
  4. Vectores
  5. Ángulos
  6. Luz y sombras
  7. Temperatura de color, luz natural y artificial
- B. Categorías de cámaras: DSLR y *mirrorless*
- C. Componentes básicos de las cámaras y sus accesorios
1. Lentes, cuerpo, luces, trípode, filtros
- D. Formatos de archivos digitales
- E. Manipulación de las imágenes: Lightroom y Photoshop
1. Recortar fotos (crop)
  2. Blanco y negro vs. color
  3. Ajuste de contraste y color
  4. Aspectos legales y éticos de la manipulación
- F. Redacción del calce: información y el SEO
- G. Construcción de foto-galerías y ensayos fotográficos
- III. Producción de la noticia visual: el vídeo
- H. Elementos de la composición
- I. Formatos de archivos digitales
- J. Categorías de cámaras: *camcorder*, acción, estudio y campo
- K. Sonido para vídeo
1. Micrófonos
  2. Audio ambiental, narración y entrevista
- L. Manipulación del vídeo: edición
1. Programas para edición lineal: Premiere Pro, Final Cut, Avid
  2. Corrección de contraste y color
  3. El montaje como herramienta de narración audiovisual
  4. La inserción de gráficos y textos en el vídeo
- III. Noticia de inmersión: VR 360
- A. Categorías de cámaras
- B. Integración del sonido

- C. Estilos de producción y diferenciación del vídeo bi-dimensional
  - D. Aplicaciones noticiosas
  - E. Integración del texto, gráficas y elementos interactivos
  - F. Programas para editar videos VR 360: Premiere Pro, Final Cut, Avid, Thinglink
- IV. Noticia con gráficas y texto: infografía
- A. Relevancia y aplicaciones noticiosas
  - B. Diseño y construcción
  - C. Uso de íconos, colores y texto
  - D. Herramientas de diseño: Adobe Illustrator y Photoshop
- V. Noticias para redes sociales
- A. Formatos verticales vs horizontales
  - B. Uso del vídeo, sonido y texto para Twitter, IG y FB
  - C. Uso del vídeo, sonido, texto y efectos especiales en TikTok
  - D. Uso de las fotos, texto y sonido para Twitter, IG y FB
  - E. Creación de animaciones GIF y Memes
  - F. Transmisiones en directo para Twitter, IG, FB y TikTok
- VI. Uso del teléfono móvil para audiovisuales informativos
- A. Características ópticas y sonoras del *smartphone*
  - B. Formatos de fotos, vídeos y sonido
  - C. Captura de fotos, vídeos y sonido
  - D. Herramientas para editar fotos, vídeos y sonido: Rush, iMovie, Lightroom
  - E. Transmisiones en directo desde un *smartphone*
  - F. Accesorios para móviles: micrófonos, lentes, plataformas y trípodes
- VII. Aspectos legales y éticos de la información visual
- A. Propiedad intelectual y derechos de autor
  - B. Contenido indecente vs. contenido artístico
  - C. Sección 230 del CDA
  - D. Imágenes de menores de edad
  - E. Uso razonable periodístico

## **METODOLOGÍA**

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

- El curso se desarrollará mediante comunicación en línea con el profesor utilizando

la plataforma *Canvas*.

- Ejercicios cortos y variados para que el estudiante aplique las técnicas adquiridas para cada medio visual.
- Proyectos de aprendizaje donde el estudiante presenta en un foro de discusión el borrador de sus proyectos para retroalimentación con sus compañeros.
- Colaboración con otros estudiantes en el desarrollo visual de noticias multimedia.
- Publicar en su *blog* los ejercicios, asignaciones y proyectos aplicando el Pensamiento de diseño.
- Aprendizaje y certificaciones profesionales sobre los programas para la captura, manipulación y publicación de imágenes y sonidos a través de plataformas interactivas (*LinkedIn Learning*).

## EVALUACIÓN

Composiciones	20%
Proyecto Final (Blog)	30%
Participación Interactiva	10%
Trabajos Parciales	40%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

## AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adornato, A. (2018). *Mobile and Social Media Journalism*. Thousand Oaks, California: CQ Press/SAGE
- Amin, S. (2019). *Periodismo ciudadano, manipulación y fotoperiodismo ético*. IJNET Red Internacional de Periodistas. <https://ijnet.org/es/story/periodismo-ciudadano-manipulaci%C3%B3n-y-fotoperiodismo-%C3%A9tico>
- Bean, A. (2021) *The VidSpark Playbook for Social Video Strategy*. *Poynter Institute*. <https://www.poynter.org/reporting-editing/2021/vidspark-playbook-social-video-strategy/>
- Beaudet, M., Wihbey, J. (2019). *Reinventing Local News*. *Shorenstein Center on Media*, Northeastern University. <https://shorensteincenter.org/reinventing-local-tv-news/>
- Berkley Graduate School of Journalism, (SF). *Tutorials*. Advanced Media Institute. <https://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/>
- Foreman, G. (2015). *The Ethical Journalist: Making Responsible Decisions in the Digital Age*. (2da edición). Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell.

Gómez-Domínguez, P. (2017). *Cómo son las noticias en vídeo que impactan en las redes sociales: Informe del Reuters Institute*. Observatorio de Cibermedios, Universidad Pompeu Fabra. <https://observatoriocibermedios.upf.edu/noticias-en-video-redes-sociales>

Ivo, B. & Quinn, S. (2015). *MOJO: The Mobile Journalism Handbook: How to Make Broadcast Videos with an iPhone or iPad*. New York, NY: Focal Press.

Wilson, S. (SF). *Infographics*. California State University San Marcos. <https://www.csusm.edu/iits/services/ats/idesign/toolkits/infographics.html>

Yusuf, O. (2019). Mobile Journalism: How to use your phone to produce great videos and build a social audience. *Knight Center Journalism Courses*. <https://journalismcourses.org/course/mobilejournalism/>

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>

## **ACOMODO RAZONABLE**

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

## **HONRADEZ ACADÉMICA, FRAUDE Y PLAGIO**

Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(\*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Honestidad Académica (DAEE 205-001) con fecha de efectividad de agosto 2005.