



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	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

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
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 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: 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 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] Bensen, 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/?originalSubdo> main=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 - Bibliografía 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 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 N° 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 vivianaponce@gmail.com

XIV - Otros

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