



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 2024)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 14/08/2024 09:32:29)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION I	LIC.EN PERIODISMO	013/0 9	2024	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
PONCE, VIVIANA MERCEDES	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
ANDREONI, LUISINA	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 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 - Teoria con prácticas de aula y laboratorio	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
05/08/2024	15/11/2024	15	60

IV - Fundamentación

La convergencia de las telecomunicaciones, Internet y la Informática han favorecido el surgimiento de múltiples tecnologías de búsqueda, análisis, producción, circulación y consumo de la información.

El periodismo actual se encuentra ante nuevas posibilidades que, como producto de la era digital y los avances recientes en la inteligencia artificial, definen y redefinen su rol de forma constante y vertiginosa.

En consonancia con las actuales y vigentes sociedades de la información y del conocimiento y como parte de las competencias profesionales requeridas, se incluye la búsqueda, gestión y chequeo de los datos que se encuentran dispersos en Internet, a la espera de su comunicación periodística por múltiples vías, medios de comunicación, plataformas, lenguajes y formatos digitales.

En este sentido y desde esta asignatura se realiza una indagación profunda en los procesos de investigación en la WWW y sus variantes: visible, invisible y semántica; así también como un primer acercamiento al proceso de la comunicación digital, desde una mirada estratégica, reflexiva y crítica.

El propósito es acompañar y contribuir a un aprendizaje, que, a futuro, se centre en el tratamiento ético y responsable de la información online. En un contexto social caracterizado por la infoxicación y proliferación de noticias falsas, es tarea esencial adoptar procedimientos críticos que permitan localizar, gestionar y verificar la información de manera eficaz. De sus resultados dependerá la construcción de narrativas informativas que desafíen los discursos hegemónicos existentes y promuevan en la ciudadanía el libre ejercicio de uno o más de sus derechos.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

- Reconocer, analizar de manera crítica y reflexiva y distinguir las características de la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento contemporáneas y sus alcances en el campo periodístico.
- Reconocer, analizar, operar y distinguir los diferentes 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, identificación, verificación de fuentes y análisis, previo a la difusión de nueva información.

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: conceptualizaciones, definición, características y demandas a los comunicadores sociales y su profesión. Investigación en Internet: definición, características, adopción, dispositivos, usos y consumos frecuentes en las búsquedas de información. Etapas del proceso investigativo y vinculación con el desarrollo evolutivo de la WWW y los avances emergentes de la Inteligencia Artificial.

Unidad 2: Búsquedas para el acceso, gestión, análisis y comunicación de la información

La WWW y sus variantes: WWW Visible o Superficial, WWW Invisible o Profunda y WWW Semántica o Inteligente: definición, características, técnicas, estrategias de búsqueda, alcances, limitaciones, riesgos y buscadores más utilizados. Comportamientos y tendencias de usuarios y algoritmos en las búsquedas de información convencional, inteligente y generativa.

Registro e Identificación de fuentes de información digitales: definición, características, operaciones y/o tipologías frecuentes.

Derechos de autor sobre contenidos propios y ajenos: definición, características, licenciamientos y buenas prácticas en la publicación y referenciación de la información.

Métodos de evaluación, Análisis, Sistematización y Comunicación de nueva información.

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.
- Etapas 3: Síntesis y comunicación de los resultados obtenidos.

De forma gradual y paulatina, y a lo largo de las clases prácticas presenciales que se ofrecerán desde la asignatura, 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 I 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.

*Asimismo, y con el objeto de favorecer la permanencia y egreso estudiantil, se podrán incluir dispositivos de seguimiento de clases teóricas como así también formatos mixtos de realización de teorías, prácticas y examen final, acorde a los lineamientos generales rectorales establecidos (RCS. 37/24).

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

IX - Bibliografía Básica

[1] [UNIDAD 1]

[2] Rojo Villada, P. (2005): "Información y Conocimiento: una Visión del Cambio Social y Tecnológico en La Era Digital". Razón y Palabra, N° 43. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/mundo/2005/febrero.html> [Págs. 1-10]

[3] 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]

[4] 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/articulo/download/1012/1124> [Págs. 9-12]

[5] 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.

Apartado: La evolución de la web]

[6] [UNIDAD 2]

[7] 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]

[8] 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]

[9] 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]

[10] Codina L. (2023). Buscadores alternativos a Google con IA generativa: análisis de You.com, Perplexity AI y Bing Chat. Revista Infonomy, Vol 1, N° 1, 1-21. Disponible en: <https://infonomy.scimagoepi.com/index.php/infonomy/article/view/2> [Págs. 1-6; 20-21]

[11] Prodigioso Volcán y Otros (2023). "Inteligencia artificial para periodistas. Una herramienta por explotar. Ampliación". Disponible en: https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/ia-periodistas/IA_para_periodistas_2023.pdf [Págs. 41-43; 58-62; 63-65]

[12] Fundación Telefónica (2023). "Guía Práctica Fake News. Combatir la desinformación". Disponible en:

https://publiadmin.fundaciontelefonica.com/media/publicaciones/783/Guia_Fake_News.pdf [Págs. 6-8; 14-17; 17-21; 32]

[13] García, F. J. (2021). "Deepfakes: el próximo reto en la detección de noticias falsas». Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura, 64, 103-120. Disponible en: <https://analisi.cat/article/view/v64-garcia/3378-pdf-es> [Págs. 114-118]

X - Bibliografía Complementaria

- [1] We are social (2024). Special report digital 2024. La guía indispensable para estar al día del mundo digital y social. Disponible en: <https://wearesocial.com/es/blog/2024/01/digital-2024/>
- [2] Chequeado (2024). Herramientas para periodistas y comunicadores. Una guía de páginas, apps y programas para ayudar a estudiantes y profesionales del periodismo y la comunicación. Disponible en: <https://chequeado.com/herramientasparaperiodistas/index.html#/>
- [3] Maldita.es (2024). Herramientas de verificación. Disponible en: <https://maldita.es/herramientas-de-verificacion/>
- [4] McAdoo, T. (2023). How to cite ChatGPT. American Psychological Association. Disponible en: <https://apastyle.apa.org/blog/how-to-cite-chatgpt>
- [5] Inteligencia Artificial (2023). “Aplicaciones de Inteligencia Artificial en la búsqueda de información”. Disponible en: <https://inteligenciaartificiales.com/aplicaciones-de-inteligencia-artificial-en-la-busqueda-de-informacion/>; pp. 1-11
- [6] Zuazo, N. (2023). "Periodismo e Inteligencia Artificial en América Latina". Unesco. Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información. Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388124>
- [7] 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/>; pp. 105-126
- [8] 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
- [9] 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. Disponible en: <https://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/ec/article/view/356/pdf> [Págs. 105-126]
- [10] Redondo, M. (2018). “Verificación digital para periodistas. Manual contra bulos y desinformación internacional. UOC, España. [Cap.3, Cap.4, Cap. 5, Cap.7, Cap.8, Cap. 9]
- [11] Silverman C. (2016): “Manual de Verificación: Una guía definitiva para verificar el contenido digital en emergencias”.
- [12] European Journalism Center. The Poynter Institute. Disponible en: https://verificationhandbook.com/book_es/ [Cap.3, Cap.4, Cap. 5, Cap. 10]
- [13] 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; pp. 1-21
- [14] 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>; pp. 9-13
- [15] 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
- [16] 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]
- [17] Latuff, L. y Nakhoul, S. (2012): “La comunicación digital en la sociedad del conocimiento”. Disponible en: <https://unexpo.files.wordpress.com/2012/02/sociedadconocimiento.pdf> [Págs. 1-5; 9-10; 11-14]

XI - Resumen de Objetivos

- Reconocer, analizar de manera crítica y reflexiva y distinguir las características del contexto actual y sus alcances en el periodismo.
- Reconocer, analizar, operar y distinguir los diversos tipos de buscadores en la Web Visible, Invisible y Semántica, mediante técnicas y estrategias específicas.
- Operar con la información obtenida como resultado de las búsquedas mediante un adecuado registro, identificación, verificación de fuentes y análisis.

XII - Resumen del Programa

- Unidad 1: La era digital y sus alcances en el campo de la comunicación social. Reflexiones e implicancias del contexto

social actual, Internet y su relación con los procesos de investigación de la información.

-Unidad 2: Búsquedas para el acceso, gestión, análisis y comunicación de la información en la WWW: Superficial, Invisible y Semántica. Buscadores, tipologías, técnicas y estrategias de búsqueda, alcances, limitaciones, riesgos y tendencias. Registro e Identificación de fuentes de información, derechos de autor y verificación de la información.

XIII - Imprevistos

Desde la asignatura se alojan los contenidos: teóricos, prácticos y evaluativos en la plataforma Google Classroom y se desarrollan todas sus tipologías de clase: teóricas, prácticas, evaluativas y de consulta, en modalidad presencial.

Asimismo y con el objeto de favorecer la permanencia y egreso estudiantil, se podrán incluir dispositivos de seguimiento de clases teóricas como así también formatos mixtos de realización de teorías, prácticas y examen final, acorde a los lineamientos generales rectorales establecidos (R.C.S. 37/24).

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

XIV - Otros

--

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