



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 2026)

(Programa en trámite de aprobación)

(Presentado el 28/03/2026 00:52:47)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION II	LIC. EN COMUNICACIÓN SOCIAL	09/07	2026	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	1° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
11/03/2026	26/06/2026	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.

Posteriormente, se promueve la adquisición de prácticas comunicativas que impliquen el uso de estrategias y el desarrollo de destrezas y competencias 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 eficaz, considerando las implicaciones éticas, de privacidad, autoría y aspectos legales derivados de las relaciones entre sociedad, tecnología, comunicación y medios.

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 de la inteligencia artificial en la configuración de los nuevos medios, las

audiencias, los contenidos y los perfiles profesionales.

-Reconocer y analizar el proceso de incursión de los medios de comunicación en la Web, atendiendo a sus características actuales, problemáticas y proyecciones futuras.

-Reflexionar críticamente sobre el rol del comunicador en el contexto de la convergencia tecnológica, identificando sus alcances, limitaciones y riesgos.

-Producir, editar y difundir contenidos digitales multimediales mediante el uso de software libre y/o privativo y aplicaciones de inteligencia artificial generativa.

-Incorporar el uso estratégico de herramientas digitales y plataformas en función de audiencias, formatos y objetivos comunicacionales específicos.

VI - Contenidos

UNIDAD 1: "La era digital y artificial: alcances en 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 prevé la implementación de un Trabajo Integrador, denominado "Proyecto Parcial", estructurado en etapas sucesivas que recuperan los principales contenidos del programa:

Etapas 1: Planificación y definición de estrategias en función de audiencias, formatos y objetivos comunicacionales.

Etapas 2: Producción y edición de contenidos multimediales mediante el uso de software libre y/o privativo y aplicaciones de inteligencia artificial generativa.

Etapas 3: Producción y difusión de un podcast informativo.

Etapas 4: Producción y difusión de una pieza audiovisual informativa.

El desarrollo del Trabajo Integrador se llevará a cabo de manera progresiva a lo largo de las clases prácticas presenciales, en las que se contemplarán instancias de seguimiento, acompañamiento pedagógico y evaluación continua, culminando con su integración en el examen parcial.

VIII - Regimen de Aprobación

Para aprobar la asignatura por promoción se pide que el/la estudiante:

-Asista al 80% de las clases teórico prácticas de la asignatura.

-Envíe y apruebe el Proyecto Parcial Práctico, con una nota mayor o igual que 7 (siete).

-Apruebe el Parcial Teórico y de Defensa del Proyecto Parcial Práctico, en modalidad presencial, 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 teórico 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 Teórico y de Defensa del Proyecto Parcial Práctico, 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 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 el examen parcial teórico práctico 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 se otorga una única recuperación, a fin de contemplar la duración y crédito horario de la asignatura.

IX - Bibliografía Básica

[1] UNIDAD 1

[2] Newman, N. (2026). "Periodismo, medios y tecnología: tendencias y predicciones para 2026.". Reuters Institute, University of Oxford. Disponible en:

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/periodismo-medios-y-tecnologia-tendencias-y-predicciones-para-2026> [Págs. 1-36]

[3] Adspace (2024). "Manual de herramientas de Inteligencia Artificial para profesionales de la comunicación de entidades Adspace". Disponible en: <https://aspace.org/assets/uploads/publicaciones/30674-manual-ia-comunicacion.pdf> [Pág. 4] y [Págs. 7-35].

[4] 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]

[5] 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] y [Págs. 145-243]

[6] 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]

[7] 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]

[8] RSF (2023). "Reporteros sin Fronteras. Carta de París sobre la IA y el Periodismo". Disponible en:

https://www.rsf-es.org/wp-content/uploads/2023/11/Carta-de-Paris-sobre-la-IA-y-el-periodismo_0.pdf [Págs. 1-2]

[9] 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]

[10] 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]

[11] 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]

[12] Barrios Rubio, (2014): "El comunicador en el entorno digital". Cuadernos.info, 34 [Págs. 176-181]

[13] Jódar Marín (2010): "La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales". Razón y palabra. Vol. 15, N° 71. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514914045> [Págs. 1-11]

[14] 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]

[15] Orihuela, J. L. (2002): “Los nuevos paradigmas de la e-comunicación”. En [ecuaderno.com](http://www.ecuaderno.com): <http://www.ecuaderno.com/paradigmas> [Págs. 1-5]

[16] UNIDAD 2

[17] Tutorials of Gimp: <https://www.gimp.org/tutorials/>

[18] Frequently Asked Questions: <https://www.gimp.org/docs/userfaq.html>

[19] Audacity Manual: <https://github.com/audacity/audacity-manual/releases>

[20] Audacity Support: <https://support.audacityteam.org/>

[21] Inkscape Manuals and quick references: <https://inkscape.org/learn/books/>

[22] Referencia de teclado y ratón de Inkscape: <https://inkscape.org/es/doc/keys.html>

[23] Frequently Asked Questions for Inkscape Users: <https://inkscape.org/es/aprende/fac/>

[24] Manual de Kdenlive: <https://docs.kdenlive.org/es/>

[25] Guía de usuario de Adobe Photoshop: <https://helpx.adobe.com/ar/photoshop/user-guide.html>

[26] Tutoriales de Phostoshop: <https://www.tripiyon.com/indice-tutoriales-photoshop-gratuitos/>

[27] Guía de usuario de Illustrator: <https://helpx.adobe.com/ar/illustrator/user-guide.html>

[28] Tutoriales de Adobe Illustrator: <https://www.format.com/es/magazine/adobe-illustrator-tutorials>

[29] Guía de usuario de Adobe Premiere: <https://helpx.adobe.com/ar/premiere-pro/user-guide.html>

[30] Guía de usuario de Adobe Audition: <https://helpx.adobe.com/ar/audition/user-guide.html>

[31] 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 - Bibliografía Complementaria

[1] Complot (2025). “Tendencias 2025 en Creatividad y Comunicación”. Disponible en: <https://escuelacomplot.com/tendencias-2025-en-creatividad-y-comunicacion/> [Págs. 1-5]

[2] 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]

[3] De Carvalho Berti, O. M. (2023). “Chat GPT: Evolucao ou fim do Jornalismo?”. Editora da Universidade Estadual do Piauí: EdUESPI. Disponible en: <https://portalintercom.org.br/lancamentos-2349/chatgpt-evolucao-ou-fim-do-jornalismo/> [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.dosdoce.com/upload/ficheros/noticias/201409/modelos_de_negocio_pdf.pdf [Págs. 44-69]

XI - Resumen de Objetivos

-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 presentes y proyecciones futuras.

-Reflexionar sobre el rol del comunicador identificando sus alcances, limitaciones y riesgos.

-Crear y editar contenido digital multimedial en softwares de uso libre o privativo y en aplicaciones de inteligencia artificial

generativa.

-Incorporar estratégicamente herramientas digitales y plataformas en función de audiencias, formatos y objetivos comunicacionales.

XII - Resumen del Programa

UNIDAD 1: La era digital y artificial: alcances en la comunicación, los medios, profesionales, usuarios y contenidos. Recorrido histórico, características presentes y proyecciones futuras.

UNIDAD 2: Producción de contenidos digitales informativos en software's libres y/o privativos y 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)

XIV - Otros

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