



Ministerio de Cultura y Educación

Universidad Nacional de San Luis

Facultad de Ciencias Humanas

Departamento: Comunicación

Area: Area 7: Estrategias de Producción

(Programa del año 2023)

(Programa en trámite de aprobación)

(Presentado el 17/08/2023 17:20:33)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION I	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2023	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
PONCE, VIVIANA MERCEDES	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
ORTIZ, GISELLA SABRINA	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 Hs
ROSALES, MILAGROS DAHYANA	Auxiliar de Práctico	A.2da Simp	10 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
Hs	2 Hs	Hs	2 Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
B - Teoría con prácticas de aula y laboratorio	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
07/08/2023	18/11/2023	15	60

IV - Fundamentación

En la era digital, los procesos de acceso, selección y comunicación de la información se amplían y diversifican gracias a la multiplicidad de herramientas tecnológicas que brindan nuevas alternativas de búsqueda, producción, circulación y recepción de la información. Las actuales sociedades de la información y del conocimiento exigen del comunicador la adquisición de competencias que permitan la búsqueda, evaluación, organización y comunicación eficiente de la información, por múltiples vías y en múltiples formatos. En este sentido y desde esta asignatura, se focaliza especialmente en el proceso de investigación en la red favorecido a través de las búsquedas de información en la WWW: Visible, Invisible y Semántica; con la consecuente mirada reflexiva y crítica vinculada al proceso de la comunicación digital.

El uso eficiente, crítico y significativo de las herramientas y estrategias de búsqueda, en el marco de un proyecto de la vida real, que las oriente y dé sentido, posibilitará a futuro que nuestros/as estudiantes puedan poner en juego, en situaciones comunicacionales concretas, las destrezas y habilidades alcanzadas, tan requeridas en el mundo actual.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

- Reconocer y distinguir las características de la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento actuales, y sus alcances en el campo de la comunicación social.
- Reconocer y operar con los diversos tipos de buscadores de información en la Web Superficial, Invisible y Semántica; seleccionando el que más se adecue en función de una investigación concreta, aplicando técnicas y estrategias específicas.
- Operar con la información obtenida como resultado de las búsquedas mediante un adecuado registro, organización y evaluación de su veracidad y calidad.

VI - Contenidos

Unidad 1: La era digital y sus alcances en el campo de la comunicación social.

Sociedad de la información y del conocimiento en la era digital: características, ejemplos y demandas a los comunicadores sociales y su profesión. Implicancias de la era digital en los procesos de investigación y comunicación de la información: discreción, honestidad y prevención al navegar por la Web.

Unidad 2: Búsqueda de información en la WWW: Superficial, Invisible y Semántica.

Investigación en Internet: definición, características y mitos en torno a las búsquedas. Buscadores de información: definición, características, formas de buscar y tipologías más frecuentes: por palabra clave y por directorio o categorías. La WWW: fases evolutivas, clasificación, definición y características. Buscadores de la Web Visible, Invisible y Semántica: tipologías, características y estrategias de búsqueda simples, avanzadas e inteligentes. Potencialidades, limitaciones, desafíos y riesgos de las búsquedas de información en la era de la Inteligencia Artificial.

Unidad 3: Organización, Reconocimiento de fuentes y Evaluación de información. Derechos de autor.

Registro y organización de información en línea y fuera de línea. Fuentes de información digitales: definición, características y tipologías: primarias, secundarias y terciarias. Criterios de evaluación para determinar calidad y veracidad de un recurso de la web: por autor, contenido y calidad. Derechos de autor sobre los contenidos propios y ajenos que circulan por la Web.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Para el desarrollo de la propuesta práctica de la asignatura, se avanzará sobre las etapas de un único Trabajo Integrador denominado: "Investigación en Internet", que aborda los principales contenidos enunciados en el programa:

- Etapas 1: Búsqueda de información en la WWW: Visible, Invisible y Semántica.
- Etapas 2: Registro y evaluación de la información. Análisis y Descripción del proceso de búsqueda.

De forma gradual y paulatina, y a lo largo de las clases prácticas presenciales que se ofrecerán desde la Cátedra, se contribuirá a su realización y evaluación continua, en un recorrido que finaliza con la evaluación del examen parcial.

VIII - Regimen de Aprobación

Para aprobar la asignatura por promoción se pide que el/la estudiante:

- Asista al 80% de las teorías y prácticas de la asignatura.
- Envíe y apruebe el Práctico Integrador de Investigación en Internet, con una nota mayor o igual que 7 (siete).
- Apruebe el Parcial de Defensa del Práctico Integrador de Investigación en Internet, en modalidad presencial, con una nota mayor o igual que 7 (siete).
- Envíe y apruebe la Guía Integradora de Lectura Teórica de Investigación en Internet, con una nota mayor o igual que 7 (siete).
- Apruebe el Parcial de Defensa de la Guía Integradora de Lectura Teórica de Investigación en Internet, con una nota mayor o igual que 7 (siete).

Para regularizar la asignatura se pide que el/la estudiante:

- Asista al 80% de las teorías y prácticas de la asignatura.
- Envíe y apruebe el Práctico Integrador de Investigación en Internet, con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete).
- Apruebe el Parcial de Defensa del Práctico Integrador de Investigación en Internet, en modalidad presencial, con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete).

Respecto de rendir libre la asignatura:

- Dado su carácter eminentemente práctico, Tecnología de la Comunicación II no podrá ser rendida en calidad de estudiante libre (Res. 916/010 y Res. 155/14); salvo condiciones excepcionales y debidamente justificadas (imposibilidad de cursado por dificultades con horario laboral, lugar de residencia y/o enfermedad, entre otros).

*A fin de promover la regularidad y/o aprobación de la asignatura cada examen parcial dispone de 2 (dos) recuperaciones (Ord. C.S. 32/14 - Ord. C.S.13/03 y Ord. C.S. 26/97).

*En el caso de la evaluación del Práctico Integrador y Guía Integradora se otorga una única recuperación, a fin de contemplar

la duración y crédito horario de la asignatura.

*Para mayor información consultar al correo electrónico: tecnologiadelacomunicacionsl@gmail.com con copia a vivianaponce@gmail.com

IX - Bibliografía Básica

[1] [UNIDAD 1]

[2] Herrera Sánchez, J.J. (2014): "Alcances de la sociedad de la información y del conocimiento". Filo de palabra, N° 16, ISSN: 2027-906X. Disponible en:

<http://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/filodepalabra/article/download/1012/1124> [Págs. 9-12]

[3] Salaverría, R. (2014). Navegar por la web. Apuntes de Familia N° 26, ISSN: 1794-502X. Disponible en:

https://www.academia.edu/18508746/Navegar_por_la_web [Págs. 24-25]

[4] Latuff, L. y Nakhoul, S. (2012): "La comunicación digital en la sociedad del conocimiento". Documento de Cátedra.

Disponible en: <https://unexpo.files.wordpress.com/2012/02/sociedadconocimiento.pdf> [Págs. 1-5; 9-10; 11-14]

[5] Salvat Martinrey, G. & Serrano Marín, V. (2011): "La revolución digital y la sociedad de la información". Comunicación social, Ediciones y Publicaciones. Disponible en:

https://www.researchgate.net/publication/304624576_la_revolucion_digital_y_la_sociedad_de_la_informacion [Págs. 13-35]

[6] [UNIDAD 2]

[7] Linares Ballesteros, J. M. (2023). ¿Cómo va a impulsar la eficacia de los buscadores la inteligencia artificial? Newsletter: Entre otras cosas, Marketing. Disponible en:

<https://www.linkedin.com/pulse/c%C3%B3mo-va-impulsar-la-eficacia-de-los-buscadores-linares-ballesteros/?originalSubdomain=es> [Págs. 1-10]

[8] Bensení, G. y César, C. (2019). El uso de las TICs en la divulgación de resultados de investigación. Hacia un nuevo concepto: "Tesis viva". IV Simposio Internacional y XV Jornadas de Investigación: "De la producción al intercambio social del conocimiento". Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3322/1/benseny-cesar-2020.pdf> [Págs. 752-758- La evolución de la web]

[9] Tovar, D. Pimienta, L. y Ramírez, E. (2015). "Internet: más allá de la superficie". Revista Científica, 21, 81-90. Doi: 10.14483/udistrital.jour.RC.2015.21.a08. Disponible en:

<http://revistas.udistrital.edu.co/ojs/index.php/revcie/article/viewFile/8809/10158> [Págs. 1-10]

[10] [UNIDAD 3]

[11] Silverman C. (2016): "Manual de Verificación: Una guía definitiva para verificar el contenido digital en emergencias". European Journalism Center. The Poynter Institute. Disponible en: https://verificationhandbook.com/book_es/ [Cap.3, Cap.4, Cap. 5, Cap. 10]

[12] Biblioteca Universitaria (2015): "Cómo evaluar la información encontrada". Universidad de Alicante, España.

Disponible en: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/46567/1/ci2_avanzado_2014-15_Como-evaluar-informacion.pdf [Págs. 1-21]

[13] ONG Derechos Digitales (2014): "Guía de buenas prácticas en Internet". Disponible en:

<https://www.derechosdigitales.org/wp-content/uploads/Gu%C3%ADa-de-Buenas-Pr%C3%A1cticas-Final.pdf> [Págs. 1-20]

X - Bibliografía Complementaria

[1] Guerrero Solé, F. y Ballester, C. (2023). "El impacto de la Inteligencia Artificial en Comunicación. Tendencias".

Hipertext.next: Revista Académica sobre Comunicación Digital y Comunicación Interactiva, N° 26. Disponible en:

<https://raco.cat/index.php/Hipertext/issue/download/31529/Hipertext.net%20%7C%20N%C3%BAmero%2026%20%7C%20Mayo%202023%20%7C%20E1%20Impacto%20de%20la%20Inteligencia%20Artificial%20en%20Comunicaci%C3%B3n.%20Tendencias; pp. 37-52>

[2] Prodigioso Volcán y Otros (2023). "Inteligencia artificial para periodistas. Una herramienta por explotar". Prodigioso Volcán. Disponible en:

<https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/ia-periodistas/prodigioso-volcan-IA-para-periodistas.pdf> [Cap.4]

[3] Inteligencia Artificial (2023). "Aplicaciones de Inteligencia Artificial en la búsqueda de información". Disponible en:

<https://inteligenciaartificials.com/aplicaciones-de-inteligencia-artificial-en-la-busqueda-de-informacion/>, pp. 1-11

[4] Galiana, P. (2022). "¿Qué son los Deepfakes y cómo detectarlos?". Escuela de Negocios de la innovación y los

emprendedores. Disponible en: <https://www.iebschool.com/blog/deepfakes-como-detectarlas-business-tech/> [Págs. 105-126]

[5] Crucianelli, S. (2021). "Investigar en la Web". Knight Center for Journalism of América. Disponible en:

<https://journalismcourses.org/wp-content/uploads/2021/08/1-Investigar-en-la-Web-.pdf>; pp. 1-13

[6] García, F. J. (2021). "Deepfakes: el próximo reto en la detección de noticias falsas». Anàlisi: Quaderns de Comunicació i

Cultura, 64, 103-120. DOI: <https://analisi.cat/article/view/v64-garcia> [Págs. 105-118]

[7] Redondo, M. (2018). “Verificación digital para periodistas. Manual contra bulos y desinformación internacional. UOC, España. [Cap.7, Cap.8, Cap. 9]

[8] Vizoso, A., Pereira Fariña, X. y López García, X. (2018). “Habilidades tecnológicas en el perfil del fact checker para la verificación de la información en la sociedad red”. Revista Estudos em Comunicação N° 27, vol. 1; pp. 105-126

[9] Molano, A. (2014): “¿Qué es la Internet Invisible o la Internet profunda? Disponible en: <https://es.scribd.com/document/339923891/Que-Es-Internet-Invisible-o-Internet-Profunda#>, pp. 1-3

[10] Peña Ochoa, P. (2013): “¿Cómo funciona Internet? Nodos críticos desde una perspectiva de los derechos. Guía de periodistas”. ONG Derechos digitales. Disponible en: <https://www.derechosdigitales.org/wp-content/uploads/Como-funciona-internet-ebook.pdf>; pp. 56-72

[11] Fernández García, J. J. (2008): “Más allá de Google”. Libros Infonomia. Disponible en: http://www.maestrosdelweb.com/util/Mas_alla_de_Google_2008_v5.pdf; pp. 18-102

[12] Stallman & Otros (2008): “Contra el Copyright”. Ediciones Tumbona. Disponible en: <https://radioslibres.net/wp-content/uploads/2019/09/libreria-contra-el-copyright.pdf>; pp. 45-71

XI - Resumen de Objetivos

- Reconocer y distinguir las características del contexto actual y sus alcances en el campo de la comunicación social.
- Reconocer y operar con los diversos tipos de buscadores en la Web Superficial y Realmente Invisible, mediante técnicas y estrategias específicas.
- Operar con la información obtenida como resultado de las búsquedas mediante un adecuado registro, organización, evaluación de su veracidad y calidad y difusión escrita.

XII - Resumen del Programa

- Unidad 1: La era digital y sus alcances en el campo de la comunicación social. Implicancias en los procesos de investigación y comunicación de la información.
- Unidad 2: Búsqueda de información en la WWW: Superficial, Invisible y Semántica. Estrategias de búsqueda: simples, avanzadas e inteligentes.
- Unidad 3: Fuentes de información digitales. Registro, organización y criterios de evaluación de recursos web. Derechos de autor.

XIII - Imprevistos

La Cátedra aloja sus contenidos: teóricos, prácticos y evaluativos en la plataforma Google Classroom y desarrolla todas sus tipologías de clase: teóricas, prácticas, evaluativas y de consulta, en modalidad presencial. Asimismo y ante razones de fuerza mayor admite la realización de clases prácticas o de consulta, en modalidad no presencial, en la plataforma de videollamada: Google Meet.

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
Profesor Responsable	
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	