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 2025)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 21/03/2025 01:12:32)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION II	LIC. EN COMUNICACIÓN SOCIAL	09/07	2025	1° 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

III - Características del Curso

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

Tipificación	Periodo
B - Teoria con prácticas de aula y laboratorio	1º Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
12/03/2025	24/06/2025	15	60

IV - Fundamentación

La era digital y la omnipresencia de la inteligencia artificial han generado una transformación cultural sin precedentes en la sociedad y en el campo de la comunicación social, dando lugar a una amplia y diversa gama de modalidades comunicativas que transforman continuamente la gestión, producción, circulación y consumo del conocimiento y la información.
En este escenario dinámico, los comunicadores sociales se enfrentan a importantes desafíos con sus posibilidades, limitaciones y riesgos, por lo que desde esta asignatura y como parte de su formación profesional, se propone un enfoque inicial integral que aborde algunos de sus principales aspectos.
En principio, se realiza un análisis crítico y reflexivo del contexto evolutivo que da origen a las transformaciones en la comunicación, los nuevos medios, dispositivos, contenidos y audiencias, lo que nos permite comprender las posibilidades presentes y perspectivas futuras que se derivan de esta transformación digital.
Luego, se promueve la adquisición de prácticas comunicativas que impliquen el desarrollo de destrezas y competencias tecnológicas necesarias para gestionar y producir contenidos digitales adaptados a medios de circulación específicos. Se exploran las capacidades de creación y edición de contenidos multimediales, tanto en software de edición libres y/o privativos como en aplicaciones de inteligencia artificial generativa.
Finalmente, se incentiva un ejercicio profesional responsable, transparente y efectivo, considerando las implicaciones éticas, de privacidad, derechos de autor y aspectos legales relevantes, derivados de las relaciones entre la sociedad, tecnología, comunicación y medios de comunicación.
Se espera que la introducción a estos conceptos pueda continuar con su profundización a lo largo de la carrera, con el fin de enfrentar en mejores condiciones a un mundo digital en constante evolución.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

-Comprender y analizar el impacto de la era digital y la era artificial en la comunicación y en la generación de "nuevos medios", "nuevos usuarios", "nuevos contenidos" y "nuevos profesionales".
-Reconocer el proceso de incursión de los medios de comunicación en la Web, sus cualidades presentes, problemáticas y proyecciones futuras.
-Crear y editar contenido digital multimedial en softwares de uso libre o privativo y en aplicaciones de inteligencia artificial generativa.

VI - Contenidos

UNIDAD 1: "La era digital y artificial: alcances en la comunicación, los medios, profesionales, usuarios y contenidos"
La transformación digital y sus alcances en la comunicación humana. Nuevos medios, nuevos usuarios, nuevos profesionales y nuevos contenidos. Breve historia de los medios de comunicación en la Web y Características en función de la era digital y artificial. Alcances, limitaciones y riesgos de la inteligencia artificial generativa en la reportería, producción, distribución y verificación de las noticias. Competencias, Problemáticas, Paradigmas de los comunicadores sociales y Principios éticos en la profesión. Relaciones del público con los medios de comunicación. Niveles de participación y Categorización de los usuarios.

UNIDAD 2: "Producción de contenidos digitales informativos en software's libre/s y/o privativos/as y aplicaciones de inteligencia artificial generativa"
Audio digital. Definición,componentes, creación y edición en software de carácter libre, privativo y aplicaciones de inteligencia artificial generativa. Vista unipista: herramientas y efectos de tiempo, amplitud, espacio, timbre y frecuencia, tono, corrección y limpieza. Vista multipista: herramientas, sesiones, envolvente de volumen, panorámica y fundidos. Tipologías de archivos, conversiones, almacenamiento y exportación.
Imágenes de mapa de bits. Definición,componentes, creación y edición en software de carácter libre, privativo y aplicaciones de inteligencia artificial generativa. Trabajo en unicapa: retoque fotográfico, histograma, corrección de color, curvas, niveles y ajustes de color. Trabajo en multicapas: fotomontaje, máscaras de capa y recorte, animación. Tipologías de archivos, conversiones, almacenamiento y exportación.
Imágenes vectoriales. Definición,componentes, creación y edición en software de carácter libre, privativo y aplicaciones de inteligencia artificial generativa. Herramientas de dibujo vectorial, máscaras y trabajo en capas. Tipologías de archivos, conversiones, almacenamiento y exportación.
Video digital. Definición,componentes, creación y edición en software de carácter libre, privativo y aplicaciones de inteligencia artificial generativa. Herramientas de línea de tiempo, paneles básicos de archivos, monitor de origen, monitor de programa, efectos, transiciones, montajes y animaciones. Tipologías de archivos, conversiones, almacenamiento, exportación y subida a 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: "Proyecto Parcial", que aborda los principales contenidos enunciados en el programa:
-Etapa 1: Planificación y toma de decisiones comunicacionales.
-Etapa 2: Producción de contenidos sonoros.
-Etapa 3: Producción de contenidos visuales.
-Etapa 4: Elaboración y difusión de producción audiovisual.

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 clases prácticas de la asignatura.
-Envíe y apruebe el Proyecto Parcial Práctico, con una nota mayor o igual que 7 (siete).
-Apruebe el Parcial de Defensa del Proyecto Parcial Práctico, en modalidad presencial, con una nota mayor o igual que 7 (siete).

-Envíe y apruebe la Guía de lectura de Contenidos Teóricos, con una nota mayor o igual que 7 (siete).
-Apruebe el Parcial de Defensa de la Guía de lectura de Contenidos Teóricos, con una nota mayor o igual que 7 (siete).

Para regularizar la asignatura se pide que el/la estudiante:
-Asista al 80% de las clases prácticas de la asignatura.
-Envíe y apruebe el Proyecto Parcial Práctico, con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete).
-Apruebe el Parcial de Defensa del Proyecto Parcial Práctico, en modalidad presencial, con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete).
-Envíe y apruebe la Guía de lectura de Contenidos Teóricos, con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete).
-Apruebe el Parcial de Defensa de la Guía de lectura de Contenidos Teóricos, 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 Proyecto Parcial Práctico y la Guía de lectura de Contenidos Teóricos se otorga una única recuperación, a fin de contemplar la duración y crédito horario de la asignatura

IX - Bibliografía Básica

[1] Newman, N. & Cherubini, F. (2025). “Journalism and Technology Trends and Predictions 2025”. Reuters Institute, University of Oxford. Disponible en: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025 [Págs. 1-28]
[2] Navarro Zamora, L. (2024). “Comunicación e inteligencia artificial : guía de la IA en diversos idiomas para comunicólogos y periodistas”. Ciudad de México : Comunicación Científica, 2024.(Colección Ciencia e Investigación). Disponible en: https://comunicacion-cientifica.com/libros/comunicacion-e-inteligencia-artificial/ [Págs. 20-26]
[3] Herrera Ortiz, J. J. (2024). La inteligencia artificial y su impacto en la comunicación: Recorrido y Perspectivas. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. Vol. 26(1). 278-296. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9290654 [Págs. 278-292]
[4] Pascualena, J. S. (2024). “Modelos de Negocio en Internet”. Disponible en Infoautónomos.com: https://www.infoautonomos.com/ideas-de-negocio/modelos-de-negocio-en-internet [Págs. 1-8]
[5] Carpes, G. (2023): “O mínimo que um jornalista precisa saber sobre Inteligência Artificial. Para começar 2024”. Farol Jornalismo. [Págs. 1-12]
[6] Prodigioso Volcan (2023): “IA para periodistas. Una herramienta por explotar”. Disponible en: https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/ia-periodistas/IA_para_periodistas_2023.pdf [Págs. 47-78]
[7] Zuazo, N. (2023). “Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información. Periodismo e inteligencia artificial en América Latina”. Disponible en Biblioteca Digital de UNESCO: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388124 [Págs. 10-12; 17-18; 23-24; 45-48]
[8] Barrios Rubio, A. & Zambrano Ayala, R. (2015): “Convergencia digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista”. Anagramas, v. 24, n. 26. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5191807.pdf [Págs. 221-240]
[9] Marín, A. (2015): “La audiencia en los nuevos escenarios comunicativos. El prosumidor mediático en el centro”. En Actas de las comunicaciones presentadas en el XXI Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística. Zaragoza: Universidad San Jorge. Disponible en: https://idus.us.es/handle/11441/61401;jsessionid=BFB419B6C7AB973393296390155F0E73? [Págs. 404-412]
[10] Barrios Rubio, (2014): "El comunicador en el entorno digital". Cuadernos.info, 34 [Págs. 176-181]
[11] Jódar Marín (2010): “La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales”. Razón y palabra. Vol. 15, Nº 71. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514914045 [Págs. 1-11]
[12] Documento de Cátedra, elaborado por la Prof. Viviana Ponce, con la síntesis y actualización de las principales características de los medios de comunicación extraída del libro de Pavlik, J. (2005): “El periodismo y los nuevos medios de comunicación”. Paidós. Bs. As. Argentina. [Págs. 1-6]
[13] Orihuela, J. L. (2002): “Los nuevos paradigmas de la e-comunicación”. En ecuaderno.com: http://www.ecuaderno.com/paradigmas [Págs. 1-5]

[14] UNIDAD 2
[15] Tutorials of Gimp: https://www.gimp.org/tutorials/
[16] Frequently Asked Questions: https://www.gimp.org/docs/userfaq.html
[17] Audacity Manual: https://github.com/audacity/audacity-manual/releases
[18] Audacity Support: https://support.audacityteam.org/
[19] Inkscape Manuals and quick references: https://inkscape.org/learn/books/
[20] Referencia de teclado y ratón de Inkscape: https://inkscape.org/es/doc/keys.html
[21] Frequently Asked Questions for Inkscape Users: https://inkscape.org/es/aprende/fac/
[22] Manual de Kdenlive: https://docs.kdenlive.org/es/
[23] Guía de usuario de Adobe Photoshop: https://helpx.adobe.com/ar/photoshop/user-guide.html
[24] Tutoriales de Phostoshop: https://www.tripiyon.com/indice-tutoriales-photoshop-gratuitos/
[25] Guía de usuario de Illustrator: https://helpx.adobe.com/ar/illustrator/user-guide.html
[26] Tutoriales de Adobe Illustrator: https://www.format.com/es/magazine/adobe-illustrator-tutorials
[27] Guía de usuario de Adobe Premiere: https://helpx.adobe.com/ar/premiere-pro/user-guide.html
[28] Guía de usuario de Adobe Audition: https://helpx.adobe.com/ar/audition/user-guide.html
[29] Navarro Zamora, L. (2024). “Comunicación e inteligencia artificial : guía de la IA en diversos idiomas para comunicólogos y periodistas”. Ciudad de México : Comunicación Científica, 2024.(Colección Ciencia e Investigación). Disponible en: https://comunicacion-cientifica.com/libros/comunicacion-e-inteligencia-artificial/ Capítulo 4. “Inteligencia artificial para la producción de contenidos”. [Págs. 145-164]; Capítulo 5. “Inteligencia artificial de creación de contenidos para textos”. [Págs. 165-212]; Capítulo 6. “Inteligencia artificial para imágenes”. [Págs. 213-226]; Capítulo 7. “Inteligencia artificial para audios”. [Págs. 227-242]; Capítulo 8. “Inteligencia artificial para videos”. [Págs. 243-256].

X - Bibliografia Complementaria

[1] Dafonte Gómez, A. & Míguez González, M. I. (Comps.) (2024). “Comunicación Digital en la era de la Inteligencia Artificial”. Colección Conocimiento Contemporáneo, ISBN 978-84-1070-443-5. Disponible en: https://www.dykinson.com/libros/comunicacion-digital-en-la-era-de-la-inteligencia-artificial/9788410704435/ [Págs. 683-697]
[2] Evercom (2024). “Informe evercom de Tendencias en creatividad, comunicación y marketing 2024”. Disponible en Consultoría de Comunicación: https://evercom.es/wp-content/uploads/2023/12/evercom_Informe-de-tendencias-2024_evercom.pdf [Págs. 1-29]
[3] De Carvalho Berti, O. M. “Chat GPT: Evolucao ou fin do Jornalismo?”. Editora da Universidade Estadual do Piauí: EdUESPI. Disponible en: https://editora.uespi.br/index.php/editora/catalog/view/141/131/711-1 [Págs. 100-141]
[4] Salaverría, R. (2019): “Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión”. En Profesional de la información, Vol. 28, N° 1: https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/69729 [Págs. 1-27]
[5] López Golan (2018): “La comunicación en la nueva sociedad digital”. Gráficas El Portatítulo. Mérida, Venezuela.
[6] Salaverría, R. (2016): “El ciberperiodismo en Iberoamérica”. Fundación Telefónica: Universidad de Navarra, España. Disponible en: https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/publicaciones/479 [Págs. 1-34]
[7] Salaverría, R. (2016): “Redefinir al comunicador”. El profesional de la información, v. 25, n. 2. Disponible en: https://www.fiile.org.ar/uploadsarchivos/15.pdf [Págs. 1-5].
[8] Cedro (2014): “Nuevos modelos de negocio en la era digital”. Liber. Disponible en: https://www.academia.edu/21855105/NUEVOS_MODELOS_DE_NEGOCIO_EN_LA_ERA_DIGITAL [Págs. 44-69]
[9] Cabezuelo, L. (2013): “Las redes sociales como herramientas para la comunicación cultural en los nuevos contextos interactivos”. En “Comunicación y la red. Nuevas formas de periodismo”. Asociación de Periodistas de Aragón, España. Disponible en: http://decimocuarto.congresoperiodismo.com/pdf/libro2013.pdf
[10] Tascón, M. & Cabrera M. (2013): “Escribir en internet. guía para los nuevos medios y las redes sociales”. Disponible en: https://www.amazon.com/-/es/Fund%C3%A9u-BBVA/dp/8415472080
[11] Cuadernos de comunicación interactiva (2012): "La comunicación en medios sociales". España. Disponible en: https://es.slideshare.net/raeudiaz/cuadernos-de-comunicacin-interactiva-la-comunicacin-en-medios-sociales

XI - Resumen de Objetivos

-Comprender y analizar el impacto de la era digital y artificial en la comunicación, los nuevos medios, usuarios, contenidos y profesionales.

-Reconocer el proceso de incursión de los medios de comunicación en la Web, sus cualidades presentes y proyecciones futuras.
-Crear y editar contenido digital multimedial en softwares de uso libre o privativo y en aplicaciones de inteligencia artificial generativa.

XII - Resumen del Programa

-Comprender y analizar el impacto de la era digital y artificial en los nuevos medios, usuarios, contenidos y profesionales.
-Reconocer el proceso de incursión de los medios de comunicación en la Web, sus cualidades y problemáticas presentes y proyecciones futuras.
-Crear y editar contenido digital multimedial informativo en softwares de uso libre o privativo y en aplicaciones de inteligencia artificial generativa.

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:	