



Tecnicatura Superior Universitaria en Comunicación Digital

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Universidad Nacional de La Plata

2014



Facultad de Periodismo y Comunicación Social
 Tecnicatura en Comunicación Digital
 Título: Técnico Superior Universitario en Comunicación Digital
 Modalidad: presencial
 Duración: 3 (tres) años

INDICE

1-	Pensar la formación de nuevos profesionales de la comunicación digital.....	3
1.1	Perspectiva comunicacional y política	7
1.1.1	La comunicación como práctica social en los modos de producir conocimiento.....	9
1.1.2	La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual	11
1.2	Hacia la conformación de un perfil profesional	12
2-	Objetivos de formación.....	13
3-	Perfil del graduado	14
4-	Alcance del título y competencias profesionales	15
5-	Áreas de desempeño	15
6-	Condiciones de ingreso	16
7-	Estructura curricular	16
7.1	Organización de la estructura curricular	18
8-	Condiciones de aprobación y titulación.....	20
9-	Asignaturas por área y Laboratorio de producciones y prácticas multimediales y transmedia	21
10-	Distribución de la carga horaria por área y Laboratorio de producciones y prácticas multimediales y transmedia	22
11-	Carga horaria anual según dimensiones curriculares.....	24
12-	Equivalencias con la Licenciatura y el Profesorado en Comunicación Social	25
13-	Descripción de Contenidos mínimos	28
14-	Carga horaria, régimen de cursada y correlatividades.....	40
15-	Estrategias de acreditación y promoción.....	43



1. Pensar la formación de nuevos profesionales de la comunicación digital.

En los últimos años el Estado ha comenzado a reconocer la necesidad de abordar a la Tecnología como un eje estratégico para pensar la inclusión, la producción y el acceso. En este sentido es que se han creado e implementado distintas políticas públicas tendientes a trabajar de manera articulada las diversas cuestiones relacionadas con las tecnologías en conjunto con los pilares de educación, trabajo, salud, industria, inclusión y desarrollo. Entre estas políticas se destaca el Plan Nacional de Telecomunicaciones Argentina Conectada, creado en 2010 con el objetivo de “establecer una plataforma digital de infraestructura y servicios que brinde soluciones de conectividad al 97 por ciento de las localidades del país y previendo la conexión satelital al 3 por ciento restante para 2015” promoviendo así el acceso a la información y a la comunicación, entendido como un derecho. Este Plan se sostiene en tres ejes fundamentales que apuntan al desarrollo local y nacional. Por un lado se focaliza en la cuestión física, construyendo la infraestructura necesaria y proveyendo equipamiento útil para la conectividad; además, se alienta y financia la producción de servicios -que posibiliten una mejor gestión y comunicación en las áreas de gobierno- y la creación de contenidos convergentes y con valor social. Por último, se promueven estrategias de inclusión digital a través de la implementación de espacios y actividades que habiliten el acceso a las nuevas tecnologías, permitiendo desarrollar nuevas capacidades y herramientas para motorizar el desarrollo local.

Otras políticas desarrolladas por el Estado Nacional que articulan con el Plan Argentina Conectada son el Programa Conectar Igualdad, que lleva distribuidas cerca de 4 millones de netbooks en las escuelas secundarias públicas de todo el país; la implementación de los Núcleos de Acceso al Conocimiento; el desarrollo de Software Libre creado en Argentina, que posibilita la adecuación del Estado en estándares libres y promueve la producción de contenidos locales y los modelos de gobierno abierto; la puesta en marcha de la Televisión Digital Abierta, con más de 1 millón ochenta mil decodificadores entregados en toda la región y una fuerte apuesta a la producción y difusión de contenidos nacionales; el lanzamiento de PROGRAM.AR, programa que alienta la



capacitación en Ciencias de la Computación con el objetivo de fomentar la enseñanza de la programación en todas las etapas educativas, tanto formales como informales, entre otras.

Todas estas líneas de acción promovidas desde el Estado no son ajenas a un reconocimiento diagnóstico respecto de cómo el avance de las Nuevas Tecnologías transforma los modos de trabajo, de relación, de comunicación y de acceso a la información impactando en las maneras de producir, de vincularse y de leer el mundo. En Argentina, según la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales, se evidencian crecimientos exponenciales en las relaciones que los sujetos establecen con la tecnología. Algunas cifras a destacar indican que la computadora se ha convertido en el dispositivo tecnológico que más se extendió en los últimos tiempos: el 71% de los argentinos tiene PC, el 68% la utiliza, el 65% se conecta a Internet y el 60% tiene conexión en su casa. Estos números permiten estimar que en los próximos años este dispositivo logrará una expansión casi universal como ocurrió con la TV. Del mismo modo se destaca el protagonismo del teléfono celular en los consumos digitales, no sólo para sus usos tradicionales (llamados y mensajes) sino a través de distintas apropiaciones vinculadas con el uso extendido como reproductor de música y radio, la conectividad a internet (cerca de un 24%) y para jugar videojuegos (un 10%).

En torno a los contenidos que se consumen en Internet, se destacan las redes sociales con un 57% de usuarios, el 46% con uso continuo y frecuente. Esta importancia de las redes sociales también se verifica al consultar las páginas más visitadas: Facebook ocupa el primer lugar con el 24% de menciones y Youtube el segundo, con el 22%. El 55% de los argentinos consultados tiene un perfil en Facebook y el 13%, una cuenta en Twitter. Chequear mails sigue siendo una actividad habitual y cotidiana. También se escucha o descarga música con frecuencia: el 49% de los internautas lo hace, de los cuales el 21% lo realiza diariamente. Informarse, tanto a través de las versiones digitales de los diarios, portales informativos, como por vías alternativas, es también una de las actividades más habituales (37% y 36% respectivamente).

Por otra parte, un dato a destacar es que el 30% de la población juega videojuegos, lo que se considera un porcentaje importante si se lo contempla como expresión de una actividad lúdica y recreativa. La mayoría de los usuarios juega semanalmente, todos o algunos días a la semana.



Otro aspecto a considerar es el análisis de usuarios de cultura digital, es decir, aquellas personas que consumen regularmente creaciones culturales en formato digital. La penetración de la cultura digital se concibe a partir del uso de al menos 1 soporte o dispositivo digital para cualquier industria cultural y los resultados de la encuesta permiten afirmar que en la Argentina alcanza al 69% de la población. La industria con mayor cantidad de usuarios digitales es la fonográfica, con un importante consumo de música y radio a través de celulares y reproductores de MP3 y MP4 (58%). El cine y la televisión presentan porcentajes menores, porque las nuevas tecnologías digitales presentan, todavía, menos ventajas relativas para su consumo respecto de la tecnología audiovisual analógica. En relación con la industria editorial los resultados son dispares porque aunque el diario, los blogs y las revistas digitales crecen sostenidamente y puede que resten consumidores al mercado editorial en papel; el libro electrónico apenas es consumido en el país y está muy lejos de competir con el libro tradicional.

Sin duda, el videojuego es la industria cultural digital por naturaleza, el sector donde más velozmente se impone el formato digital. Entre los usuarios de videojuegos, el 78% emplea soportes digitales.

Estas cifras no son casuales y pueden atribuirse, entre otras razones, a las modificaciones que ha ido desarrollando Internet en la última década. Lo que se conoce como Web 2.0 se caracteriza, principalmente, por la posibilidad de convertir a Internet en un espacio en el que los que eran considerados simplemente usuarios puedan no sólo consumir contenidos, sino también generar los propios. Es así que deja de pensarse en “usuarios” o “consumidores” para pensar en *prosumidores* o *Webactores*. Esta figura rompe con la idea de un receptor pasivo, dejando en evidencia su potencialidad para reconfigurar aquellos contenidos “emitidos” y legitimando su espacio como productor de unos contenidos propios y nuevos que circulen con esta misma lógica. Se constituye así un sujeto con voz propia, habilitado para decidir y discutir en un terreno que le es propio. De esta manera, es posible pensar en Internet como un nuevo espacio donde estos actores configuran sus vidas cotidianas, donde se legitiman discursos y se habilita la discusión y la participación. La Web 2.0, pareciera consolidarse como un “hábitat digital”, un espacio, una comunidad configurada por la existencia de tecnologías pero que refleja y se constituye por las prácticas que sus miembros han desarrollado, por sus trayectorias y experiencias.



Este hábitat va construyéndose en el plano de lo simbólico pero, sin lugar a dudas, también lo hace a partir de las transformaciones físicas vinculadas con la introducción de distintos objetos/dispositivos que complejizan el entorno, donde comienzan a habitarse nuevos lugares en los que también se discute, se produce, se investiga, se relaja, se hace política, etc. De diferentes maneras, en blogs, por comentarios, en tweets, en grupos de Facebook, con páginas propias, cada webactor realiza un aporte específico a la causa que lo identifica y representa, y se configura un nuevo mapa que habilita nuevas discusiones y nuevas maneras de constitución de “lo público”. De cualquier manera, es menester reconocer que estas construcciones en torno a la apertura de la palabra y la participación, tienen como contracara el crecimiento de un modelo de negocios vinculado a la circulación de la información y la venta de bases de datos personales de usuarios, que trae aparejada la construcción de conglomerados empresariales que ponen en tensión, entre otras, las libertades personales de acceso a la información y el derecho a la privacidad.

Estas modificaciones en los usos, en la participación y en los consumos han llevado a las organizaciones, entendidas como entidades discursivas, a re-pensar sus lógicas, sus dinámicas y, por lo tanto, su comunicación. De esta manera, se generan las condiciones que exigen la formación de profesionales que estén capacitados para insertarse en nuevos puestos de trabajo que demandarán de un conocimiento profundo, analítico, crítico y estratégico de las lógicas de la comunicación digital.

Actualmente, la formación en comunicación digital en Argentina se limita a cursos y capacitaciones específicas que, en procesos no superiores a un año, condensan un cúmulo de herramientas digitales sin lograr desarrollar perspectivas de pensamiento en torno a la comunicación en un contexto de hipermediación. Además, y esto no es un dato menor, esta oferta se encuentra enmarcada, casi en su totalidad, en instituciones privadas o en propuestas de posgrado, generando una limitación superior para quienes deseen formarse en esta disciplina. Se hace necesario entonces, desde un Estado que está complejizando su tejido de políticas públicas desde una perspectiva que incluye y aborda el universo digital, que nuestras Casas de Estudio puedan ofrecer un trayecto formativo complejo que habilite nuevas discusiones sobre la comunicación digital, entendida como una herramienta política y de transformación. La emergencia de nuevos conglomerados empresariales que se conforman en relación con la producción, distribución y



circulación de contenidos, pone en tensión la supuesta libertad y apertura que dicen ofrecer las plataformas digitales y nos plantean el desafío de ser, una vez más, quienes disputemos esas lógicas hegemónicas del poder multimediático como productores críticos en busca de la generación de sentidos.

1.1 Perspectiva comunicacional y política

Definir la perspectiva comunicacional y política, casi como un acuerdo tácito, remite a considerar el lugar epistemológico desde el cual pensar a la comunicación para diseñar todo el desarrollo de la propuesta, es decir, el posicionamiento conceptual para entender lo comunicacional y dejar así cristalizado el modo de “mirar el mundo” que se propone con esta Tecnicatura. Y desde esta lógica, pensar lo comunicacional implica o contiene una mirada política.

Pero, ¿Qué implica mirar desde una perspectiva política a la comunicación?

En primer lugar, situarse en y desde este lugar implica desplazarse teóricamente de los medios a las mediaciones culturales; de la determinante tecnológica a la cultura. Mirar la comunicación no ya desde un lugar instrumental, sino relacional y como parte constitutiva de la cultura, definida desde una mirada socio semiótica, lo que conlleva la atención al plano simbólico, pero también al de las dimensiones materiales e históricas, lo que implica el desafío de pensar en una nueva irrupción tecnológica desde lo cultural. Las tecnologías no son nada por sí mismas, sino que son en relación al sentido social que se produzca de ellas; esto conlleva a correr el eje de lo estrictamente instrumental, la materialidad en sí misma, para centrar la atención y el interés en la apropiación de esos dispositivos por parte de los actores que forman parte de la trama social, que se presenta a la vez compleja. Y enfocar allí la atención obliga a ocuparse de los modos en que asumen lugar dichas apropiaciones, la configuración de los distintos escenarios en los que entran en juego las tecnologías, las estrategias discursivas que cada actor emplea en estos nuevos *espacios sociales* que emergen y aportan mayor complejidad a la trama social, aunque “sólo parecieran tener lugar en la virtualidad”. Y si se piensa en relaciones entre actores, apropiaciones y producción de sentido, resulta casi imperativo inscribirlo dentro de los debates en torno al *poder*.



No puede pensarse la técnica separada de la sociedad. La tecnicatura trabajará bajo la firme convicción de que los desarrollos técnicos deben ser analizados a través de sus determinaciones sociales y sobre todo a partir de los modelos de organización y de las lógicas sociales de la comunicación que contribuyen a su expansión.

La expansión tecnológica no trae consigo beneficios distribuidos igualitariamente en el conjunto de la sociedad, sino que está condicionada por cuestiones adquisitivas y culturales desiguales. No se parte de pensar negativamente sobre la evolución tecnológica. Se observa que las tecnologías proponen nuevos modos de entretenimiento, información e interacción y formas creativas de intervenir en la política, pero no por ello se pierde de vista cómo las desigualdades afectan la productividad. En este sentido el horizonte de expectativas apunta a formar profesionales que adquieran las competencias comunicacionales y técnicas necesarias para producir sentido sin caer en el determinismo tecnológico ni en el pesimismo cultural.

Sin mucha inquietud al respecto, en tanto nuestra cultura organizacional como Facultad de Periodismo y Comunicación Social -constituida por una identidad signada de una trayectoria en relación a los estudios de la comunicación entendida en su vinculación con la cultura y con un fuerte anclaje en la mirada política- se ha posicionado en un lugar claro respecto a los debates sobre el poder, estamos comprendiendo una concepción del poder ya no como aquello que prohíbe, lo que dice *no*. Lo estamos asumiendo en términos productivos, como coextensivo de lo social; no como proceso de exclusión sino en términos de tecnología, tácticas y estrategias. Pensar el poder únicamente en términos coercitivos implica suponer que existen zonas liberadas respecto a un poder cuya localización sería acotada y visible y contra el cual se libraría una única batalla enfocada de manera unilineal. Por su parte negar toda situación de exterioridad respecto del poder no significa concebir a los sujetos atrapados a esas redes; por el contrario, la "libertad" de movimientos de las subjetividades es precisamente un requerimiento de la lógica del poder mismo. Estos postulados llevan a correr la mirada del poder como *una propiedad de alguien* para mirarlo y entenderlo como una estrategia y en tanto sus efectos no son atribuibles a una apropiación por un sujeto, sino a dispositivos históricos. Esta reelaboración de la teoría del poder posibilita trascender el análisis del mismo como estructura binaria del tipo dominantes/dominados, lo que en la práctica otorga una libertad de pensamiento y acción de un



sustancial salto cualitativo. Resulta acertado asentar este posicionamiento puesto que, más allá de lo relacional del término, no podemos pensar en la comunicación (digital) escindida de una perspectiva política por lo que el planteo no conduce a establecer esta relación como condicionante, sino como constitutiva de nuestro campo.

Ahora bien, el diseño curricular de una Tecnicatura en Comunicación Digital, más allá de poder pensar en los alcances específicos temáticos -lo digital-, debe situarse desde una perspectiva histórica, lo que implica situarse en un marco de referencia institucional que determina sus alcances, limitaciones, posicionamientos teóricos, etc. Y en ese sentido, también resulta indispensable, por ejemplo, pensar en otras carreras creadas recientemente, como la Tecnicatura en Periodismo Deportivo y la Tecnicatura en Comunicación Popular que también se ubican *en y desde* la comunicación, pero también desde el deporte, lo popular, lo masivo, lo alternativo, siempre en perspectiva histórica y relacional, respondiendo a las urgencias que las transformaciones sociales, producto de diversas luchas, fueron exigiendo a esta Facultad pública, que por sobre todo es un proyecto de *comunicación/cultura política*.

1.1.1 La comunicación como práctica social en los modos de producir conocimiento

Los estudios de la comunicación no pueden precisarse por fuera de las prácticas sociales que protagonizan los sujetos de la historia. Toda práctica social es factible de ser leída desde la comunicación y, por lo tanto, la comunicación es una herramienta para entender las prácticas sociales. A su vez, entender las prácticas sociales implica tres miradas:

a) La perspectiva comunicacional: se refiere a focalizar la mirada en cómo los actores sociales conocen, se relacionan e inciden sobre terceros. Se vincula con un concepto de la comunicación que la entiende como proceso de producción, intercambio y negociación de significados. La perspectiva comunicacional, asimismo, implica una manera de entender el mundo en que vivimos, interpretándolo desde una lógica de producción y lucha de sentidos.



b) *La perspectiva epistemológica*: implica modos de conocer. Cómo conocer desde las Ciencias Sociales, que tienen un objeto en permanente movimiento y construyen representaciones que intentan incorporar el dinamismo y la complejidad de la situación social en estudio. El modo de conocimiento de la realidad y la sistematización de los saberes que contribuyen al análisis de la situación hacen a la intencionalidad política que se impone a la hora de producir conocimiento.

c) *La perspectiva política*: se relaciona con los criterios valorativos y los modos de acción adoptados a partir de una concepción del sujeto en relación a su entorno de transformación del contexto en el cual se vincula. Lo político aquí no tiene que ver con lo partidario sino que comprende su sentido amplio: la posibilidad de transformar el contexto.

En esa línea, vale pensar que el comunicador tiene un enorme potencial que es aportar a los procesos sociales una mirada específica y particular: la *mirada comunicacional*. Esto es, observar, analizar, evaluar, desnaturalizar procesos, actores, relaciones de poder, interacciones, procesos de producción de sentidos, etc. De esta manera, se apunta a fortalecer la trama social más que a intervenir en las prácticas, ya que “intervenir” supone un adentro / afuera donde el investigador se diferencia de los sujetos implicados en el proceso. Fortalecer la trama social implica un ejercicio de problematización de las prácticas sociales que se apoya necesariamente en presupuestos teóricos que sirven de base a las técnicas y que habilitan (a la vez que condicionan) el reconocimiento de las prácticas y hacen posible una labor de fortalecimiento y dinamización de las mismas. La intervención del comunicador siempre es desde una mirada transformadora de la realidad, y todas las herramientas, reflexiones y aportes que se abordarán en esta tecnicatura tienen ese objetivo.



1.1.2 La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual como productora de sentido

Existen aspectos de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada y promulgada el 10 de octubre de 2009 que trascienden lo estrictamente vinculado a la regulación de licencias y desconcentración de propiedad de medios, o mejor dicho, esas normativas se expanden y simbolizan mucho más que meras regulaciones y tienen consecuencias directas en la vida de todos y todas los argentinos. Y al considerar esos desplazamientos, necesariamente estamos pensando en la formación de los graduados que deben nutrirse de herramientas que les permitan dar respuesta a estas nuevas coyunturas. Y no desde una mirada liberal de las profesiones, que sólo lo proyecta desde una matriz individualista, de desarrollo propio; contrariamente, se piensa en trayectos formativos que tengan en cuenta nuevas matrices culturales resultantes de diversos avances en políticas de género, de diversidad cultural, de integración regional, tecnológica, que se conjuga con una mirada del derecho a la comunicación comprendida como Derecho Humano. Y de formar comunicadores insertos en espacios públicos, pero también en sectores productivos, que puedan diseñar, planificar y gestionar políticas de comunicación signadas por matrices ideológicas que prioricen la *igualdad social y económica desde la diversidad*, se trate de cualquier esfera.

En este sentido, y pensando en tiempos en los que, aparentemente, no se adquiere existencia sino es a partir de la permanencia en las redes sociales, en la web, en los medios, es imposible perder de vista el lugar trascendental que ocupan las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la conformación de las identidades sociales como nuevas formas de expresión y percepción. Las organizaciones, los barrios, las escuelas requieren de nuevas estrategias de comunicación que les permitan dejar de ser meros receptores para convertirse en diseñadores, creadores, productores de mensajes, productores de sentido y contar con espacios en los cuales poder emitirlos.



1.2 Hacia la conformación de un perfil profesional

A partir de reconocer estos cambios culturales, de producción y las estrategias de abordaje que está desarrollando el Estado para pensar lo digital, son posibles de identificar nuevos ámbitos de inserción laboral que requieren de la formación de profesionales de la comunicación que puedan pensar críticamente la tecnología de manera integral para poder producir en las líneas que requieren el Estado y el sistema productivo desde una mirada no inocente del poder, la comunicación y la inclusión.

Los recorridos propuestos en la carrera apuntan a analizar de manera crítica e integral la relación entre Comunicación y Nuevas Tecnologías a partir de la profundización teórica-epistemológica del campo disciplinar desde la cual se abordarán la producción, el diseño y el desarrollo de la Comunicación Digital.

En este sentido, la Tecnicatura tiene por objeto profundizar en el dominio de conocimientos teóricos, técnicos y metodológicos en el área de la Comunicación Digital, un campo disciplinar profesional que se encuentra en constante avance, movimiento y crecimiento requiriendo la formación de profesionales acordes a su tiempo y sus demandas.

Con la creación de esta carrera, se pretende realizar un aporte al campo académico que permita reunir las distintas problematizaciones que constantemente se producen en torno a la comunicación y a las Tecnologías. De esta manera, se prevé ofrecer una ampliación en los horizontes laborales de los graduados y graduadas a fin de proporcionar nuevas herramientas y reflexiones a sus trayectorias y experiencias, complejizar sus prácticas y generar nuevas perspectivas para pensar y aplicar la Comunicación Digital. La definición de comunicación siempre ha sido, desde nuestra perspectiva, la de producción social de sentido. Eso no ha variado pese al advenimiento de las Tics, sino que sigue sosteniéndose, dado que el campo de lo digital no escapa a la perspectiva disciplinar en que nos posicionamos y que construimos.



2. Objetivos de la formación

La Tecnicatura en Comunicación Digital se propone, desde su raíz, formar comunicadores que desarrollen una perspectiva crítica para pensar y mirar a las Tecnologías y las nuevas subjetividades, sin agotarse en una mirada tecnofóbica sino reconociendo las tramas de poder que se conforman en su entorno para poder ser capaces de producir, gestionar, desarrollar, crear, analizar y evaluar contenidos digitales, multimediales y transmedia, en pos de posibilitar un abordaje productivo y problematizador del campo disciplinar.

Es por ello que sus objetivos son:

- Formar profesionales críticos que sean motor de acción y transformación en políticas de inclusión digital.
- Desarrollar estrategias para la formación en la elaboración de contenidos digitales.
- Fortalecer el desarrollo de políticas tendientes a la inclusión digital a partir del aporte de profesionales capaces de diagnosticar, reconocer e intervenir en el campo desde un conocimiento complejo y problematizado, así como de producir en lenguajes y soportes afines.
- Propiciar espacios de producción, investigación, innovación y creatividad en Tecnologías y Comunicación, desde una metodología de abordaje integral, colaborativa y de participación colectiva.
- Promover el análisis crítico y reflexivo en torno a la articulación Comunicación/Nuevas Tecnologías/Cultura a fin de construir una mirada crítica y estratégica sobre los usos, significaciones y apropiaciones de la Tecnología desde una perspectiva comunicacional.
- Promover la creación de ámbitos donde discutir las perspectivas apocalípticas tanto como las idealizadas respecto de las tecnologías en la vida cotidiana a fin de construir una visión que no se reduzca en tecnofilias ni tecnofobias, que mire de manera crítica y constructiva los procesos sociales atravesados por las TICS.
- Generar reflexiones y debates que promuevan en los futuros técnicos la capacidad de transformar realidades desde una perspectiva cultural con el uso y aplicación de las tecnologías en diversos territorios.



3. Perfil del Graduado

El objetivo principal de la propuesta de formación de la Tecnicatura en Comunicación Digital es contribuir la formación de profesionales con un alto compromiso humano, político y social, que se integren con pertinencia técnica en procesos de democratización de la comunicación social digital e interactiva. Esto significa que su mirada y su labor serán claves en el desarrollo de procesos relacionados con la inclusión digital, la elaboración de estrategias discursivas y la producción de contenidos digitales, multimediales y transmedia, desde una perspectiva crítica y analítica del contexto y de las tramas de poder en que se enmarca.

Con la creación de esta carrera, se pretende realizar un aporte al campo académico que permita reunir las distintas problematizaciones que constantemente se producen en torno a la Comunicación y a las Tecnologías. De esta manera, se prevé ofrecer una ampliación en los horizontes laborales de los graduados y graduadas a fin de proporcionar nuevas herramientas a sus trayectorias y experiencias, complejizar sus prácticas y generar nuevas perspectivas para pensar y aplicar la Comunicación Digital.

A su vez, un Técnico Superior Universitario en Comunicación Digital graduado en nuestra Casa de Estudios, estará en condiciones de generar y protagonizar debates académicos respecto del papel que juegan las Nuevas Tecnologías en nuestras sociedades, pudiendo desnaturalizar y discutir las visiones tanto apocalípticas como las idealizadas.

Un comunicador formado en esta carrera será un actor fundamental en la producción de relatos y narrativas que construyan y reconstruyan experiencias novedosas a través de distintas herramientas que le permitan desempeñarse en los diferentes lenguajes de la comunicación masiva, aportando un recurso humano necesario para reconfigurar una nueva realidad mediática sobre el universo digital. Del mismo modo, sus saberes permitirán introducir la Comunicación Digital en el sector público -generando nuevas instancias de participación ciudadana- así como también propiciar nuevas formas de consumo -crítico y participativo- en la relación con la Comunicación Digital en el sistema productivo. Los egresados de esta Tecnicatura estarán capacitados para producir contenidos multimediales, desarrollar propuestas en plataformas



transmedia y elaborar planes de comunicación organizacional (tanto a nivel interno como externo) que contemplen a la comunicación digital como una parte integral de su totalidad comunicativa.

4. Alcance del títulos y competencias profesionales

El Técnico Superior Universitario en Comunicación Digital estará capacitado para:

- Gestionar la Comunicación Digital en ámbitos públicos, privados y organizaciones de la comunidad.
- Analizar críticamente la relación Comunicación/Nuevas Tecnologías/Cultura con el objetivo de desarrollar prácticas profesionales ancladas en el contexto en el que están inmersas.
- Producir conocimiento científico para el desarrollo y la profundización del campo de la Comunicación y las Nuevas Tecnologías.
- Diseñar, producir y evaluar materiales y producciones comunicacionales en lenguaje Multimedial.
- Diseñar, producir y evaluar políticas y programas de inclusión digital en el sector público y privado.
- Realizar diagnósticos de la Comunicación Digital de distintas organizaciones a fin de reconocer las diversas dimensiones, dificultades y potencialidades para poder llevar adelante planes de acción, propuestas de gestión, modificaciones y sugerencias.
- Promover un modelo de producción abierto, colaborativo y cooperativo.
- Conformar equipos interdisciplinarios para la producción de proyectos multimediales y transmedia.
- Adquirir conocimientos técnicos que les permitan dialogar con profesionales de disciplinas afines y promover un debate transdisciplinar.

5. Áreas de desempeño

Desde la perspectiva de los ámbitos del desempeño profesional, el Técnico Superior en Comunicación Digital podrá integrarse activamente en:



- Medios de comunicación públicos, del Estado, de organizaciones sociales y privados.
- Políticas, campañas, y estrategias de comunicación digital del Estado y/o de organizaciones sociales.
- Proyectos de diseño y evaluación de propuestas de comunicación digital.
- Organismos, entes, áreas y programas de políticas públicas de telecomunicaciones e inclusión digital.
- Producción de contenidos digitales específicos para medios, redes y campañas de comunicación de las organizaciones sociales, del Estado y Pymes.
- Procesos educativos mediados por la tecnología.
- Realización de diagnósticos comunicacionales vinculados con tecnología en organizaciones.
- Áreas del Estado orientadas hacia la inclusión digital, la capacitación e investigación en Tecnologías de la Información y la Comunicación, el fomento a la competencia de industrias nacionales, la realización de estadísticas y monitoreo respecto de comunicación, cultura y consumos digitales, y la gestión de políticas de seguridad informática y pública.

6. Condiciones de ingreso

El aspirante a ingresar a la carrera debe ser egresado del nivel Medio, Polimodal o Secundario del sistema educativo o haber aprobado el examen estipulado por la UNLP para mayores de 25 años, de acuerdo con la Ordenanza 255. La acreditación de estas condiciones sigue la reglamentación uniforme dispuesta por la UNLP.

7. Estructura curricular

La carrera se define desde un diseño curricular dinámico que al mismo tiempo que establece una estructura para las actividades académicas, ofrece una oferta flexible de espacios curriculares



optativos, lo que permite que el estudiante construya, en parte, su propio recorrido. Asimismo las materias tendrán distintas metodologías de abordaje comprendiendo talleres, espacios teórico-prácticos, seminarios, laboratorios y tutorías, que en su interior desarrollarán estrategias de producción de conocimientos articuladas en trabajos de campo, trabajos de indagación y producción.

El Taller se constituye como un espacio pedagógico que se caracteriza por el aprendizaje en la práctica. En este sentido, se parte de concebir que aprender un concepto, ligándolo a la práctica en la que expresa su contenido, resulta más formador que aprender a través de una simple comunicación verbal de ideas. La práctica del hacer no se refiere únicamente al quehacer manual sino que implica el ejercicio de representar y/o re-crear mentalmente un proceso que implica una secuencia de acciones concretas y prácticas.

En esta relación teoría / práctica / acción / reflexión, se proponen modalidades de trabajo en equipo y participativas, donde todos los miembros aportan a la resolución de problemas y/o tareas para que el aprendizaje individual resulte del intercambio colaborativo entre los estudiantes, las actividades, las técnicas y los contenidos.

La clase teórica se define como aquella que se organiza a partir de la exposición de los contenidos por parte del profesor y las clases prácticas como las que desarrollan las actividades de aplicación de los contenidos abordados en las clases teóricas.

En este sentido, los espacios teórico-prácticos articulan ambas modalidades en un diálogo constante entre el saber y el hacer.

La modalidad del Seminario busca generar un espacio donde se construya y desarrolle una temática específica en profundidad a partir de la interactividad, el intercambio de experiencias, la crítica, la experimentación, la aplicación, el diálogo, la discusión y la reflexión entre los participantes.

El Seminario como estrategia pedagógica – didáctica propicia la construcción colectiva de conocimiento a través de la investigación y discusión de grandes ejes temáticos, y se centra en la comprensión y profundización de problemáticas teóricas de los diversos autores que los abordan.



El Laboratorio se constituye como un espacio de interacción donde se privilegia la práctica por medio de la experimentación y la confrontación de hipótesis de trabajo y de investigación, favoreciendo el aprendizaje cooperativo.

Por último, la tutoría se concibe aquí como orientación de la formación académica integral del estudiante en donde el profesor-tutor busca facilitar la adaptación e integración plena del alumno en los estudios así como su desarrollo en los diferentes itinerarios curriculares en vista a su desarrollo profesional.

De esta manera, se propone el acompañamiento del estudiante durante la totalidad de su trayectoria académica, desde el ingreso al egreso, facilitando un proceso formativo global asesorando en las decisiones de elección y especialización curricular propias de la construcción del perfil profesional individual del alumno teniendo en cuenta sus expectativas, capacidades e intereses.

7.1 Organización de la estructura curricular

La Tecnicatura en Comunicación Digital se organiza desde una concepción integral a partir de tres dimensiones que definen trayectos de formación. Cada una de ellas desarrolla contenidos necesarios para la formación de técnicos que se integran a procesos de comunicación digital. La Tecnicatura, entonces, se organiza en las siguientes dimensiones:

-Dimensión teórico - crítica de la comunicación digital

Esta dimensión propone pensar la especificidad del campo de la comunicación digital desde una perspectiva teórico-crítica, a partir de contenidos que tienen como objetivos reconocer la conformación del campo de la comunicación en general, profundizando en la comunicación digital; identificar la construcción de nuevas subjetividades en torno a las Tics; deconstruir las transformaciones culturales presentes en los consumos; promover y fortalecer dinámicas y estrategias de gestión de la comunicación digital en organizaciones; construir marcos teóricos



propios que permitan la profundización de la investigación social en Nuevas Tecnologías y abordar el análisis crítico de discursos.

Los abordajes propuestos aquí buscan poner en diálogo diferentes perspectivas sobre conceptos clave que definen la especificidad del trayecto formativo de la Tecnicatura en Comunicación Digital: la comunicación, la cultura, los discursos, las nuevas tecnologías y la gestión de la comunicación digital. Con esto se busca construir conocimiento específico en pos de desarrollar herramientas que permitan al técnico en comunicación insertarse en procesos de transformación social que estén anclados en un reconocimiento territorial.

- Dimensión de la práctica y la producción

En esta dimensión se propone hacer un reconocimiento de los lenguajes y características propias de la comunicación digital, abordando formas de producción y edición colectiva y colaborativa. Para ello se trabajarán los lenguajes tradicionales (gráfico, radiofónico y audiovisual) incorporando las lógicas y dinámicas que incluyen las plataformas multimediales/transmediales¹, pensando en la producción de contenidos que puedan vincularse y dialogar con otros espacios que se encuentran en el escenario digital.

Del mismo modo, se incluirá la dimensión estratégica del proceso integral de la producción de contenidos digitales, que implica diferentes etapas, tales como la planificación, la pre-producción, el guionado, el análisis de los destinatarios y las instancias de circulación del producto.

Por último, la formación hará hincapié en el reconocimiento, uso y apropiación de distintas herramientas de edición técnica para los diferentes lenguajes, promoviendo la incorporación de saberes que fortalezcan la autogestión de producciones propias.

¹ El concepto de transmedia refiere a la posibilidad (y a la decisión) de construir un relato a través de diferentes plataformas y lenguajes disponibles en soportes digitales.



- Dimensión de abordajes específicos

La dimensión de abordajes específicos se orienta a la apertura de espacios particulares que trabajen con áreas puntuales que guíen las trayectorias electivas de la formación profesional. Para esto se trabajarán contenidos obligatorios comunes que inicien la reflexión sobre medios digitales y políticas públicas de inclusión digital, así como el reconocimiento de las herramientas de programación y diseño. A partir de esta formación inicial común, los estudiantes podrán seleccionar sus trayectos a fin de dotar de especificidad su perfil profesional. En este sentido, las propuestas abarcarán los ejes de periodismo, gestión de la comunicación y educación y tecnologías, complementados con contenidos interdisciplinarios que pongan en tensión nuestro campo con las Ciencias Sociales en general.

Estas tres dimensiones confluyen en el Laboratorio de Producciones y Prácticas Multimediales y Transmedia, que se constituye como un espacio de interacción donde se privilegia la práctica, tomando como metodología la experimentación y la confrontación de propuestas de trabajo y de investigación. Esta instancia favorece el aprendizaje colaborativo, fortaleciendo y poniendo en valor el espacio de la práctica. El laboratorio funciona, así, como una instancia integradora final donde se reunirán los conocimientos abordados en la carrera, puestos en marcha en distintas prácticas que den cuenta de los recorridos transitados.

8- Condiciones de aprobación y titulación

Para obtener el título de Técnico Superior Universitario en Comunicación Digital se deben aprobar un total de 1776hs distribuidas de la siguiente manera:

Total de materias obligatorias	24	Total de horas obligatorias	1520
Total de materias optativas	4	Total de horas optativas	256
Total de materias	28	Total de horas	1776



9- Asignaturas por área y Laboratorio de producciones y prácticas multimediales y transmedia

OB= obligatoria /OP= optativa

Dimensión teórico-crítica de la Comunicación digital	Dimensión de prácticas y producción	Dimensión de abordajes específicos
Introducción a la gestión estratégica de contenidos digitales (OB)	Taller de producción de contenidos y narrativas audiovisuales (OB)	Historia de los procesos políticos y económicos de los siglos XX y XXI (OB)
Antecedentes del campo de la comunicación (OB)	Taller de producción de contenidos y narrativas gráficas (OB)	Introducción al Diseño Digital Interactivo(OB)
Problemáticas contemporáneas sobre medios de comunicación (OB)	Taller de producción de contenidos y narrativas sonoras y radiales (OB)	Comunicación digital en el marco de las políticas públicas (OB)
Culturas Digitales I (OB)		Periodismo digital y nuevos medios(OB)
Culturas Digitales II(OB)	Taller de producción y edición de textos (OB)	Introducción a Lenguajes de Programación(OB)
Análisis crítico de los discursos(OB)	Taller de edición técnica de producciones audiovisuales y sonoras(OB)	Seminario de Comunicación Digital Estratégica (OP)
Narrativas Transmedia(OB)		
Metodología de la investigación en comunicación digital(OB)	Taller de producción y edición transmedia 1(OB)	Seminario de elaboración de proyectos digitales para el sector público(OP)
Gestión de la Comunicación Digital(OB)	Taller de producción y edición transmedia 2(OB)	Seminario de educación a distancia(OP)
	Diseño de materiales digitales educativos(OB)	Taller de análisis de producciones multimediales(OP)
		Antropología Social y Cultural(OP)
		Comunicación y subjetividad (OP)
		Problemas sociológicos



		contemporáneos(OP) Comunicación en Organizaciones e Instituciones(OP) Introducción al pensamiento social y político contemporáneo (OP) Comunicación y Derechos Humanos (OP) Comunicación, Territorios y Acción Colectiva (OP) Historia de los Procesos Sociales y Políticos de América Latina (OP) Historia de los Procesos Políticos y Socioeconómicos de la Argentina Contemporánea (OP)
Laboratorio de Producciones y Prácticas Multimediales y transmedia (OB)		
Prueba de Idioma Extranjero/Originario (OB)		

10- Distribución de la carga horaria por área y Laboratorio de producciones y prácticas multimediales y transmedia

Ciclo introductorio (hs= horas semanales; ht= horas totales)		
Dimensión teórico-crítica de la comunicación digital	Dimensión de la práctica y la producción	Dimensión de abordajes específicos
Introducción a la gestión estratégica de contenidos digitales (12hs, 96ht)		
Total de horas ciclo introductorio: 96		



Primer ciclo (hs= horas semanales; ht= horas totales)		
Dimensión teórico-crítica de la comunicación digital	Dimensión de la práctica y la producción	Dimensión de abordajes específicos
Antecedentes del campo de la comunicación (4hs; 64ht)	Taller de producción de contenidos y narrativas audiovisuales (3hs; 48ht)	Historia de los procesos políticos y económicos de los siglos XX y XXI (4hs; 64ht)
Problemáticas contemporáneas sobre medios de comunicación (4hs; 64ht)	Taller de producción de contenidos y narrativas gráficas (3hs; 48ht)	
Culturas digitales I (4hs; 64ht)	Taller de producción de contenidos y narrativas sonoras y radiales (3hs; 48ht)	
	Taller de producción y edición de textos (3hs; 48ht)	
	Taller de edición técnica de producciones audiovisuales y sonoras (3hs; 48ht)	
Total de horas primer ciclo: 496		

Segundo ciclo (hs= horas semanales; ht= horas totales)		
Dimensión teórico-crítica de la comunicación digital	Dimensión de la práctica y la producción	Dimensión de abordajes específicos
Culturas digitales II (4hs; 64ht)	Taller de producción y edición transmedia I (3hs; 48ht)	Introducción al diseño digital interactivo (4hs; 64ht)
Análisis crítico del discurso (4hs; 64ht)	Taller de producción y edición transmedia II (3hs; 48ht)	Comunicación digital en el marco de las políticas públicas (4hs; 64ht)
Narrativas transmedia (4hs; 64ht)		Periodismo digital y nuevos medios (4hs; 64ht)
		Introducción a lenguajes de



		programación (4hs; 64ht)
		Optativa I (4hs; 64ht)
Total de horas segundo ciclo: 608		

Tercer ciclo (hs= horas semanales; ht= horas totales)		
Dimensión teórico-crítica de la comunicación digital	Dimensión de la práctica y la producción	Dimensión de abordajes específicos
Metodología de la investigación en comunicación digital (4hs; 64ht)	Laboratorio de producción y prácticas multimediales y transmedia (4hs; 128ht)	Optativa II (4hs; 64ht)
Gestión de la comunicación digital (4hs; 64ht)	Diseño de materiales digitales educativos (4hs; 64ht)	Optativa III (4hs; 64ht)
		Optativa IV (4hs; 64ht)
		Idioma extranjero-originario (4hs;64ht)
Total de horas tercer ciclo: 576		

11- Carga horaria anual según dimensiones curriculares

Ciclo introductorio			
Dimensión teórico-crítica de la comunicación digital	Dimensión de la práctica y la producción	Dimensión de abordajes específicos	Total anual
96			96

Primer ciclo			
Dimensión teórico-crítica de la comunicación digital	Dimensión de la práctica y la producción	Dimensión de abordajes específicos	Total anual
192	240	64	496

Segundo ciclo			
Dimensión teórico-crítica de la comunicación digital	Dimensión de la práctica y la producción	Dimensión de abordajes específicos	Total anual
192	96	320	608

Tercer ciclo			
Dimensión teórico-crítica de la	Dimensión de la práctica y la	Dimensión de abordajes específicos	Total anual



comunicación digital	producción		
128	192	256	576

Total carga horaria tecnicatura 1776

12- Equivalencias con la Licenciatura y el Profesorado en Comunicación Social

Código	Asignatura	Carga horaria	Régimen de cursada	Equivalencia Plan 98	Equivalencia Plan 2014
1	Introducción a la gestión estratégica de contenidos digitales	96	Bimestral	Curso de Ingreso	Taller de Introducción a la comunicación social
2	Antecedentes del campo de la comunicación	64	Cuatrimestral	Comunicación y teorías	Introducción a los estudios de la comunicación
3	Taller de producción de contenidos y narrativas audiovisuales	48	Cuatrimestral	Taller de producción audiovisual I	Taller de producción de contenidos y narrativas audiovisuales
4	Taller de producción de contenidos y narrativas gráficas	48	Cuatrimestral	Taller de producción gráfica I	Taller de producción de contenidos y narrativas gráficas
5	Taller de producción de contenidos y narrativas sonoras y radiales	48	Cuatrimestral	Taller de producción radiofónica I	Taller de producción de contenidos y narrativas sonoras y radiales
6	Historia de los procesos políticos y económicos de los siglos XX y XXI	64	Cuatrimestral	Historia del Siglo XX	Comunicación y sociedad
7	Problemáticas contemporáneas sobre medios de comunicación	64	Cuatrimestral	Comunicación y Medios	Modernidades, medios y poder
8	Taller de producción y edición de textos	48	Cuatrimestral	Taller de Comprensión y Producción de Textos II	Taller de Lectura y Escritura II



9	Culturas digitales I	64	Cuatrimestral	-	-
10	Taller de edición técnica de producciones audiovisuales y sonoras	48	Cuatrimestral	Taller de Producción Radiofónica II y/o Taller de Producción Audiovisual II	Taller de realización de proyectos sonoros y radiales y/o Taller de realización de proyectos audiovisuales
11	Culturasl digitales II	64	Cuatrimestral	-	-
12	Taller de producción y edición transmedia I	48	Cuatrimestral		-
13	Introducción al diseño digital interactivo	64	Cuatrimestral	-	-
14	Comunicación digital en el marco de las políticas públicas	64	Cuatrimestral	-	Comunicación pública y política
15	Periodismo digital y nuevos medios	64	Cuatrimestral	-	Taller de producción de contenidos y narrativas digitales
16	Análisis crítico de los discursos	64	Cuatrimestral	Comunicación y Cultura, Semiótica, Lingüística	Introducción a los estudios del lenguaje y los discursos
17	Taller de producción y edición transmedia II	48	Cuatrimestral	-	-
18	Introducción a los lenguajes de programación	64	Cuatrimestral	-	-
19	Narrativas transmedia	64	Cuatrimestral	Taller de Análisis de la Información	Taller integral de lenguajes y narrativas
20	Metodología de la investigación en	64	Cuatrimestral	Metodología de la investigación	Metodología de la investigación en



	comunicación digital			social	comunicación social I
21	Laboratorio de producción y prácticas multimediales y transmedia	128	Anual	-	-
22	Gestión de la comunicación digital	64	Cuatrimestral	Gestión de la Comunicación Digital	Gestión de la Comunicación Digital
23	Diseño de materiales digitales educativos	64	Cuatrimestral	-	-
24	Prueba de idioma extranjero/originario	64	Cuatrimestral	Capacitación en idioma extranjero	Prueba de idioma extranjero/originario
25	Antropología Social y Cultural	64	Cuatrimestral	Antropología Social y Cultural	Antropología Social y Cultural
26	Problemas Sociológicos contemporáneos	64	Cuatrimestral	Problemas sociológicos contemporáneos	Problemas sociológicos contemporáneos
27	Comunicación y subjetividad	64	Cuatrimestral	Psicología Social	Comunicación y subjetividad
28	Comunicación en organizaciones e instituciones	64	Cuatrimestral	Comunicación en organizaciones e instituciones	Comunicación en organizaciones e instituciones
29	Seminario de comunicación digital estratégica	64	Cuatrimestral	Seminario Optativo	Seminario interdisciplinario
30	Seminario de elaboración de proyectos digitales para el sector público	64	Cuatrimestral	Seminario Optativo	Seminario interdisciplinario
31	Seminario de educación a distancia	64	Cuatrimestral	Seminario Optativo	Seminario interdisciplinario
32	Taller de análisis de producciones multimediales	64	Cuatrimestral	-	-



33	Introducción al pensamiento social y político contemporáneo	64	Cuatrimestral	-	Introducción al pensamiento social y político contemporáneo
34	Comunicación y Derechos Humanos	64	Cuatrimestral	Comunicación y Derechos Humanos	Comunicación y Derechos Humanos
35	Comunicación, territorios y acción colectiva	64	Cuatrimestral	Opinión Pública	Comunicación, territorios y acción colectiva
36	Historia de los procesos sociales y políticos de América Latina	64	Cuatrimestral	Historia Contemporánea de América Latina	Historia de los procesos sociales y políticos de América Latina
37	Historia de los procesos políticos y socioeconómicos de la Argentina contemporánea	64	Cuatrimestral	Historia Argentina Contemporánea	Historia de los procesos políticos y socioeconómicos de la Argentina contemporánea

13- Descripción de Contenidos Mínimos

Nombre de la asignatura: Introducción a la gestión estratégica de contenidos digitales			
Código:1			
Régimen de cursada: bimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
12	-	-	12
Contenidos mínimos: El campo de trabajo del comunicador digital, los modos de inserción en el ámbito laboral. El rol de la comunicación digital en la gestión de las organizaciones. Planificación estratégica de la comunicación. La integralidad de los mensajes y los procesos. La articulación de los lenguajes en la producción de contenidos como eje central de la comunicación digital.			

Nombre de la asignatura: Antecedentes del campo de la comunicación			
Código:2			
Régimen de cursada: cuatrimestral			



Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	-
<p>Contenidos mínimos: Ubicación del campo de estudio de la comunicación en las ciencias sociales. Principales enfoques: escuela de Frankfurt, Mass Communication Research, Escuela de Palo Alto, Estudios culturales Británicos, Economía Política de la comunicación. Apocalípticos e idealistas, entre la tecnofobia y la tecnofilia, hacia una visión superadora. Recuperación de estas teorías para pensar la comunicación hoy.</p>			

<p>Nombre de la asignatura: Taller de producción de contenidos y narrativas audiovisuales</p>			
<p>Código:3 Régimen de cursada: cuatrimestral</p>			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
3			3
<p>Contenidos mínimos: Técnicas de creación y producción en comunicación desde la perspectiva de la generación de contenidos. Relación lenguaje, soporte y medios. La narración audiovisual: formatos y soportes. Contenidos documentales, periodísticos y de ficción. Construcción del guión en relación a otros lenguajes y soportes</p>			

<p>Nombre de la asignatura: Taller de producción de contenidos y narrativas gráficas</p>			
<p>Código:4 Régimen de cursada: cuatrimestral</p>			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
3			3
<p>Contenidos mínimos: Técnicas de creación y producción en lenguaje escrito. Reconocimiento de géneros y formatos específicos de la gráfica. La prensa y el periodismo gráfico. Vinculación del guión con los otros lenguajes.</p>			

<p>Nombre de la asignatura: Taller de producción de contenidos y narrativas sonoras y radiales</p>			
<p>Código:5 Régimen de cursada: cuatrimestral</p>			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
3			3
<p>Contenidos mínimos: Géneros y formatos radiofónicos. Estrategias de comunicación sonoras. Producción de mensajes propios para soporte radiofónico. El sonido en el espacio digital.</p>			



--

Nombre de la asignatura: Historia de los procesos políticos y económicos de los siglos XX y XXI			
Código:6 Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	-
Contenidos mínimos: Las guerras mundiales y su incidencia en el orden político y económico del siglo XX. Guerra Fría y descolonización. De la crisis financiera internacional a la economía globalizada. La configuración de un nuevo orden económico: el mundo del siglo XXI			

Nombre de la asignatura: Problemáticas Contemporáneas sobre medios de Comunicación			
Código:7 Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	-
Contenidos mínimos: Relación dialéctica entre sociedad moderna y medios de comunicación e industrias culturales a lo largo de la historia: desde la imprenta a internet. Impacto del desarrollo tecnológico moderno en los procesos sociales, políticos y culturales. Historia de las TICS, cronología de los avances tecnológicos, de las revoluciones a la vorágine cotidiana. Diferenciación entre técnica y tecnología. Medios como tecnología e ideología, objetos y sujetos de transformaciones sociales. Conformación de los mercados mediáticos y culturales: los subcampos de la producción cultural y sus mediaciones mediático mercantiles. Los procesos de estructuración del poder mediático en América Latina, sus múltiples modos de funcionamiento y articulación con diversos sectores de la sociedad.			

Nombre de la asignatura: Taller de producción y edición de textos			
Código:8 Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
3			3
Contenidos mínimos: La lectura y la escritura como procesos situados: la relación texto, contexto y autor. Géneros y formatos narrativos. Escritura, corrección y reescritura. Redacción para internet.			



Nombre de la asignatura: Culturas Digitales I.			
Código:9 Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	-
Contenidos mínimos: Transformaciones en las subjetividades y en las formas de socializar, la hipermediación. Cambios culturales ante el advenimiento y auge de las TICS: Cultura, TICS y Sociedad. Redes sociales, su avance y su inserción en nuestra vida cotidiana. Jóvenes conectados, representaciones, experiencias y problematizaciones en torno a la introducción de las TICS en la vida de los jóvenes.			

Nombre de la asignatura: Taller de edición técnica de producciones audiovisuales y sonoras			
Código:10 Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
3			3
Contenidos mínimos: Montaje sonoro: voces, sonidos y silencios. La música. Montaje audiovisual: el plano, tiempo, el ritmo. El montaje y la estética. Manejo de diferentes software. Tratamiento de video, captura, formatos, edición y montaje. Filtros y títulos. Edición de sonido, grabación, montaje, efectos, exportación.			

Nombre de la asignatura: Culturas digitales II			
Código:11 Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
Contenidos mínimos: Participación política y TICS, gobierno abiertos y digitales, pluralidad de voces. La cuestión del acceso, pensar la inclusión digital en América Latina. Discurso y representaciones mediáticas sobre las TICS. Arte y medios digitales. Normativas y regulación de la Comunicación Digital. Responsabilidades en el uso de Internet y las Redes Sociales. Copyright y copyleft.			

Nombre de la asignatura: Taller de producción y edición transmedia I			
Código:12 Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico



3			3
<p>Contenidos mínimos: El guión transmedia. Etapas, contenidos y procesos de un guión. Conjunción texto/imagen. Hipertexto. Mapas de navegación y diagramación (storyboard).</p>			

<p>Nombre de la asignatura: Introducción al diseño digital interactivo.</p>			
<p>Código:13 Régimen de cursada: cuatrimestral</p>			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
<p>Contenidos mínimos: Blancos tipográficos, su importancia en las piezas visuales. Síntesis de contenido. Jerarquización, equilibrio. Modos de color de las imágenes RGB y CMYK. Origen de las imágenes: resolución y licencias. Pixelado: características y diferencias de resolución de una imagen impresa y digital. Tipografías y tamaños. Definición de objetivos de diseño.</p>			

<p>Nombre de la asignatura: Comunicación digital en el marco de las políticas públicas</p>			
<p>Código:14 Régimen de cursada: cuatrimestral</p>			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
<p>Contenidos mínimos: Comunicación pública, lógicas de articulación entre el Estado y la Sociedad: la comunicación de las acciones de gobierno. Estrategias para potenciar la comunicación de políticas públicas. La comunicación digital en las políticas de inclusión.</p>			

<p>Nombre de la asignatura: Periodismo digital y nuevos medios.</p>			
<p>Código:15 Régimen de cursada: cuatrimestral</p>			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
<p>Contenidos mínimos: Proceso de gestión de medios digitales. Redacción para medios digitales: Lectura y escritura en medios digitales. Redacción, edición, adecuación y corrección de textos para entornos digitales. Validación y explicitación de fuentes y citas. Trabajo colaborativo y prácticas de escritura. Contextualización de la información. Periodismo digital, características y diferencias con el periodismo tradicional. Utilización de redes sociales. Aplicaciones, infografías. Herramientas para el rastreo y visualización de la información.</p>			



Nombre de la asignatura: Análisis crítico de los discursos.			
Código:16			
Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
Contenidos mínimos: Metodologías y herramientas para el análisis del discurso. Análisis de soportes escritos, visuales y sonoros. Caracterización interna en la construcción y/o recepción de los discursos. Formulación de un problema de investigación en comunicación desde la perspectiva de análisis del discurso.			

Nombre de la asignatura: Taller de producción y edición transmedia II			
Código:17			
Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
3			3
Contenidos mínimos: Pensar la producción y edición en los medios digitales. Lectura y escritura para medios digitales. La selección y estructuración del léxico en una publicación. Verificaciones, corrección gramatical, normativa, ortografía técnica, adecuaciones. Tratamiento de imágenes, formatos y modificaciones generales.			

Nombre de la asignatura: Introducción a los lenguajes de programación			
Código:18			
Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
Contenidos mínimos: Funcionamiento de internet, servidores, bases de datos, dominios, navegadores. La importancia del diálogo entre diseñador - comunicador – desarrollador. Sitios webs, tipos de sitio, blogs, gestores de contenido, revistas digitales. Lenguajes de desarrollo, breve repaso, limitaciones, ámbitos, conjugación de tecnologías. Requerimientos tecnológicos al momento de empezar el desarrollo. Multimediales, DVD interactivos, juegos, plataformas de enseñanza-aprendizaje, redes sociales, newsletters. Código abierto, licencias de software.			

Nombre de la asignatura: Narrativas transmedia			
Código:19			
Régimen de cursada: cuatrimestral			



Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
<p>Contenidos mínimos: Concepto de transmedia. Multiplicidad de canales. Recursos y limitaciones. Públicos objetivos y dimensiones de alcance. Fans, prosumidores y contenidos generados por los usuarios. Estrategias de expansión y compresión narrativa. Ecosistemas narrativos transmedia: ficción, documental, Brand content. Proyecto narrativo transmedia: idea, diseño y creación de contenidos transmedia a partir de un texto literario. Gamificación.</p>			

<p>Nombre de la asignatura: Metodología de la investigación en Comunicación Digital</p>			
<p>Código:20 Régimen de cursada: cuatrimestral</p>			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
<p>Contenidos mínimos: Planteo del problema: objetivos, preguntas de investigación y justificación. La especificidad del campo y la necesidad de un marco metodológico propio. Construcción de un marco teórico, entre la tradición y los nuevos recursos. Desarrollo de instrumentos de medición para la investigación social. Análisis estadísticos. Construcción de metodologías cualitativas para el estudio de fenómenos online y offline.</p>			

<p>Nombre de la asignatura: Laboratorio de producción y prácticas multimediales y transmedia</p>			
<p>Código:21 Régimen de cursada: cuatrimestral</p>			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4			4
<p>Contenidos mínimos: Producción de contenidos y estrategias transmedia. Prácticas específicas en organizaciones públicas, pymes e industrias culturales. Innovación, creatividad y emprendedurismo. La comunicación digital en el mercado laboral.</p>			

<p>Nombre de la asignatura: Gestión de la Comunicación Digital</p>			
<p>Código:22 Régimen de cursada: cuatrimestral</p>			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	



Contenidos mínimos:

Las organizaciones como redes lingüísticas. Plataformas y sistemas Social Media: herramientas, limitaciones, ventajas y proyecciones. Reconfiguración de contenidos a partir del desarrollo y de la convergencia de las TICs. Rol y competencias del Comunicador organizacional en Internet/Community Manager. Estrategias comunicacionales digitales en las organizaciones. Plan de acción estratégico.

Nombre de la asignatura:

Diseño de Materiales Digitales Educativos

Código:23

Régimen de cursada: cuatrimestral

Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	

Contenidos mínimos:

Tipos y conceptualización de materiales educativos desde una perspectiva comunicacional. Modos de producción de materiales educativos digitales: selección de contenidos, lenguaje y recursos multimediales. Criterios para la distribución y difusión de materiales educativos digitales.

Nombre de la asignatura:

Prueba de idioma extranjero/originario

Código:24

Régimen de cursada: cuatrimestral

Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	

Contenidos mínimos:

Dominio de herramientas básicas para establecer comunicaciones cotidianas en la lengua del idioma elegido.

Nombre de la asignatura:

Antropología Social y Cultural

Código:25

Régimen de cursada: cuatrimestral

Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	



Contenidos mínimos:
 La antropología como disciplina científica. Contextualización histórica. Campo y objeto. Características y aportes del método antropológico. La antropología como modo de explicación de la diversidad humana: centralidad del concepto de cultura. Etnocentrismo y construcción del "otro": el análisis del prejuicio y las prácticas de discriminación. Comunicación y cultura: enfoques antropológicos de la comunicación. Producción y reproducción social: formas básicas y complejas de integración y diferenciación. Orden social y producción de sentido: la dimensión cultural en las relaciones de poder. La etnografía y el trabajo de campo. Extrañamiento cultural.

Nombre de la asignatura: Problemas sociológicos contemporáneos			
Código:26			
Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
Contenidos mínimos: Teoría sociológica, ciencias sociales y epistemología. Ideología. Metodología de la investigación. Unidad y sustancialidad de lo social. Individuo, cultura y sociedad. Regiones y niveles de lo social. Relaciones y prácticas sociales. Sociología, historia y política. Clases sociales y estructura social. Otras formas de agregación social. El orden y el conflicto. Poder e ideología. Estado, sociedad civil, aparatos institucionales. Cambio social y movimientos sociales. Nación, imperialismo, dependencia, globalización. Desarrollo desigual y colonialismo interno. Panorama de la sociología argentina. Introducción al pensamiento político y social argentino			

Nombre de la asignatura: Comunicación y subjetividad			
Código:27			
Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
Contenidos mínimos: Presupuestos fundamentales de la Psicología Social. Genealogía de la producción de sus saberes. Territorializaciones disciplinarias. La falsa antinomia individuo-sociedad. El psicoanálisis y su concepción de sujeto. La constitución del lazo social. La masa y el proceso de identificación. Comunicación y construcción de identidades colectivas. La dimensión socio-histórica en la producción de subjetividad. El imaginario social y la génesis de sentido. Lo instituido y lo instituyente. El Poder y las instituciones. Lo grupal: creación y repetición. Problemáticas psicosociales contemporáneas.			

Nombre de la asignatura: Comunicación en organizaciones e instituciones			
Código:28			



Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
<p>Contenidos mínimos:</p> <p>Perspectivas de análisis sobre las organizaciones y las instituciones. Las organizaciones e instituciones en articulación con el campo de la comunicación y de las Ciencias Sociales. Caracterización de las organizaciones y las instituciones. El proceso comunicacional en la dinámica institucional. Análisis institucional. Dinámicas del cambio social en las organizaciones e instituciones. Gestión de la comunicación y rol de los/as comunicadores/as en las organizaciones. El diagnóstico de comunicación en las organizaciones como derivaciones de las perspectivas teórico/metodológicas adoptadas. Proyectos y procesos de intervención.</p>			

Nombre de la asignatura: Seminario de Comunicación digital estratégica			
Código:29			
Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4			4
<p>Contenidos mínimos:</p> <p>Concepto de estrategia, mapeo de actores, competencias del comunicador digital. Uso de las plataformas digitales para organizaciones. La comunicación interna y externa a través de plataformas digitales. Posicionamiento, marketing online y medición.</p>			

Nombre de la asignatura: Seminario de elaboración de proyectos digitales para el sector público			
Código:30			
Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4			4
<p>Contenidos mínimos:</p> <p>Participación y Transparencia, para un Gobierno Abierto. Formas de participación ciudadana en relación con el e-gov. Planificación para la comunicación digital de Municipios. Partidos Políticos Abiertos. La planificación y gestión de políticas públicas en plataformas digitales. Inclusión digital.</p>			

Nombre de la asignatura: Seminario de Educación a Distancia			
Código:31			
Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico



4			4
<p>Contenidos mínimos: Procesos educativos y Tics. Plataformas digitales: características, potencialidades y desventajas. Nuevos roles en la educación y nuevas formas en la construcción del conocimiento. Las redes sociales como entornos educativos. El aula virtual. Los roles docentes y tutoriales. Nuevas formas de pensar el aprendizaje. La introducción de nuevas herramientas y metodologías para el dictado de clases. Reconocimiento de plataformas y desarrollo de estrategias para implementar en la educación a distancia. Recursos digitales para el docente.</p>			

Nombre de la asignatura: Taller de análisis de Producciones Multimediales			
Código:32			
Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
<p>Contenidos mínimos: Criterios y herramientas para el análisis y evaluación de materiales multimedia: identificación de objetivos, recursos, fuentes y presentación. Sistematización del material relevado. Abordaje comunicacional de producciones multimediales, usabilidad y accesibilidad. Propuestas de optimización.</p>			

Nombre de la asignatura: Introducción al pensamiento social y político contemporáneo			
Código:33			
Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
<p>Contenidos mínimos: Los procesos de conquista y la "invención de Europa". Las nuevas colonias: América, África, Asia. Eurocentrismo, etnocentrismo, conflictos entre la iglesia y la ciencia. Copérnico, Galileo, Descartes. El pensamiento social y político contemporáneo: soberanía popular, libertad e igualdad, contrato social, desobediencia civil. Maquiavelo, Hobbes, Locke, Rousseau, Hume y Kant, Mills, Bentham. El conocimiento en las ciencias sociales: dimensiones históricas y epistemológicas de producción. Principales posiciones epistemológicas/políticas. Revoluciones sociales y políticas del siglo XVIII. Francia y Estados Unidos. Revolución Industrial. Las nuevas sociedades modernas. El nuevo mapa del mundo: las viejas colonias, los nuevos países. Construcción de los Estados Nación. América Latina y el pensamiento emancipatorio. Bolívar, Artigas y Sarmiento. Nuevas ideas políticas cambian las reglas. Marx y Hegel. Críticas al sistema capitalista. Revisionismo Histórico. Lucha de clases. La generación del 80 en Latinoamérica.</p>			

Nombre de la asignatura:



Comunicación y DDHH			
Código:34			
Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
<p>Contenidos mínimos:</p> <p>Relación entre Comunicación y derechos humanos: abordajes y perspectivas. Estado, democracia y derechos humanos. Problemáticas emergentes en el marco de la perspectiva de los derechos humanos: género, pueblos originarios y ambiente. Institucionalización y dimensiones jurídico-políticas. El paradigma de los derechos humanos en Argentina y los relatos sobre el pasado reciente. La memoria como herramienta epistemológica. Deconstrucción de discursos hegemónicos en términos de disputa y producción de sentidos. Diferencias culturales y discriminación. Prácticas emergentes de lucha por los derechos humanos en los entramados sociales contemporáneos. Avances y desafíos en ampliación de Derechos. La violencia institucional; prácticas y discursos violatorios de derechos legitimados por sectores dominantes. Políticas públicas y sociales como modos de intervención.</p>			

Nombre de la asignatura:			
Comunicación, territorios y acción colectiva			
Código:35			
Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
<p>Contenidos mínimos:</p> <p>Hegemonía y políticas como herramienta de construcción del poder. Pensamientos de Gramsci, Foucault, Weber, Habermas. Los escenarios del poder. El poder simbólico. Los medios, la industria cultural y las políticas culturales. Los silenciados, la ciudad, el espacio público como arena de la lucha por el poder de "ser y estar". La aparición en el espacio público. La acción colectiva latinoamericana. El modelo nacional y popular, las dictaduras, la matriz de acción hoy. El Estado y los medios, aliados y adversarios. Los excluidos de esta relación. La lucha por ocupar un lugar.</p>			

Nombre de la asignatura:			
Historia de los procesos sociales y políticos de América Latina			
Código:36			
Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
<p>Contenidos mínimos:</p> <p>América Latina como Civilización. La historiografía y la idea de la unidad de América Latina. De la emancipación a la crisis de 1929: La independencia: ¿emancipación o revolución? La constitución de los Estados Nacionales: de los proyectos de unidad a la consolidación de las repúblicas oligárquicas. Las políticas educativas. La inserción de América Latina en la división internacional</p>			



del trabajo (1860-1914): impacto económico, político y social. La injerencia Europea y Norteamericana: presiones, intervenciones, invasiones. De la crisis del modelo agropecuario-minero-exportador a la problemática actual: crisis del liberalismo y surgimiento del primer ciclo de gobiernos nacional populares (1930-1960), su impacto en la reconfiguración del mapa económico-social latinoamericano. La profundización capitalista internacional de posguerra y su impacto en América Latina: desarrollismo y socialismo en el marco de la "Guerra Fría". Las Dictaduras de la Doctrina de la Seguridad Nacional y su proyecto represivo. Recuperación democrática y neoliberalismo: movimientos de resistencia, crisis neoliberal y emergencia de gobiernos nacional populares inclusivos y de profundización democrática. Los procesos de integración latinoamericana. Conformación de los sistemas educativos en América Latina: fundamentos e incidencia en los procesos sociales.

Nombre de la asignatura: Historia de los procesos políticos y socioeconómicos de la Argentina contemporánea			
Código:37			
Régimen de cursada: cuatrimestral			
Carga horaria semanal	Horas teórico	Horas práctico	Horas teórico-práctico
4	2	2	
Contenidos mínimos: Formación del Estado oligárquico y modelo agroexportador. Procesos migratorios y conflictividad social. El radicalismo y la ampliación de los derechos políticos. La crisis de 1930 y su impacto en la Argentina: restauración conservadora e intervención del Estado en la economía. Migraciones internas. El Estado peronista: proyecto económico y derechos sociales. La etapa posperonista: militarismo, proscripción y conflictividad social. El intento desarrollista. Radicalización política. Retorno del peronismo al poder: tensiones internas y nuevo escenario. Estado terrorista, desindustrialización y endeudamiento externo. Recuperación de la democracia y la lucha por la consolidación de los Derechos Humanos. Golpe de mercado. Convertibilidad y reformas neoliberales. Nuevas relaciones entre Estado, sociedad y mercado. La crisis de 2001. El kirchnerismo, la política y la recuperación del Estado. La lucha contra las corporaciones. Los sistemas educativos en diferentes etapas del Estado Nación argentino.			

14- Carga horaria, régimen de cursada y plan de correlatividades

Carrera: Tecnicatura en Comunicación Digital Título: Técnico Superior Universitario en Comunicación Digital						Plan: 2014	
Ciclo	Código de la asignatura	Nombre de la asignatura	Régimen de cursada	Carácter	Correlatividad	Horas semanales	Carga horaria total
Inicial	1	Introducción a la gestión estratégica de contenidos	Bimestral	Obligatoria	-	12	96



		digitales					
1	2	Antecedentes del campo de la comunicación	Cuatrimestral	Obligatoria	-	4	64
1	3	Taller de producción de contenidos y narrativas audiovisuales	Cuatrimestral	Obligatoria	-	3	48
1	4	Taller de producción de contenidos y narrativas gráficas	Cuatrimestral	Obligatoria	-	3	48
1	5	Taller de producción de contenidos y narrativas sonoras y radiales	Cuatrimestral	Obligatoria	-	3	48
1	6	Historia de los procesos políticos y económicos de los siglos XX y XXI	Cuatrimestral	Obligatoria	-	4	64
1	7	Problemáticas contemporáneas sobre medios de comunicación	Cuatrimestral	Obligatoria	-	4	64
1	8	Taller de producción y edición de textos	Cuatrimestral	Obligatoria	4	3	48
1	9	Culturas digitales I	Cuatrimestral	Obligatoria	-	4	64
1	10	Taller de edición técnica de producciones audiovisuales y sonoras	Cuatrimestral	Obligatoria	3 y 5	3	48
2	11	Culturas digitales II	Cuatrimestral	Obligatoria	9	4	64
2	12	Taller de producción y edición transmedia I	Cuatrimestral	Obligatoria	8 y 10	3	48
2	13	Introducción al diseño digital	Cuatrimestral	Obligatoria	-	4	64



		interactivo					
2	14	Comunicación digital en el marco de las políticas públicas	Cuatrimestral	Obligatoria	-	4	64
2	15	Periodismo digital y nuevos medios	Cuatrimestral	Obligatoria	3, 5 y 8	4	64
2	16	Análisis crítico de los discursos	Cuatrimestral	Obligatoria	15	4	64
2	17	Taller de producción y edición transmedia II	Cuatrimestral	Obligatoria	12 y 19	3	48
2	18	Introducción a los lenguajes de programación	Cuatrimestral	Obligatoria	13	4	64
2	19	Narrativas transmedia	Cuatrimestral	Obligatoria	9	4	64
2	Ver oferta	Optativa 1	Cuatrimestral	Optativa	-	4	64
3	20	Metodología de la investigación en comunicación digital	Cuatrimestral	Obligatoria	9 y 11	4	64
3	21	Laboratorio de producción y prácticas multimediales y transmedia	Anual	Obligatoria	17	4	128
3	22	Gestión de la comunicación digital	Cuatrimestral	Obligatoria	14	4	64
3	23	Diseño de materiales digitales educativos	Cuatrimestral	Obligatoria	8, 10 y 19	4	64
3	24	Prueba de idioma extranjero/originario	Cuatrimestral	Obligatoria	-	4	64
3	Ver oferta	Optativa 2	Cuatrimestral	Optativa	-	4	64
3	Ver	Optativa 3	Cuatrimestral	Optativa	-	4	64



	oferta						
3	Ver oferta	Optativa 4	Cuatrimestral	Optativa	-	4	64
Total de horas de la Tecnicatura en Comunicación Digital							1776

15- Estrategias de acreditación y promoción

Las asignaturas teórico-prácticas serán de promoción abierta, esto es, sin límites en el número de aspirantes que optaran por esa modalidad de cursada.

Los requisitos de acreditación y promoción estarán estipulados en el Régimen General de Enseñanza que elabora la institución, definiendo los sistemas de promoción:

- a) Promoción con evaluación parcial y examen final
- b) Promoción abierta con evaluación parcial y sin examen final
- c) Promoción libre mediante examen final

Según lo establecido, las condiciones para promocionar una materia sin examen final son:

- a) Asistencia obligatoria al 80% de las clases teóricas y prácticas.
- b) Cumplimentación y aprobación, como mínimo, del 80% de los trabajos prácticos.
- c) Aprobación de la totalidad de las pruebas parciales.

Las materias teórico prácticas y los seminarios optativos y/o interdisciplinarios se aprueban con un mínimo de 7 (siete) puntos. Los talleres se aprueban con un mínimo de 6 (seis) puntos.

Los seminarios optativos y los talleres sólo se aprueban con el régimen de promoción abierta con evaluación parcial y sin examen final. Para acceder al régimen de promoción con examen final, la aprobación de las materias será con un mínimo de 4 (cuatro) puntos. En este caso sólo es obligatoria la asistencia y aprobación de las pruebas parciales de los prácticos, no así de los teóricos.

Se contemplan, además de los modelos convencionales de evaluación y acreditación a través de exámenes escritos y/u orales, el reconocimiento de las prácticas comunicacionales desarrolladas por los/las estudiantes tanto en los espacios institucionales como en los espacios de formación en extensión e investigación que contempla la Universidad y la Facultad; la puesta en valor de las prácticas realizadas en cada espacio curricular que podrá ser evaluado en su integralidad; la coordinación de instancias de evaluación intercátedras recuperando trabajos realizados en otros espacios curriculares para la profundización a través del análisis, la producción, la gestión con los aportes de diferentes recorridos, entre otros.

Para todas las instancias de evaluación propuestas se contemplará una instancia de recuperación si el/la estudiante no alcanzara los contenidos solicitados. También se contempla una instancia de recuperación final, entendiéndola como una tercera instancia evaluativa si el/la estudiante no alcanzara los objetivos propuestos, tampoco, en la instancia de recuperación.