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 27/08/2025 22:23:23)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION I	LIC.EN PERIODISMO	013/09	2025	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	2º Cuatrimestre

Duración			
Desde	**Hasta**	**Cantidad de Semanas**	**Cantidad de Horas**
04/08/2025	14/11/2025	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 y distinguir las características de la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento contemporáneas y sus alcances en el campo periodístico.
-Reconocer, operar y distinguir los diferentes tipos de buscadores de información de la Web Superficial, Invisible, Semántica y Generativa; 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 periodístico:
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: Visible o Superficial, Invisible o Profunda, Semántica o Inteligente y Generativa: 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, profunda, 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.
Fake news y Deep fakes news: origen, características y métodos de chequeo de la 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:
-Etapa 1: Búsqueda de información en la WWW: Visible, Invisible, Semántica y Generativa.
-Etapa 2: Registro y evaluación de la información. Análisis y Descripción del proceso de búsqueda.
-Etapa 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.
*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. [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/article/download/1012/1124 [Págs. 9-12]
[5] Benseni, 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 - Bibliografia Complementaria

[1] We are social (2025). Digital 2025 July Global Statshot Report: https://wearesocial.com/uk/blog/2025/07/digital-2025-july-global-statshot-report/?utm_source=feedotter&utm_medium=email&utm_campaign=FO-07-31-2025&utm_content=httpswearesocialcomukblog202507digital2025julyglobalstatshotreport
[2] UNAM (2025). Búsqueda de información con Inteligencia Artificial Generativa. Dirección General de Bibliotecas y

Servicios Digitales de Información. Disponible en:
https://liec.dgb.unam.mx/index.php/investiga/busqueda-de-informacion-con-inteligencia-artificial-generativa
[3] 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#/
[4] Maldita.es (2024). Herramientas de verificación. Disponible en: https://maldita.es/herramientas-de-verificacion/
[5] McAdoo, T. (2023). How to cite ChatGPT. American Psichological Association. Disponible en:
https://apastyle.apa.org/blog/how-to-cite-chatgpt
[6] Zuazo, N. (2023). "Periodismo e Inteligencia Artificial en América Latina". Unesco. Cuadernos de Discusión deComunicación 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 four Journalism of Américas. 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 Nº 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:
https://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/filodepalabra/article/viewFile/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 y distinguir las características del contexto actual y sus alcances en el campo periodístico.
-Reconocer, operar y distinguir los diferentes tipos de buscadores en la Web: Visible, Invisible, Semántica y Generativa, 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.

XII - Resumen del Programa

-Unidad 1: La era digital y sus alcances en el campo periodístico. Reflexiones e implicancias del contexto social actual, Internet, La Inteligencia Artificial y su relación con el proceso de investigación de la información.
-Unidad 2: WWW: Superficial, Invisible, Semántica. y Generativa. Buscadores, tipologías, técnicas y estrategias de búsqueda, Registro e Identificación de fuentes de información. Derechos de autor y Verificación de fuentes.

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.

*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:	