



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 22:24:54)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION I	LIC. EN COMUNICACIÓN SOCIAL	09/07	2025	2º 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
Hs	2 Hs	Hs	2 Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
B - Teoría 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

En la era digital, los procesos de localización, análisis, gestión y comunicación de la información se amplían y diversifican, gracias a la multiplicidad de herramientas tecnológicas que ofrecen nuevas posibilidades en la producción, circulación y recepción de contenidos.

Como parte de esta era, las sociedades contemporáneas basadas en la información y el conocimiento, junto con los emergentes desarrollos de la inteligencia artificial y sus consecuentes posibilidades, limitaciones y riesgos, plantean nuevos desafíos. En este contexto, el comunicador social debe adquirir estrategias y competencias avanzadas para la búsqueda, evaluación, organización y comunicación efectiva de la información a través de múltiples vías, plataformas, lenguajes y formatos digitales.

Teniendo esto en consideración desde esta asignatura se realiza una indagación profunda en los procesos de investigación en la WWW y sus variantes -Visible, Invisible, Semántica y Generativa- con una mirada estratégica, reflexiva y crítica vinculada al proceso de la comunicación digital y los diferentes contextos comunicacionales en que se éste se desarrolla.

El uso eficiente, crítico, ético y responsable de las herramientas y estrategias de búsqueda, articulado con un proyecto de la vida real que guíe y de sentido al aprendizaje, posibilitará a futuro que nuestros/as estudiantes apliquen 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 contemporáneas y sus alcances en el campo de la comunicación social.
- Reconocer, operar y distinguir los diferentes tipos de buscadores de información de la Web Superficial, Invisible, Semántica y Generativa; seleccionando el que más se aadecue 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: 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.

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:

- 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 vivianponce@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] 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://nulanmdp.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] Jara Moya, S. D., Torres Valverde, L. D. & Torres Abril, P. C. (2023). Evolución de los motores de búsqueda y la revolución con la inteligencia artificial. Revista Polo del Conocimiento. Vol. 8, N° 9. Disponible en:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9152549.pdf> [Págs. 405-411]

[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 - 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-information-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 Psychological Association. Disponible en: <https://apastyle.apa.org/blog/how-to-cite-chatgpt>
- [6] 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, pp. 37-52
- [7] 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 [Cap. 4]
- [8] 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]
- [9] 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
- [10] 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
- [11] 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]
- [12] 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]
- [13] 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]
- [14] 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
- [15] 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
- [16] 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 la comunicación social.
- 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, evaluación y análisis de fuentes de información.

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, 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 vivianponce@gmail.com

XIV - Otros

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