



Universidad Nacional de Lomas de Zamora

Facultad de Ciencias Sociales

Programa

cátedra
COMUNICACIÓN

2026

Docente titular

Omar Szulak

Carreras

Tecnicatura universitaria y Licenciatura en Periodismo/ Profesorado universitario y
Licenciatura en Comunicación Social, Licenciatura en Publicidad, Licenciatura en
Relaciones Públicas.

1. Fundamentación

Las tecnologías digitales aplicadas a la comunicación han modificado de manera profunda y acelerada los modos de producción, circulación y consumo de información y contenidos culturales en las últimas décadas. Desde fines del siglo XX hasta la actualidad, la expansión de internet, la digitalización de los lenguajes y soportes, la consolidación de las plataformas y, más recientemente, la irrupción de la inteligencia artificial generativa, reconfiguraron de forma decisiva el ecosistema comunicacional contemporáneo.

Estas transformaciones no pueden ser entendidas únicamente como innovaciones técnicas. La difusión social de las nuevas tecnologías es inseparable de cambios culturales, económicos y políticos más amplios, al mismo tiempo que contribuye a producir nuevas formas de interacción, organización, circulación del conocimiento y ejercicio del poder. Los dispositivos, las interfaces, las plataformas y los algoritmos no son meros instrumentos neutrales: intervienen en el modo en que las personas se relacionan, se informan, aprenden, trabajan, se entretienen y construyen sentido sobre el mundo social.

La adopción generalizada de la tecnología digital para la producción, edición, almacenamiento, distribución y consumo de contenidos ha alterado de manera significativa la lógica de funcionamiento de los medios y las prácticas de comunicación. Sin embargo, este proceso no debe pensarse como un simple reemplazo del sistema de medios de masas por otro completamente nuevo, sino como una reconfiguración compleja en la que conviven, se superponen y se disputan distintas lógicas: la del broadcasting, propia del sistema masivo tradicional, la de la comunicación en red, característica de los entornos interactivos, y la de la plataformización, que reorganiza la circulación, visibilidad y valorización de los contenidos en función de infraestructuras digitales cada vez más concentradas.

En este contexto, las distancias entre producción y recepción tienden a acortarse, los roles comunicacionales se vuelven más flexibles, los lenguajes convergen y las trayectorias de circulación de los discursos se vuelven más múltiples, fragmentadas y dinámicas. A la vez, la expansión de las plataformas digitales y de las tecnologías de seguimiento,

segmentación y automatización introduce nuevas formas de mediación, nuevas relaciones de poder y nuevas modalidades de captura de datos y modulación de comportamientos. De este modo, la transformación de la comunicación contemporánea no puede comprenderse sólo en términos de mayor interactividad o participación, sino también en relación con procesos de vigilancia, extracción de valor, concentración de poder y reorganización de la esfera pública.

En los últimos años, la irrupción de la inteligencia artificial generativa volvió a intensificar estos procesos. Su creciente incorporación a la producción, edición, recomendación y circulación de contenidos afecta tanto a las industrias culturales como a las prácticas profesionales vinculadas con el periodismo, la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación en general. La IA no sólo introduce nuevas herramientas de automatización, sino que también plantea interrogantes sobre autoría, creatividad, clasificación, sesgo, trabajo, propiedad de los datos, transparencia y autoridad informativa. Por eso, su inclusión en la materia no se limita a un abordaje instrumental, sino que la considera también como problema sociotécnico, político y cultural.

Frente a este escenario, resulta necesario ofrecer herramientas que permitan comprender tanto los fundamentos técnicos elementales de estas tecnologías como los debates teóricos contruidos en torno de sus efectos sociales y culturales. La materia parte de la convicción de que no es posible analizar críticamente el impacto de la digitalización, las plataformas o la inteligencia artificial sin una comprensión básica de los principios sobre los que se organizan estos procesos: cómo funcionan las redes, de qué modo se digitaliza la información, qué implica la convergencia de soportes y lenguajes, cómo operan los buscadores y las métricas, y de qué manera se articulan hoy publicación, visibilidad y circulación en entornos digitales.

Pero, al mismo tiempo, el curso se propone ir más allá de esa alfabetización técnica básica para avanzar hacia un conjunto de preguntas de orden teórico que resultan centrales para el campo de la comunicación. En ese recorrido se buscará comprender qué son los nuevos medios y qué rasgos los distinguen; cómo las tecnologías reconfiguran la percepción, los modos de conocimiento y la subjetividad; cómo la digitalización transforma la base

material de la sociedad; cómo las plataformas, los datos y los algoritmos alteran las condiciones de producción y circulación de la comunicación pública; y cómo la expansión de la inteligencia artificial generativa impacta sobre los medios, la cultura, la esfera pública y las prácticas profesionales.

En este sentido, la materia se inscribe en un campo de estudios que, partiendo de las tradiciones clásicas de la teoría de la comunicación y de los estudios sobre medios, busca comprender las mutaciones introducidas por la comunicación en red, las hipermediaciones, la sociedad informacional, el capitalismo de vigilancia, el capitalismo de plataformas, el capitalismo cognitivo y las transformaciones contemporáneas de la esfera pública digital. Se trata, en suma, de ofrecer a futuros profesionales de la comunicación herramientas conceptuales y prácticas para interpretar críticamente el presente tecnológico, intervenir en él y desarrollar competencias acordes con los desafíos del campo.

2. Organización del contenido de la materia

La materia organiza sus contenidos en una secuencia que articula tres dimensiones complementarias: una formación técnica y conceptual básica sobre el entorno digital, un trayecto práctico orientado a la producción y publicación de contenidos en la web, y un desarrollo teórico centrado en las transformaciones que las tecnologías digitales introducen en la comunicación, la cultura, la sociedad, los medios y las prácticas profesionales.

En primer lugar, la materia ofrece una base técnica introductoria destinada a que los y las estudiantes comprendan los principios elementales del funcionamiento del entorno digital contemporáneo. En este plano se abordan contenidos vinculados con internet, la web, las redes, los proveedores y el alojamiento web, así como nociones sobre digitalización, código binario, convergencia y principales soportes y formatos digitales. También se trabajan aspectos relativos a buscadores, SEO, SEM, AdSense y métricas, junto con una introducción conceptual a la inteligencia artificial y a su funcionamiento general. El objetivo de este primer conjunto de contenidos no es ofrecer una formación especializada en informática, sino brindar herramientas básicas que permitan comprender los procesos

técnicos sobre los que se apoyan la comunicación digital y la circulación contemporánea de información y contenidos.

En segundo lugar, la materia desarrolla un trayecto práctico centrado en el diseño, desarrollo e implementación grupal de un sitio web, trabajo final integrador de la cursada. Este recorrido permite aplicar de manera situada los contenidos técnicos y conceptuales trabajados en clase, al tiempo que introduce a los estudiantes en problemas de arquitectura de la información, organización de contenidos, publicación digital y planificación del trabajo en entornos colaborativos.

En tercer lugar, la materia se orienta al abordaje de un conjunto de problemas teóricos que permiten comprender las transformaciones culturales, sociales y comunicacionales asociadas a la digitalización. En este marco se trabaja, en primer término, sobre la definición de los nuevos medios y las hipermediaciones; luego, sobre el modo en que las tecnologías reconfiguran la percepción, los modos de conocimiento y la subjetividad; más adelante, sobre las transformaciones estructurales de la sociedad contemporánea a partir de nociones como sociedad informacional, capitalismo de vigilancia, capitalismo de plataformas y plataformización; y finalmente, sobre la manera en que estas mutaciones alteran la comunicación pública, los medios y la esfera pública digital.

La inteligencia artificial ocupa un lugar específico dentro de esta organización. Por un lado, es abordada desde una perspectiva técnico-conceptual básica, orientada a explicar qué es y cómo funciona; por otro, es analizada como problema sociotécnico, político y profesional. En este sentido, la materia incorpora el estudio de los sesgos algorítmicos, la clasificación, los datos, el trabajo y la infraestructura, así como el impacto de la IA generativa sobre la producción, circulación y consumo de contenidos y sobre las prácticas del periodismo, la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación en general.

En términos formativos, la materia busca que, al finalizar la cursada, los estudiantes se encuentren en condiciones de comprender los fundamentos elementales de la digitalización y del entorno tecnológico en el que se desarrolla hoy la comunicación; de reconocer las

principales transformaciones históricas, sociales, culturales y cognitivas asociadas a las tecnologías digitales; de distinguir entre distintas lógicas de funcionamiento mediático — desde los medios de masas hasta las plataformas digitales—; y de analizar críticamente el impacto de estos procesos sobre la comunicación pública y sobre las prácticas profesionales del campo. Al mismo tiempo, se espera que puedan aplicar esos conocimientos en una experiencia concreta de producción y publicación digital mediante el desarrollo integral de un sitio web.

3. Objetivos generales

- **Conocer y comprender** los principios básicos del funcionamiento de las redes informáticas, internet y los principales dispositivos y entornos tecnológicos vinculados con la comunicación digital.
- **Comprender** los procesos de digitalización de la información y reconocer las transformaciones técnicas y comunicacionales implicadas en el pasaje de lo analógico a lo digital.
- **Incorporar** conocimientos básicos sobre herramientas, plataformas y entornos digitales relevantes para la formación y el desarrollo profesional en periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas.
- **Comprender** qué son los algoritmos, la inteligencia artificial y la inteligencia artificial generativa, así como reconocer sus principales usos, lógicas de funcionamiento e impactos en la producción, circulación y consumo de contenidos.
- **Reflexionar** críticamente sobre las transformaciones sociales, culturales, económicas y políticas asociadas a la digitalización, desnaturalizando el desarrollo de internet, las plataformas y la IA como fenómenos meramente técnicos.
- **Analizar** cómo las tecnologías digitales reconfiguran la percepción, los modos de conocimiento, la subjetividad, el poder y las formas de relación social.
- **Comprender** las transformaciones estructurales que acompañan el desarrollo de la sociedad informacional, el capitalismo de vigilancia, el capitalismo de plataformas y la plataformización de la comunicación y la cultura.

- **Examinar** cómo estas transformaciones alteran la comunicación pública, los medios y la esfera pública digital, así como sus efectos sobre la circulación de información, la polarización, la desinformación y las prácticas de mediación.
- **Reconocer y analizar** el impacto de estas transformaciones en las prácticas profesionales del campo de la comunicación, particularmente en el periodismo, la publicidad, las relaciones públicas y la producción de contenidos digitales.
- **Desarrollar herramientas** conceptuales y prácticas que permitan interpretar críticamente el presente tecnológico e intervenir en él mediante experiencias concretas de producción.
- **Aplicar** los conocimientos adquiridos en experiencias concretas de desarrollo y publicación digital.

4. Unidades programáticas

El dictado de la materia se organizará en función de las siguientes unidades programáticas:

Unidad 1. Fundamentos técnicos y digitalización

Esta unidad introduce los conocimientos básicos necesarios para comprender el funcionamiento del entorno digital contemporáneo aplicado a la comunicación.

1.1 Internet, web y redes

Qué es una red. Principios básicos del funcionamiento de una computadora personal y de una red informática. Protocolos de comunicación. Lógica cliente-servidor. Tipos de redes. Conexiones inalámbricas y redes wifi. Dirección IP. Almacenamiento y transferencia de información.

1.2 Proveedores, conectividad y alojamiento web

Funcionamiento general de internet. ISP o proveedores de servicios de internet. DNS. Dominios. Hosting. Servidores web. Tecnologías de conexión. Ancho de banda y tasa de transferencia. Páginas estáticas y dinámicas. CMS.

1.3 Digitalización, código binario y convergencia

Diferencias entre sistemas analógicos y digitales. Ventajas y límites de cada lógica. Código binario. Bit. Representación numérica y alfabética. Principios de digitalización de texto, imagen, audio y video. Convergencia de lenguajes y soportes.

1.4 Imagen, audio, video y OTT

Nociones básicas sobre fotografía digital, audio digital, video digital y televisión digital. Resolución, compresión, formatos y estándares. Plataformas OTT y circulación contemporánea de contenidos audiovisuales.

1.5 Visibilidad, monetización y métricas

Buscadores. SEO y SEM. AdSense. Analytics. Principios básicos de posicionamiento, monetización y medición de tráfico y audiencias en entornos digitales.

Bibliografía obligatoria

Apuntes de la cátedra:

Internet, web y redes.

Proveedores, conexiones, y alojamiento web.

Digitalización, código binario y convergencia.

Fotografía digital.

Digitalización de audio.

TV, video digital y OTT.

Buscadores, SEO, SEM, AdSense y Analytics.

Nocci, Ronald. Sistemas digitales, principios y aplicaciones. Capítulo 1: “Conceptos introductorios”.

Unidad 2. Producción y publicación web

Esta unidad se orienta a la aplicación práctica de los contenidos técnicos en el desarrollo de un sitio web como trabajo final de la materia.

2.1 WordPress y arquitectura de la información

Estructura básica de un sitio web. Páginas, entradas, menús, categorías y etiquetas. Organización de contenidos. Diseño general del sitio.

2.2 Publicación digital y planificación del proyecto

Criterios básicos de publicación en la web. Relación entre diseño, estructura, navegabilidad y circulación. Desarrollo del trabajo práctico final en WordPress.

Bibliografía obligatoria

Apuntes, guías y materiales de trabajo provistos por la cátedra para el desarrollo del sitio web en WordPress.

Unidad 3. Inteligencia artificial: funcionamiento e impactos

Esta unidad aborda la inteligencia artificial desde una doble perspectiva: como problema técnico-conceptual básico y como fenómeno sociotécnico, político y profesional.

3.1 Qué es la inteligencia artificial y cómo funciona

Algoritmo. Aprendizaje automático. Modelos de lenguaje. Inteligencia artificial generativa. Lógicas de funcionamiento, usos actuales, ventajas, límites y riesgos.

3.2 Sesgos, clasificación, datos e infraestructura

Sesgo algorítmico. Clasificación. Datos. Trabajo e infraestructura. Inteligencia artificial como tecnología socialmente situada y no como herramienta neutral.

3.3 IA generativa y profesiones comunicacionales

Impacto de la IA generativa en periodismo, publicidad, relaciones públicas y producción de contenidos. Transformaciones en las rutinas profesionales, la autoría, la creatividad y la circulación de información.

Bibliografía obligatoria

Apuntes de la cátedra: Inteligencia artificial: qué es y cómo funciona.

Ferrante, Enzo. “Inteligencia artificial y sesgos algorítmicos. ¿Por qué deberían importarnos?”.

Crawford, Kate. Atlas de la IA: poder, política y el costo global de la inteligencia artificial. Capítulo 4: “Clasificación”.

Guzman, A. L. y Lewis, S. C. “What Generative AI Means for the Media Industries, and Why it Matters to Study the Collective Consequences for Advertising, Journalism, and Public Relations”.

Bibliografía complementaria

López, Consuelo. Ok Pandora. Capítulo 1: “Breve historia de la IA”.

UNESCO. La inteligencia artificial generativa en la educación y la investigación. Apartados 1 y 2.

Peller, Julián. Ok Pandora. Capítulo 4: “IA y riesgo existencial”.

Unidad 4. Nuevos medios e hipermediaciones

Esta unidad se orienta a definir qué son los nuevos medios y cuáles son los rasgos que los distinguen en relación con configuraciones mediáticas anteriores.

4.1 De la comunicación de masas a la comunicación digital interactiva

Continuidades y rupturas entre sistema de medios masivos y entornos digitales.
Reconfiguración del objeto de estudio de la comunicación.

4.2 Qué son los nuevos medios

Digitalización, hipertextualidad, interactividad, multimedialidad y reticularidad.
Características constitutivas de los nuevos medios.

4.3 Hipermediaciones y ecosistema mediático

Del estudio de los medios al estudio de las mediaciones y las hipermediaciones. Cambios en la circulación, producción y consumo de contenidos en el entorno digital.

Bibliografía obligatoria

Manovich, Lev. El lenguaje de los nuevos medios. Capítulo 1: “¿Qué son los nuevos medios?”.

Scolari, Carlos. Hipermediaciones. Capítulo 2: “De los nuevos medios a las hipermediaciones”.

Bibliografía complementaria

Manovich, Lev. El lenguaje de los nuevos medios. Capítulo 2: “La interfaz”.

Scolari, Carlos. Hipermediaciones. Capítulo 1: “Teoría y comunicación frente al fantasma digital”.

Scolari, Carlos. Hipermediaciones. Capítulo 8: “Hacia una teoría de las hipermediaciones.”.

Unidad 5. Tecnologías, conocimiento y subjetividad

Esta unidad se propone analizar cómo las tecnologías digitales transforman los modos de conocer, percibir, habitar el tiempo y el espacio y construir subjetividad.

5.1 Tecnologías y transformaciones cognitivas

Del texto a la pantalla. Del predominio de la linealidad escrita a la combinación de imagen, sonido, texto e interacción. Cambios en los modos de aprendizaje y en las formas de conocimiento.

5.2 Percepción, tiempo y espacio

Alteraciones en la experiencia del tiempo y del espacio a partir de las tecnologías digitales. Simultaneidad, aceleración, ubicuidad y nuevas formas de presencia.

5.3 Subjetividad y vida social

Impacto de las tecnologías en la experiencia social contemporánea. Nuevas formas de vínculo, de atención y de organización de la vida cotidiana.

Bibliografía obligatoria

Simone, Raffaele. La tercera fase. Capítulo 1: “El orden de los sentidos”.

Scolari, Carlos. “Desfasados. Las formas del conocimiento que estamos perdiendo, recuperando y ganando”.

Bauman, Zygmunt. Modernidad líquida. Capítulo 3: “Espacio/tiempo”.

Bibliografía complementaria

Piscitelli, Alejandro. Internet, la imprenta del siglo XXI. Capítulo 9: “Contra el determinismo tecnológico”.

Echeverría, Javier. “Sociedad y nuevas tecnologías en el siglo XXI”. Conferencia.

Unidad 6. Sociedad informacional, vigilancia, plataformas y plataformización

Esta unidad aborda las transformaciones estructurales de la sociedad contemporánea vinculadas con la digitalización, los datos, las plataformas y la expansión de la IA.

6.1 Sociedad informacional

Definición de sociedad informacional y diferencias respecto de la sociedad agraria e industrial. Transformaciones en la producción, el conocimiento y la organización social.

6.2 Capitalismo de vigilancia

Extracción de datos, predicción y modificación de conducta. Riesgos y alcances de una nueva fase del capitalismo basada en la captura de información personal.

6.3 Capitalismo de plataformas y plataformización

Las plataformas como forma económica de acumulación. Plataformización de la comunicación, la cultura y la vida social. Concentración de poder e infraestructura digital.

6.4 IA y plataformas

Relación entre inteligencia artificial generativa, plataformas e infraestructura. Reconfiguración contemporánea del poder tecnológico.

Bibliografía obligatoria

Castells, Manuel. La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1: La sociedad red. Prólogo.

Zuboff, Shoshana. “Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization”.

Srnicek, Nick. Capitalismo de plataformas. Capítulo 2: “Capitalismo de plataformas”.

Poell, Thomas; van Dijck, José; Nieborg, David. “Platformisation”.

Poell, Thomas. “Three Challenges for Media and Communication Studies in the Age of AI”.

Bibliografía complementaria

van Dijck, José; Nieborg, David; Poell, Thomas. “Reframing Platform Power”.

Fuchs, Christian. Capitalismo digital: medios, comunicación y sociedad. Volumen 3, capítulo 1: “¿Qué es el capitalismo digital?”.

Vercellone, Carlo. “Las políticas de desarrollo en tiempos del capitalismo cognitivo”, en Capitalismo cognitivo. Propiedad intelectual y creación colectiva.

Boutang, Yann Moulier. “Riqueza, propiedad, libertad y renta en el capitalismo cognitivo”, en Capitalismo cognitivo. Propiedad intelectual y creación colectiva.

Luitse, D. y Poell, Thomas. “Platform Power in AI: The Evolution of Cloud Infrastructures in the Political Economy of Artificial Intelligence”.

Unidad 7. Medios, mediación y esfera pública digital

Esta unidad retoma de manera explícita el campo de la comunicación para analizar las transformaciones de la esfera pública y la circulación de discursos en entornos digitales.

7.1 Medios, mediación y vida social

Centralidad de los medios y la mediación en la organización de la vida social contemporánea.

7.2 Esfera pública digital e infocracia

Transformaciones de la comunicación pública en entornos digitales. Sobrecarga informativa, debilitamiento de las mediaciones tradicionales y nuevas formas de producción de visibilidad.

7.3 Circulación, polarización y desinformación

Redes sociales, fake news, trolls, filtro burbuja, polarización y nuevas lógicas de intervención en la conversación pública.

Bibliografía obligatoria

Couldry, Nick. Medios de comunicación. Por qué importan. Introducción.

Han, Byung-Chul. Infocracia. Selección de textos.

Calvo, Ernesto y Aruguete, Natalia. Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales. Selección de textos.

Bibliografía complementaria

Pariser, Eli. El filtro burbuja. Introducción.

Aguerre, Carolina. Ok Pandora. Capítulo 5: “IA y esfera pública”.

5. Metodología de trabajo

Cada encuentro semanal se organizará en dos clases de igual duración, articuladas entre sí en función del desarrollo progresivo de los contenidos de la materia. A lo largo del cuatrimestre, la cursada combinará instancias de exposición teórica, análisis de materiales,

discusión grupal, actividades de aplicación y espacios de seguimiento del trabajo práctico final.

En las clases teóricas, los docentes presentarán los contenidos correspondientes a las distintas unidades del programa. Si bien estas clases estarán centradas en la exposición y sistematización conceptual por parte del equipo docente, se procurará que adopten una modalidad participativa, abierta al intercambio y a la formulación de preguntas, con el fin de favorecer una apropiación reflexiva de los temas trabajados. En todos los casos en que resulte pertinente, las exposiciones serán acompañadas por presentaciones, recursos audiovisuales, ejemplos tomados de la actualidad y otros materiales multimediales que contribuyan a dinamizar las clases y a ilustrar los problemas abordados.

La materia contará además con un aula virtual, que funcionará como espacio complementario de la cursada presencial. Allí se pondrán a disposición los resúmenes de cada clase, las presentaciones utilizadas por la cátedra, el material bibliográfico obligatorio y complementario, así como otra información de interés para el seguimiento de la materia. Asimismo, luego de cada clase se habilitarán cuestionarios obligatorios que deberán ser respondidos antes del encuentro siguiente, y que funcionarán como instancia de control de lectura, repaso y consolidación de los contenidos desarrollados.

En el plano práctico, la materia prevé el desarrollo grupal de un sitio web en WordPress, que constituirá el trabajo práctico final integrador. Durante la primera parte del cuatrimestre, en articulación con los contenidos vinculados con digitalización, publicación y entorno web, se trabajará sobre la estructura general del sitio, la organización de contenidos, la arquitectura de la información y los criterios básicos de diseño y publicación digital. En esta etapa, los docentes brindarán acompañamiento y asesoramiento para la construcción progresiva del proyecto.

El trabajo práctico no se limitará a una instancia puramente operativa, sino que buscará integrar los contenidos técnicos, conceptuales y profesionales trabajados en la materia. En este sentido, el desarrollo del sitio supondrá no sólo la utilización de WordPress como

sistema de gestión de contenidos, sino también la planificación de las distintas etapas del proyecto, desde el diseño inicial hasta la implementación y publicación final. Para ello, los grupos deberán gestionar el proceso de trabajo a través de Notion, siguiendo las consignas, pasos y tareas que oportunamente serán indicados por la cátedra.

Durante la segunda parte del cuatrimestre, en paralelo con el desarrollo de las unidades más teóricas, las clases incluirán instancias de articulación entre los contenidos conceptuales y el trabajo práctico final. En ese marco, se realizarán actividades orientadas a consolidar los conocimientos adquiridos, discutir ejemplos y casos contemporáneos, y acompañar la resolución de problemas específicos vinculados con el sitio web en desarrollo.

De este modo, la metodología de trabajo de la materia combinará exposición teórica, lectura y discusión bibliográfica, actividades de aplicación, seguimiento permanente a través del aula virtual y desarrollo de una experiencia concreta de producción digital. El objetivo de esta modalidad es favorecer una comprensión integrada de los problemas técnicos, culturales, sociales y profesionales que plantea la comunicación en entornos digitales.

6. Sistema de regularidad y evaluación

Para regularizar la cursada de Comunicación 3, los y las estudiantes deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Estar correctamente inscriptos en la materia y matriculados en el aula virtual <https://www.aulavirtualcom3.com.ar>, que funcionará como espacio complementario de la cursada presencial. En dicha plataforma se pondrán a disposición los resúmenes de clase, el material bibliográfico obligatorio y complementario, presentaciones, videos y demás recursos de apoyo para el seguimiento de la materia.
- Responder en el aula virtual los cuestionarios correspondientes a cada clase y las tareas que eventualmente se requieran. Luego de cada encuentro, la cátedra habilitará cuestionarios obligatorios sobre los contenidos trabajados y el material de lectura asignado.

Para regularizar la cursada, los y las estudiantes deberán haber respondido al menos el setenta por ciento (70 %) de dichos cuestionarios en tiempo y forma.

- Aprobar dos exámenes parciales, que podrán combinar preguntas cerradas y preguntas de desarrollo, de acuerdo con las características de los contenidos evaluados.

- Elaborar y presentar un trabajo práctico final grupal, consistente en el diseño, desarrollo, implementación y publicación en línea de un sitio web realizado en WordPress. Este trabajo constituirá una instancia integradora de los contenidos técnicos, conceptuales y profesionales de la materia. Su realización implicará el cumplimiento de las consignas establecidas por la cátedra, la gestión del proyecto a través de Notion y la presentación final del sitio en la fecha fijada. La cátedra podrá requerir, además, una instancia de exposición o defensa del trabajo ante docentes y compañeros/as.

- Cumplir con el régimen de asistencia regular establecido por la normativa vigente, que admite hasta un veinte por ciento (20 %) de inasistencias.

Observación: Los y las estudiantes podrán recuperar hasta un (1) examen parcial en caso de haber obtenido una calificación insuficiente o de haber estado ausentes por causa debidamente justificada, conforme a la normativa vigente.

7. Criterios de acreditación

La materia tendrá carácter promocional. En consecuencia, promocionarán la materia los y las estudiantes que alcancen una calificación mínima de siete (7) en cada una de las instancias de evaluación previstas durante la cursada (parciales, trabajo práctico final y nota conceptual a partir de realización de tareas requeridas).

Quienes aprueben la cursada sin alcanzar esa calificación mínima en alguna de las instancias de evaluación deberán rendir examen final.

El examen final podrá adoptar modalidad oral, escrita o combinada, y versará sobre la totalidad de los contenidos desarrollados durante la cursada correspondiente.

Los y las estudiantes que, habiendo regularizado la materia, deban rendir examen final, podrán exponer un tema a elección cuando así lo disponga la cátedra, sin perjuicio de que puedan ser interrogados sobre el resto de los contenidos y la bibliografía obligatoria del programa.

La materia podrá asimismo rendirse en **condición de libre**, de acuerdo con la normativa vigente. En ese caso, el/la estudiante deberá responder sobre la totalidad de los contenidos del programa vigente al momento del examen. La instancia de evaluación constará, en primer término, de un examen escrito; sólo en caso de aprobar dicha instancia podrá acceder a un examen oral posterior.

Además, quien se presente en condición de libre **deberá desarrollar, implementar y publicar en internet una página web de elaboración propia**, de acuerdo con las consignas establecidas para el trabajo práctico final en el último cuatrimestre finalizado. Dicha producción deberá ser presentada ante la mesa evaluadora y el/la estudiante deberá poder explicar y fundamentar el proceso de diseño, desarrollo, implementación y publicación del sitio, así como las decisiones adoptadas a lo largo de ese proceso.

Para la acreditación de la materia será necesario demostrar una comprensión adecuada e integrada de los contenidos desarrollados durante la cursada, así como de la totalidad de la bibliografía obligatoria abordada durante la cursada. En particular, se valorará la capacidad de:

- comprender y explicar los principios básicos del entorno digital y de los procesos de digitalización abordados en la materia;
- relacionar los conocimientos técnicos con los debates teóricos referidos a los nuevos medios, la sociedad informacional, el capitalismo de vigilancia, el

capitalismo de plataformas, la plataformización, la inteligencia artificial y la esfera pública digital;

- identificar continuidades, rupturas y transformaciones entre la lógica de los medios de comunicación de masas y la de los entornos digitales contemporáneos;
- vincular los procesos tecnológicos estudiados con sus contextos históricos, sociales, culturales, económicos y profesionales;
- emplear con precisión la terminología técnica y conceptual propia del campo.

Asimismo, para la acreditación se tendrá en cuenta la capacidad de articular los distintos planos trabajados en la materia —técnico, teórico y profesional— y de aplicarlos al análisis de problemas concretos vinculados con la comunicación digital contemporánea.

8. Bibliografía de consulta

La siguiente bibliografía tiene carácter de ampliación y consulta. Incluye obras generales, textos clásicos y materiales actuales vinculados con los problemas abordados por la materia. En varios casos se consignan aquí obras completas de autores de los que en la bibliografía obligatoria o complementaria sólo se trabaja una parte.

Aarseth, Espen. *Estudios de juegos de computadora, año uno.*

Aguerre, Carolina. *Ok Pandora.* Capítulo 5: “IA y esfera pública”.

Alonso, Gonzalo y Arébalos, Alberto. *La Revolución Horizontal.*

Bauman, Zygmunt (2003). *Modernidad líquida.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Beas, Diego. *La reinención de la política.*

Bogost, Ian. “The Rhetoric of Video Games”.

Bolter, Jay David y Grusin, Richard. *Remediation: Understanding New Media.*

Borrat, Héctor. “Narradores públicos”, extracto de la segunda parte de *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción.*

Boutang, Yann Moulier (2004). “Riqueza, propiedad, libertad y renta en el capitalismo cognitivo”, en *Capitalismo cognitivo. Propiedad intelectual y creación colectiva.*

Bounegru, Liliana; Chambers, Lucy; Gray, Jonathan. *Manual de Periodismo de Datos.*

Bouza, Fermín. *Innovación tecnológica y cambio social.*

- Bustamante, Enrique** (2008). *Alternativas en los medios de comunicación digitales: televisión, radio, prensa, revistas culturales y calidad de la democracia*. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, Enrique**. *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*.
- Bustamante, Enrique**. *Industrias culturales en la era digital*.
- Calvo, Ernesto y Aruguete, Natalia** (2020). *Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Carlón, Mario**. *El fin de los medios masivos*. Cap.: “¿Autopsia a la televisión?”.
- Castells, Manuel** (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1: La sociedad red*. México: Siglo XXI.
- Castells, Manuel** (2002). *La galaxia Internet*. Madrid: Areté.
- Castells, Manuel** (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Couldry, Nick** (2021). *Medios de comunicación. Por qué importan*. Madrid: Alianza.
- Crawford, Kate** (2023). *Atlas de la IA: poder, política y el costo global de la inteligencia artificial*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Crucianelli, Sandra** (2009). *Herramientas digitales para periodistas*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas, Universidad de Texas.
- Crucianelli, Sandra**. “¿Qué es el periodismo de datos?”.
- Domar el algoritmo: desafíos para la salud mental y privacidad de Argentina en el uso de TikTok**. Amnistía Internacional.
- Echeverría, Javier**. *Tercer entorno*.
- Echeverría, Javier**. “Sociedad y nuevas tecnologías en el siglo XXI”. Conferencia.
- Fernández Quijada, David**. *Industrias culturales en el entorno digital*.
- Ferrante, Enzo** (2021). “Inteligencia artificial y sesgos algorítmicos. ¿Por qué deberían importarnos?”. *Nueva Sociedad*, 294.
- Ferreras Rodríguez, Eva**. “Nuevos perfiles profesionales: el periodista de datos”.
- Franco, Guillermo** (2009). *Cómo escribir para la web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción online*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas, Universidad de Texas.
- Friedman, George**. *Historia de las Fake News*.
- Fuchs, Christian** (2021). *Capitalismo digital: medios, comunicación y sociedad*. Vol 3.
- Gómez Nieto, Begoña**. “El influencer: herramienta clave en el contexto digital de la publicidad engañosa”.
- Han, Byung-Chul**. *Infocracia*.
- Jenkins, Henry**. *Convergencia cultural*.
- Jenkins, Henry**. Material de consulta sobre videojuegos.
- Levis, Diego** (2009). *La pantalla ubicua*. 2ª ed. ampliada. Buenos Aires: La Crujía.
- López, Consuelo**. *Ok Pandora*. Capítulo 1: “Breve historia de la IA”.
- Luitse, D. y Poell, Thomas** (2024). “Platform Power in AI: The Evolution of Cloud Infrastructures in the Political Economy of Artificial Intelligence”.

- Manovich, Lev** (2006). *El lenguaje de los nuevos medios*. Buenos Aires: Paidós.
- Martínez Roldán, Sergio**. *Movimiento 15M: construcción del espacio urbano a través de la acción de multitudes inteligentes*.
- Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva** (2009). *Libro Blanco de la Prospectiva TIC. Proyecto 2020*. Buenos Aires.
- Negroponte, Nicholas**. *Ser digital*. Fragmento.
- Pardo Kuklinski, Hugo**. *El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en Internet*.
- Pariser, Eli** (2017). *El filtro burbuja*. Madrid: Taurus.
- Peller, Julián y otros**. *Ok Pandora*.
- Piscitelli, Alejandro** (2005). *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
- Piscitelli, Alejandro**. *Hipertexto: definición y características*.
- Poell, Thomas** (2025). “Three Challenges for Media and Communication Studies in the Age of AI”.
- Poell, Thomas; van Dijck, José; Nieborg, David** (2019). “Platformisation”.
- Publicidad en redes sociales: algo más que publicar nuestros productos**. Extractado de Proyecto Cecarm.
- Rafa Rubio**. *Las nuevas tecnologías en la campaña electoral*.
- Reuters Institute**. *Digital News Report 2025*.
- Rost, A. y Bergero, F.** (comps.) (2012). *Periodismo en contexto de convergencias*. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue.
- Salaverría, Ramón y García Avilés, José A.** (2008). “La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo”. *Trípodos*, 23.
- Salaverría, Ramón**. *Convergencia de los medios*.
- Salaverría, Ramón**. *Periodismo digital: 25 años de investigación*.
- Salaverría, Ramón**. “De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital”.
- Sartori, Giovanni** (2002). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Scolari, Carlos** (2007). “Interfaces. Cinco leyes”. Universitat de Vic.
- Scolari, Carlos**. *Hacia la hipertelevisión*.
- Scolari, Carlos** (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, Carlos**. *Narrativas transmedia*. Capítulo 1.
- Simone, Raffaele** (2001). *La tercera fase. Formas de saber que estamos perdiendo*. Madrid: Taurus.
- Sparrow, B.; Liu, J.; Wegner, D.** (2011). “Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips”. *Science*, 333(6043), 776-778.
- Srnicke, Nick** (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.
- UNESCO** (2023). *La inteligencia artificial generativa en la educación y la investigación*.

van Dijck, José; Nieborg, David; Poell, Thomas (2019). “Reframing Platform Power”.

Valdettaro, Sandra. *Entre Internet, la desconfianza y los árboles muertos.*

Varoufakis, Yanis. *Tecnofeudalismo.*

Vercellone, Carlo (2004). “Las políticas de desarrollo en tiempos del capitalismo cognitivo”, en *Capitalismo cognitivo. Propiedad intelectual y creación colectiva.*

Verón, Eliseo. “El fin de la historia de un mueble”, en *El fin de los medios masivos.*

Wolton, Dominique (2000). *Sobrevivir a Internet.* Barcelona: Gedisa.

Wolton, Dominique. *Internet y después.* Caps. 1, 3 y 4.

Zuboff, Shoshana. “Capitalismo de vigilancia” / “Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization”.

9. Equipo de la cátedra y contacto

Lic. Omar Szulak

Lic. Claudio Decastelli

Lic. Claudia Tulipano

Mail: comunicacion3@unlz.edu.ar

Web: www.comunicacion3unlz.com.ar

Aula virtual: www.aulavirtualcom3.com.ar

Twitter: [@Com3unlz](https://twitter.com/Com3unlz)

Facebook: <https://www.facebook.com/Comunicacion3unlz>