

---

SECRETARIA DE POSGRADO E INVESTIGACION

Dirección: Av. Benjamín Aráoz 800, San Miguel de Tucumán, Tucumán, Argentina (C.P. 4000) - Teléfono: 54 (381) 4847358 Correo electrónico: [posgradofilo@filo.unt.edu.ar](mailto:posgradofilo@filo.unt.edu.ar) - Página web: <http://filo.unt.edu.ar/posgrado/>

---

**Curso de Posgrado**

**LA GESTIÓN INFORMATIVA EN ENTORNOS DIGITALES**

**-Profesora a cargo:** Dra. Lila Luchessi

**-Destinatarios:** Graduados universitarios con formación en comunicación, periodismo y medios digitales. Profesionales del campo periodísticos y de la comunicación. Estudiantes de grado y posgrado

**-Duración** 40 (cuarenta) horas.

**-Fundamentación**

Los procesos de digitalización incluyen la idea de interacción entre la producción y las audiencias. Si bien un 40% de la población mundial no tiene acceso a internet (BM, 2020) la tendencia de la gestión informativa establece que los usuarios se caracterizan por realizar consumos activos, en los que la participación y la cocreación son centrales para la elaboración de las noticias, al tiempo que establecen vinculaciones a través de canales lejanos a la prensa institucionalizada.

En las negociaciones que se requieren para elaborar un equilibrio entre las formas de producción tradicionales y el quiebre que las audiencias (devenidas usuarias y coproductoras de la información) se logró establecer que las formas no convencionales de consumo, interacción y circulación de la información adquieran una estabilidad en la comprensión de usuarios y productores para denominar la acción del periodismo.

En este contexto, signado por la plataformización, la crisis de credibilidad de los medios y sus profesionales y la acción de los usuarios -sostenida en creencias y sesgos confirmatorios de los supuestos que establecen el contrato con los productores de información- las rutinas tradicionales que caracterizaron a los medios tradicionales y el proceso de *newsmaking* deben ser revisadas.

Es el objetivo general del curso es problematizar acerca de qué agentes de la sociedad protagonizan la producción, circulación e influencia de la información y cuáles son los modos en los que el periodismo establece ciertas regularidades para elaborar la información que requiere la sociedad.

**-Objetivo general**

En un contexto de comunicación a través de plataformas en las que la co-creación, las intervenciones y la participación de los usuarios transforman a las audiencias tradicionales, el foco está puesto en analizar los efectos de las interacciones en la calidad de la información, los modos de comprensión social y la circulación informativa a través de las plataformas.

---

**SECRETARIA DE POSGRADO E INVESTIGACION**

**Dirección:** Av. Benjamín Aráoz 800, San Miguel de Tucumán, Tucumán, Argentina (C.P. 4000) - **Teléfono:** 54 (381) 4847358 **Correo electrónico:** [posgradofilo@filo.unt.edu.ar](mailto:posgradofilo@filo.unt.edu.ar) - **Página web:** <http://filo.unt.edu.ar/posgrado/>

---

**-Objetivos particulares**

- Establecer el rol de los profesionales en el proceso de construcción informativa
- Analizar la conformación de burbujas de opinión
- Problematizar el rol de los consumidores en la construcción informativa

**-Programa de contenidos:**

**Unidad 1: Quiénes hacen las noticias**

Entornos digitales. Modos de producción. Circuitos constructivos. Criterios de noticiabilidad. Las redacciones digitales. Linealidad versus interacción. El periodismo en disputa de la agenda

**Unidad 2: Los consumos incidentales**

Las burbujas de ocio. Los indicadores de confianza. El quiebre de la racionalidad informacional. La creencia y la credibilidad. Qué hay de nuevo en las fake news.

**Unidad 3: Los usuarios en el centro**

El fin de la fidelización. ¿Qué hacer con el concepto de audiencia? Cómo construir comunidades de usuarios. La interacción como camino

**-Modalidad de dictado.**

Intensivo presencial/híbrido de tres días con seis módulos de 4 horas. (24 horas). 6 horas de consulta a través de plataforma digital y 10 horas dedicadas a la realización del trabajo final. También se usará el foro para consultas por fuera de los encuentros programados.

**-Estrategia metodológica**

El curso se realizará de modo intensivo en tres encuentros de ocho horas. Cada uno de ellos constará de dos módulos de cuatro horas separados del siguiente modo: 8 a 12 y 16 a 20.

Terminado el dictado presencial, se estipularán tres encuentros de dos horas a través de la plataforma para consultas sobre el trabajo final al que se le dedicarán 10 horas.

---

SECRETARIA DE POSGRADO E INVESTIGACION

Dirección: Av. Benjamín Aráoz 800, San Miguel de Tucumán, Tucumán, Argentina (C.P. 4000) - Teléfono: 54 (381) 4847358 Correo electrónico: [posgradofilo@filo.unt.edu.ar](mailto:posgradofilo@filo.unt.edu.ar) -Página web: <http://filo.unt.edu.ar/posgrado/>

---

**-Modalidad de evaluación**

Los estudiantes tendrán que entregar un trabajo de diagnóstico de un medio a elección. La metodología a aplicar será de triangulación y deberá contener métricas, observación no participante de coberturas y -al menos- dos entrevistas a productores de información.

El documento a entregar será un informe de 10 páginas en el que se plantee el problema, el objeto de estudio, los objetivos y supuestos de investigación, el análisis y la bibliografía. La metodología es la que se estipula en el primer párrafo de este apartado.

**-Bibliografía**

- ARCILA, C y FERRER, A. (Eds). (2011). Reflexiones sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad Digitalización y Ecología de Medios. San Cristóbal, Universidad de los Andes.

Canavilhas, J. (2011). El nuevo ecosistema mediático. *index.comunicación*, 1(1), 13-24.

<http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/4/>

- BOCZKOWSKI, P Y MICHELSTEIN, E (2015) La brecha de las noticias. Buenos Aires. Manatíal PP. 143-160
- CEBRIAN HERREROS, M. (2008). “La Web 2.0 como red social de comunicación e información”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 2008, 14 345-361. ISSN: 1134-1629.
- CIANCIA, M y MATEI, M. (2018). “Tell me Story, but it Should be real! Design Practice Transmedia Journalism”, en GAMBARATTO RAMPAZO, R. y ALZAMORA G. (eds) *Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age*. Hershey, USA, IGI Global.
- ESAU SALVADOR BRAVO LUIS (2019) El Énfasis está en las Relaciones más que en los Dispositivos:

Estudiando la Interfaz desde el Pensamiento Socio-Cibernético. En Burgos, T y Cunha, R (Orgs.)

*Interfaces Contemporâneas no Ecosystema Midiático*. 1a Edição - Aveiro: Ria Editorial

- INTERNATIONAL COMMUNICATION ASOCIATION. (SF). *Taking Audience Research into the Age of New Media: Old problems and new challenges*. Traducción: Lila Luchessi. Buenos Aires, Julio de 2018.
- KIRZNER, D (2014) *Contenidos y nuevos hábitos de consumo en medios*. Pensar sobre la Marcha En Irigaray, F y Lovato, A *Hacia una comunicación transmedia*. Rosario. UNR editora.
- LIUZZI, Á. (2014). *Transmedia “Historytelling”*. Redes, fuentes y calidad de la información.



---

SECRETARIA DE POSGRADO E INVESTIGACION

**Dirección:** Av. Benjamín Aráoz 800, San Miguel de Tucumán, Tucumán, Argentina (C.P. 4000) - **Teléfono:** 54 (381) 4847358 **Correo electrónico:** [posgradofilo@filo.unt.edu.ar](mailto:posgradofilo@filo.unt.edu.ar) - **Página web:** <http://filo.unt.edu.ar/posgrado/>

---

- LUCHESSI, L. (2016). “Descentramientos, influencias y reacomodamientos en el ejercicio periodístico”. En AMADO SUÁREZ, A. Periodismos argentinos: modelos y tensiones del siglo XXI. Buenos Aires, Konrad Adenauer Stiftung.
- LUCHESSI, L. (2018). “Viral News Content, Instantaneity, and Newsworthiness Criteria”, en GAMBARATTO RAMPAZO, R. y ALZAMORA G. (eds) Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age. Hershey, USA, IGI Global.
- LUCHESSI, L Y CETKOVICH BAKMAS, G “Punto ciego”. En Luchessi, L y Rodsrioguez, M (2007) Fronteras globales. Cultura, política y medios de comunicación. Buenos Aires, La Crujía. Pp. 251-273
- PUJOL, D. (2015) “Algoritmos, editores y métricas en el negocio digital”, en ROITBERG, G. Y PICCATO, F., Periodismo disruptivo. Dilemas y estrategias para la innovación. Buenos Aires, La Crujía.
- REUTERS INSTITUTE (2022) Periodismo, medios y tecnología: tendencias y predicciones para 2022 en <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/periodismo-medios-y-tecnologiatendencias-y-predicciones-para-2021>
- RUIZ MORENO, S. (2014) “Las características de las narrativas transmedia naturalmente apropiadas a las necesidades comunicativas de las comunidades”, en IRIGARAY, F. y LOVATO, A. Hacia una comunicación transmedia. Rosario, UNR editora.
- SCOLARI, C. (2015). Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones, Barcelona, Gedisa.
- VAN DIJCK, J. (2016) La cultura de la conectividad. Una historia Crítica de las redes sociales. Buenos Aires, Siglo XXI.

Dra. Lila Luchessi  
**Profesora dictante**