
EX-2021-00112551-UNC-ME#FCC

VISTO

El EX-2021-00112551-UNC-ME#FCC, por el cual el Dr Gustavo Urenda eleva para su consideración el Plan de Estudios y el Reglamento de la Maestría en Periodismo Digital.

Y CONSIDERANDO:

Que, tras revisiones técnicas y pedagógicas, el Plan de Estudios y el Reglamento de la Maestría en Periodismo Digital ha logrado el visto bueno del Consejo Asesor de Posgrado de la Universidad Nacional de Córdoba, y del Consejo Asesor de la Secretaría de Posgrado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. El Dr. Urenda ha acompañado la solicitud con la documentación respaldatoria.

Que el Plan de Estudios y Reglamento presentados cumplen con los estándares y criterios de procesos de acreditación de carreras de posgrado previstos en la Res. Ministerial N° 160/11 y su modificatoria Res. N°2385/15 y con lo establecido en la ordenanza HCS de la UNC N° 7/13.

Que el HCD reunido en Comisión, teniendo en cuenta la necesidad de adecuar el reglamento y plan de estudio vigentes de la Maestría en Periodismo Digital y que se han considerado la observaciones y sugerencias realizadas tanto por el Consejo Asesor de la Secretaría de Posgrado de la FCC como por el Consejo Asesor de Posgrado de la UNC, sugiere: Aprobar el Plan de Estudios y el Reglamento de la Maestría en Periodismo Digital de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba.

Por ello

**EL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA**

RESUELVE:

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

ARTÍCULO 1°: Crear la carrera de posgrado “**Maestría en Periodismo Digital**”, aprobar su **Plan de Estudios** y **Reglamento** que como Anexos I y II forman parte de la presente.

ARTÍCULO 2°: Solicitar al Honorable Consejo Superior la aprobación de la Carrera, Plan de Estudios y Reglamento mencionados en el artículo precedente.

ARTÍCULO 3°: Protocolícese, Comuníquese. Gírese al Honorable Consejo Superior de la Universidad Nacional de Córdoba. Oportunamente, archívese.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO A LOS VEINTINUEVE DÍAS DEL MES DE MARZO DEL DOS MIL VEINTIUNO.



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Asesorías y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba



Mgter. Mariela Lucrecia Parisi
Decana
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

ANEXO I

MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

PLAN DE ESTUDIOS

TÍTULO QUE OTORGA: Magíster en Periodismo Digital

TIPO DE CARRERA: Maestría profesional

ESTRUCTURA DEL PLAN: Semiestructurado

MODALIDAD: Presencial

1. FUNDAMENTACIÓN

Como parte de las transformaciones profesionales vinculadas al desarrollo de las tecnologías de la comunicación, el periodismo se encuentra en una instancia de modificación en todas sus dimensiones. En particular, se observa cómo Internet favorece el desarrollo de un “ecosistema” de comunicación digital, interactivo, multimedia y transmediático que implica nuevas formas de elaborar, estructurar, difundir, distribuir y consumir informaciones.

La información periodística ya no se presenta como antes en unidades cerradas (el espacio del periódico, el programa de noticias de radio y televisión) sino en formatos abiertos. Las prácticas periodísticas colaborativas y convergentes permiten que los usuarios interactúen para llegar a un resultado siempre inacabado. La información fluye y se corrige de manera permanente.

Ignacio Ramonet¹ sostiene que del modelo de producción fordista típico de la sociedad industrial (el producto se entregaba cerrado y listo para consumir) hoy asume la forma de un “*work in progress*”, un proceso dinámico, más abierto, permanente y colaborativo. Esto ha contribuido a debilitar el rol del periodismo como único generador de información y ésta se ha desmonopolizado.

¹ Ramonet, Ignacio (2011). La explosión del periodismo. De los medios de masas a la masa de medios. Clave Intelectual. España.



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Contenidos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Internautas, usuarios de redes sociales, ciudadanos con sus cámaras y micrófonos registran y comparten noticias.

Los cambios están impulsados además por las nuevas prácticas de consumo no lineal: se consume a demanda, en el espacio, momento y dispositivo que cada usuario/a elige. Las audiencias se han vuelto líquidas, en términos de Bauman² Esas masas de consumidores que solían estar frente al televisor, mirando una misma programación a la misma hora, son un fenómeno en vías de extinción. No disminuye el consumo de contenidos audiovisuales, pero se realiza en una amplia variedad de dispositivos y pantallas.

Los usuarios reciben, leen, intervienen o comparten apreciaciones sobre los contenidos y a su vez los redistribuyen. El rol de los consumidores como receptores de mensajes se modifica: se produce un cambio de actitud en las nuevas generaciones de consumidores mediáticos. Dentro de estas hay un sector que apuesta a trasvasar ese rol y a convertirse en prosumidores.

Carlos Scolari³ sintetiza las diferencias entre las nuevas formas de comunicación y las tradicionales a partir de diferentes variables: transformaciones tecnológicas (digitalización), configuración muchos-a-muchos (reticularidad), estructuras textuales no secuenciales (hipertextualidad), convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad), participación activa de los usuarios (interactividad).

Internet, en múltiples formatos y plataformas, se ha consolidado como un modo de transmisión de todo tipo de contenidos y especialmente, su uso como soporte informativo va en imparable crecimiento. Sobre todo con un desarrollo acelerado del consumo “mobile”, por sobre la experiencia “desktop”. Este complejo escenario demoró algunos años en manifestarse por completo en Latinoamérica, en parte por la brecha tecnológica, que permitió que los medios tradicionales mantuvieran durante casi un siglo el liderazgo ante las audiencias.

Por otra parte, junto al escenario de convergencia digital existe en la región un escenario de concentración mediática, concepto que hace referencia a la estructura de la propiedad de medios de comunicación, estudiada por Martín

² Bauman, Zygmunt (2018) Generación líquida. Transformaciones en la era 3.0. Barcelona: Paidós

³ Scolari, Carlos (2011) Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. España. Gedisa.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Participación y Gestión Comunitaria
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Becerra⁴. Argentina presenta uno de los índices de concentración de propiedad de medios más altos del planeta. Esta situación incide sobre la calidad y credibilidad del trabajo periodístico ya que facilita la tendencia a la unificación de las líneas editoriales, profundiza conflictos de intereses entre el propósito informativo y el entramado económico de los grupos concentrados y permite el uso de los mismos recursos físicos y planta de personal para los diferentes medios y unidades de negocio, con una lógica de reducción de costos laborales y administrativos.

Entre 2015 y 2020 en la República Argentina se perdieron al menos 7000 puestos de trabajo en el sector periodístico, según los informes del Observatorio y Alerta Laboral de Periodistas del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA).⁵ También se registra una caída en la inversión publicitaria y una creciente precariedad laboral en las redacciones durante el mismo período.

Sin embargo, también se despliegan nuevas oportunidades para el periodismo. A partir de la integración de nuevas herramientas y el conocimiento de las nuevas prácticas de producción y consumo resulta viable proyectar el alcance a gran escala de las producciones locales, mientras se ponen en valor perfiles de profesionales con capacidades de autogestión y de desarrollo de innovaciones.

Los múltiples modos de reproducción y circulación de la información periodística en redes sociales, el consumo de información a través de diferentes dispositivos, el lugar de preeminencia que ocupan los móviles para registrar y difundir acontecimientos, afectan la centralidad y la credibilidad de las organizaciones periodísticas y de los/las periodistas, y esto a su vez incide sobre los mecanismos tradicionales de financiamiento de la actividad. En este contexto las competencias digitales de los periodistas resultan fundamentales para hacer visible y posicionar la información, distribuir contenidos, establecer y afianzar vínculos con las audiencias, y diseñar una oferta informativa orientada hacia ellas.

La nueva situación requiere la formulación de proyectos periodísticos fundados en profundos y variados conocimientos de las culturas y las necesidades de las audiencias, la formulación de metas precisas orientadas por datos cuantitativos y cualitativos que las mismas tecnologías de la comunicación pueden facilitar, y

⁴ Becerra, Martín (2015). De la concentración a la convergencia. Buenos Aires: Paidós.

⁵ <https://www.fopea.org/observatorio-laboral-periodistas/>



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión del Periodismo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

la exploración de diversas formas de financiamiento posibilitadas por la creación de contenidos relevantes, y la participación activa con las comunidades de usuarios en la definición de las propuestas informativas.

Uno de los aspectos más disruptivos en el ejercicio del periodismo digital es la necesidad del trabajo multi e interdisciplinario. La figura del periodista que resguarda las primicias, la individualidad y la regularidad de su oficio es reemplazada por la del profesional con capacidad para trabajar en equipo con otros profesionales de diferentes disciplinas que complementan sus saberes e interactúan colaborativamente para el desarrollo de proyectos en entornos de gran complejidad.

Aspectos legales derivados de la propiedad y uso de plataformas y aplicaciones, dilemas éticos que se traducen en nuevos usos del lenguaje, reestructuración de prácticas periodísticas desde perspectivas no discriminatorias, reconfiguración de normas sociales en la red, prioridad de las innovaciones en cada etapa de un proyecto, constituyen ámbitos de conocimientos que resulta necesario abordar y se incorporan en el Plan de Estudios de la Maestría.

En la región sur del continente los estudios universitarios de periodismo y comunicación social tienen un extraordinario auge en los últimos años, tanto por la cantidad de estudiantes que se inscriben y solicitan estas titulaciones como por el número de centros educativos que los imparten (públicos y privados). Hoy la metamorfosis del periodismo a nivel global y regional alienta la necesidad de revisión de los planes de estudio de las instituciones formadoras de comunicadores. En este marco la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC reformula su oferta académica con profundos cambios curriculares en sus carreras de grado y una oferta innovadora de carreras y cursos de posgrado.

La Maestría en Periodismo Digital se propone establecer un espacio de formación sistemática de excelencia, destinado a egresados universitarios y de institutos superiores, que permitirá explorar de nuevas modalidades y herramientas que renueven la oferta informativa de los medios tradicionales. Se espera que los/las estudiantes puedan sistematizar conocimientos sobre las culturas digitales y se apropien de herramientas metodológicas y técnicas que les permitan indagar en mercados emergentes de la comunicación digital, para



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Contenidos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

la oferta de servicios variados, innovadores y de calidad destinados a la ciudadanía usuaria.

A fin de concretar estos propósitos, se apoya en dos estrategias básicas: una propuesta curricular orientada a la formulación y gestión integral de proyectos periodísticos digitales y una interacción fluida con instituciones del sector para el desarrollo de las prácticas profesionales.

La carrera aspira a posicionarse como un espacio académico de referencia, que promueva el desarrollo, monitoreo, evaluación de proyectos periodísticos digitales, y la innovación y la investigación en periodismo digital. Para ello se propone reforzar sus vínculos con universidades públicas y privadas, organizaciones periodísticas autogestionadas, gremios, asociaciones profesionales y colectivos sociales. Desde esta perspectiva se intenta superar algunas dicotomías específicas del campo periodístico: las alternativas entre el conocimiento teórico o la práctica; la academia o el oficio; la dependencia laboral de un medio o el trabajo autogestivo, para afrontar la constante y dinámica mutación de conocimientos, desarrollar capacidad innovadora, y crear nuevas sinergias a partir del trabajo colaborativo

La propuesta parte de la premisa de que aquellos periodistas que puedan convencer a las audiencias de la relevancia y la calidad de sus propuestas informativas, y puedan integrarse con experticia y creatividad en una red de conversaciones con ellas (aportando conocimiento, resolviendo necesidades de información, e interactuando con esas comunidades), serán quienes tengan más posibilidades de enfrentar con éxito el desafío de sostener proyectos periodísticos en entornos digitales.

2. ANTECEDENTES

La Maestría en Periodismo Digital tiene como antecedentes inmediatos las siguientes carreras del mismo nivel: Maestría en Comunicación Digital Interactiva de la Universidad Nacional de Rosario, con doble modalidad (presencial y a distancia); Maestría en Periodismo de la Universidad de Buenos Aires; Maestría en Periodismo Documental de la Universidad de Tres de Febrero; Maestría en Periodismo de la Universidad San Andrés; Maestría en Periodismo de la Universidad Torcuato Di Tella, Maestría en Gestión de Contenidos de la Universidad Austral y Maestría en Periodismo de



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Contenidos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Investigación de la Universidad del Salvador. De las siete carreras, las tres primeras pertenecen a universidades públicas, y dos tienen su sede fuera de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. La Maestría en Periodismo Digital es la única que orienta su propuesta curricular a la gestión integral de proyectos periodísticos digitales.

La Facultad de Ciencias de la Comunicación gestiona junto con otras dos facultades de la Universidad Nacional de Córdoba, dos especializaciones afines al ámbito profesional al que se orienta la maestría: Especialización en Lenguaje y Comunicación Digital con la Facultad de Lenguas y la Especialización en Comunicación Pública de la Ciencia y Periodismo Científico con la Facultad de Astronomía, Matemática y Física.

Desde 2018 la Facultad cuenta con un Centro de Investigaciones en Periodismo y Comunicación (CIPECO), que se ocupa de relevar las demandas de capacitación en el campo del periodismo a nivel de la Región Centro de país y coordina diferentes líneas de investigación sobre el estado de la profesión a nivel global, en colaboración con la Secretaría de Posgrado, la Facultad de Ciencias de la Comunicación, otras universidades y asociaciones de periodistas. Cipeco también ha realizado desde su creación, congresos y jornadas que nuclean a investigadores, profesionales y estudiantes, y que abordan las problemáticas contemporáneas del periodismo digital.

3. PROPÓSITOS DE LA CARRERA

- Constituir un espacio académico de referencia en el desarrollo de conocimiento experto en periodismo digital, a nivel nacional e internacional.
- Formar profesionales que estén en condiciones de planificar y dirigir proyectos informativos digitales de manera integral.
- Contribuir a satisfacer las necesidades de profundización y actualización de conocimientos, a nivel de maestría, en periodismo y comunicación
- Desarrollar capacidades profesionales orientadas a la mejora constante de la experiencia de lectores y usuarios de información periodística en entornos digitales.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Contenidos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

-Contribuir al establecimiento y desarrollo de redes de experiencias en digitalización de medios de comunicación y proyectos periodísticos digitales autogestionarios e innovadores.

-Promover el desarrollo de servicios periodísticos innovadores a través del conocimiento y uso de nuevas herramientas digitales y de los medios sociales.

-Orientar el trabajo periodístico en el ecosistema digital hacia el respeto por los derechos humanos, las prácticas no sexistas y no discriminatorias, los códigos deontológicos del periodismo y las regulaciones legales.

-Incentivar la producción de investigación sobre periodismo digital, sus procesos productivos, audiencias e innovaciones.

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Con la propuesta de formación de la Maestría en Periodismo Digital se espera que los/las estudiantes logren:

-Comprender en profundidad los cambios paradigmáticos en las formas de producción, circulación y consumo de informaciones periodísticas.

-Aplicar métodos y técnicas de análisis de las audiencias/usuarios para la formulación de proyectos periodísticos digitales.

-Identificar necesidades específicas de información periodística de las audiencias/usuarios en el ecosistema de los medios de comunicación digitales.

-Actuar de manera cooperativa para resolver problemas complejos de la gestión y la producción de información periodística en medios digitales.

-Desarrollar competencias para el diseño de proyectos informativos centrados en la innovación y la identificación de necesidades de las audiencias/usuarios.

-Coordinar equipos multidisciplinarios e interdisciplinarios para la producción y distribución de contenidos.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Medios
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

-Desarrollar una actitud reflexiva y estratégica sobre el uso de los recursos y lenguajes del Periodismo Digital.

-Problematizar la dimensión ética que plantea la profesión en el contexto digital.

-Orientar el uso de nuevas plataformas, dispositivos, lenguajes y formatos a la mejora constante de la experiencia de las audiencias.

-Planificar la producción de contenidos a partir de la interpretación de tendencias.

-Promover la formación en género y la incorporación de prácticas no sexistas y favorables a la diversidad en todos los ámbitos de desempeño.

5. PERFIL DEL/DE LA EGRESADO/A

El/la egresado/a de la carrera Maestría en Periodismo Digital de la UNC estará capacitado/a para:

-El desarrollo, la coordinación y la dirección de proyectos periodísticos digitales innovadores en el marco de empresas periodísticas o de proyectos autogestionarios colectivos o individuales.

-El asesoramiento a medios de comunicación, emprendimientos periodísticos y otras empresas e instituciones, en producción, distribución y evaluación de contenidos periodísticos para diferentes plataformas.

-La selección de lenguajes, géneros y aplicaciones tecnológicas para la elaboración de contenidos periodísticos de calidad en formatos innovadores.

-El diseño, análisis, implementación y evaluación de sistemas de financiamiento de producciones periodísticas para múltiples plataformas.

-La coordinación de investigaciones aplicadas al estudio de la ciudadanía usuaria asistidas por recursos online y offline.

-El desarrollo y uso colaborativo de redes profesionales, e institucionales públicas y privadas.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Contenidos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

-La elaboración de protocolos sobre prácticas profesionales y de manuales de estilo en periodismo digital.

6. REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

Podrán postularse para cursar la Maestría en Periodismo Digital:

- a) Los/las egresados/as de universidades nacionales, provinciales, públicas o privadas reconocidas por la autoridad competente, que posean título de grado universitario en Comunicación Social, Comunicación Institucional, Periodismo, Comunicación Audiovisual u otros estudios de grado vinculados al campo del periodismo y la comunicación social.
- b) Los/las egresados/as de universidades extranjeras con título de nivel equivalente a los de grado ya mencionados, según normativas vigentes en el ámbito de la Universidad Nacional de Córdoba. Los/las postulantes deberán acreditar antecedentes suficientes y específicos en el área de la Maestría. La admisión no significará reválida del título de grado ni habilitará para el ejercicio profesional en el ámbito de la República Argentina.
- c) Los/las egresados/as de Institutos de Educación Superior que posean títulos en carreras afines al Periodismo o la Comunicación Social. Los/las postulantes deberán acreditar antecedentes suficientes y específicos en el área de la Maestría, de acuerdo con lo establecido por el art. 39 bis de la Ley 25.754 y la Resolución HCS 279/04.

Para los/las postulantes encuadrados/as en el punto b) y c) el Comité Académico establecerá el tipo de nivelación requerida para cada caso.

Los/las estudiantes extranjeros/as no hispano parlantes deben presentar el Certificado de Español, Lengua y Uso (CELU), según la normativa vigente en la Universidad Nacional de Córdoba.

7. ORGANIZACIÓN DE LA CARRERA

7.1 *Título que otorga:* Magíster en Periodismo Digital



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

7.2 Duración total de la carrera: Tres años. (780 horas) La duración del cursado es de dos años (660 horas presenciales) organizados en cuatro tramos semestrales. Se destina un año más (120 horas) a la elaboración y presentación del Trabajo Final de Maestría. (TFM).

7.3 Modalidad: Presencial.

7.4 Conducción y cuerpo académico: La dirección de la Maestría estará a cargo de un/una Director/a, un/una Codirector/a y un Comité Académico; El/la Directora/a podrá proponer la designación de un/a Secretario/a Técnico/a como apoyo a las tareas de gestión de la carrera. En tanto el cuerpo académico estará constituido por los/las profesores/as de los diferentes espacios curriculares y los/las directores/as y co-directores/as de trabajo final, conforme a lo regulado en el Reglamento de la carrera.

7.5 Sede: La Maestría en Periodismo Digital se dictará en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba. Se cuenta con aulas, equipamiento, biblioteca y personal de apoyo adecuados para el desarrollo de las actividades de la carrera.

7.6 Estructura del Plan de Estudios:

El Plan de Estudios de la Maestría en Periodismo Digital es semiestructurado y está integrado por 19 (diecinueve) espacios curriculares obligatorios: 11 (once) cursos teórico-prácticos , 2 (dos) seminarios optativos y 6 (seis) talleres, organizados en cuatro áreas de conocimiento:

Área de Formación en Proyectos	
<p>Área de análisis de la Comunicación Social</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cultura y Comunicación Digital -Estudios de Audiencias y Consumos Culturales - Narrativas Digitales - Marcos Legales de la Comunicación Global 	<ul style="list-style-type: none"> -Comunidades de Aprendizaje y Trabajo Colaborativo -Planificación y Gestión de Proyectos Periodísticos Digitales -Taller de Trabajo Final



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Contenidos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Área de Saberes Aplicados	Área de Diseño y Producción
-Contenidos Periodísticos Digitales	- Redacción en Medios Digitales
-Géneros del Periodismo Digital	- Periodismo de Datos
-Innovaciones en Periodismo Digital	-Diseño Periodístico en Entornos Virtuales
-Documentación Digital	-Producción Transmedial
-Nuevos Escenarios de la Ética Periodística	- Periodismo en Soportes Móviles

Los seminarios optativos 1 y 2 se conciben como espacios curriculares de profundización y actualización en algunas de las cuatro diferentes áreas de conocimiento. En una primera etapa la carrera ofrecerá cuatro seminarios optativos.

Síntesis de la estructura curricular

Nombre del espacio curricular	Tipo	Carácter	Carga horaria teórica	Carga horaria práctica	Carga horaria total	Régimen de cursado
PRIMER AÑO						
Primer semestre						
1-Comunidades de Aprendizaje y Trabajo Colaborativo	Curso Teór/Prác	Obligatorio	40	20	60	Bimestral
2-Cultura y Comunicación Digital	Curso Teór/Prac	Obligatorio	15	15	30	Mensual
3-Estudios de Audiencias y Consumos Culturales	Curso Teór/Prác	Obligatorio	15	15	30	Mensual
4-Contenidos Periodísticos Digitales	Curso Teór/Prác	Obligatorio	15	15	30	Mensual
5-Redacción en Medios Digitales	Taller	Obligatorio	10	20	30	Mensual



Lic. Jorge Guevara
 Decano de Periodismo y Ciencias de la Comunicación
 Facultad de Ciencias de la Comunicación
 Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC N° 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

SEGUNDO SEMESTRE						
6-Géneros del Periodismo Digital	Curso Teór/Prác	Obligatorio	15	15	30	Mensual
7-Planificación y Gestión de Proyectos Periodísticos Digitales	Curso Teór/Prac	Obligatorio	30	30	60	Bimestral
8-Narrativas Digitales	Curso Teór/Prác	Obligatorio	15	15	30	Mensual
9-Documentación Digital	Taller	Obligatorio	10	20	30	Mensual
10-Innovaciones en Periodismo Digital	Curso Teór/Prác	Obligatorio	15	15	30	Mensual
SEGUNDO AÑO						
TERCER SEMESTRE						
11-Producción Transmedial	Curso Teór/Prác	Obligatorio	15	15	30	Mensual
12-Periodismo de Datos	Taller	Obligatorio	10	20	30	Mensual
13-Periodismo en Soportes Móviles	Taller	Obligatorio	10	20	30	Mensual
14-Diseño Periodístico en Entornos Virtuales	Taller	Obligatorio	10	20	30	Mensual
15-Marcos Legales de la Comunicación Global	Curso Teór/Prác	Obligatorio	30	30	60	Bimestral
CUARTO SEMESTRE						
16-Seminario Optativo 1	Seminario	Obligatorio	15	15	30	Mensual
17-Seminario Optativo 2	Seminario	Obligatorio	15	15	30	Mensual
18-Nuevos Escenarios de la Ética Periodística	Curso Teór/Prác	Obligatorio	15	15	30	Bimestral
19-Taller de Trabajo Final	Taller	Obligatorio	15	15	30	Mensual
Total de horas cursadas			315	345	660	
Trabajo Final					120	
TOTAL GENERAL					780	



Lic. Jorge Guevara
 Decano de Periodismo y Ciencias de la Comunicación
 Facultad de Ciencias de la Comunicación
 Universidad Nacional de Córdoba

El Plan de Estudios incluye la aprobación durante el primer año de cursado de la carrera de un examen de un idioma extranjero (inglés, francés, portugués o italiano).

7.7 Metodología de enseñanza

El diseño curricular incluye los siguientes formatos pedagógicos: cursos teórico-prácticos, seminarios y talleres

Cursos teórico-prácticos: El Plan de Estudios incluye once cursos teórico-prácticos centrados en la transmisión/apropiación de los contenidos de un campo disciplinar o profesional. La enseñanza promueve en los/las estudiantes una visión de los campos de conocimientos implicados y de sus procesos de construcción y legitimación. La estrategia de enseñanza prioritaria de los cursos teórico-prácticos la constituyen las exposiciones y conversaciones guiadas por el equipo docente, apoyado por recursos multimediales. Los cursos incorporan como estrategias pedagógicas el debate, la sistematización de conceptos, el análisis de casos y de problemas concretos.

Seminarios: El Plan de Estudios incorpora este formato pedagógico en dos trayectos optativos, los que se destinan al reconocimiento y análisis de problemas específicos, relevantes y emergentes en las diferentes áreas de conocimiento. A través de ellos se busca que los/las estudiantes profundicen en el tratamiento de un problema, accedan a las discusiones más actuales sobre ellos y a la pluralidad de perspectivas conceptuales y metodológicas desde los cuales se los aborda. Los seminarios se desarrollarán mediante actividades presenciales y virtuales que incluyen exposiciones, presentaciones visuales y videoconferencias con los/las docentes responsables e invitados/as, mesas y paneles de debates, análisis y revisión de conceptos, síntesis individuales y grupales, presentaciones de herramientas metodológicas y técnicas, análisis de nuevos contextos, prácticas, procesos y resultados. Para cada cohorte la dirección de la Maestría en acuerdo con el Comité Académico propondrá los posibles seminarios optativos a dictarse.

Talleres: El Plan de Estudios contiene seis talleres cuya organización está centrada en el hacer, e integra el diseño y la implementación de procesos y/o productos. Promueven el trabajo colectivo y colaborativo, la vivencia, la reflexión, el intercambio, la toma de decisiones y la elaboración de propuestas en equipos de trabajo. El taller es un formato valioso para la confrontación y articulación de las teorías con las prácticas en tanto supone un hacer creativo y también reflexivo, pues pone en juego marcos conceptuales desde los cuales



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

se llevan a cabo las actividades o se van construyendo otros nuevos que son necesarios para afrontar los desafíos que plantea el desarrollo de un proyecto periodístico. En este sentido, la clave de la modalidad organizativa de un taller es la problematización de la acción.

Cada uno de los espacios curriculares está estructurado en tres momentos cuyas características y duración varían según el formato pedagógico:

-Una instancia consistente en alguna de estas modalidades: exposición del/de la docente, plenarios de discusión, situación de estudio dirigido.

-Una instancia de trabajo individual o grupal de los/las maestrandos/as a partir de la propuesta pedagógica de cada docente, centrada en alguna de las siguientes modalidades: descripción y análisis de casos, indagación bibliográfica, consulta de archivos audiovisuales, transferencia de métodos y técnicas de diagnóstico y/o de intervención a acciones de planificación y diseño de comunicaciones institucionales.

-Una instancia de evaluación que posibilita el seguimiento del rendimiento académico de los/las maestrandos/as, cuyas modalidades varían según la temática y la estrategia metodológica de los docentes responsables de cada espacio curricular.

Tutorías: Se prevé un sistema de tutorías para la realización de trabajos prácticos y actividades de evaluación de los cursos, seminarios y talleres durante los dos años de cursado y tutorías de acompañamiento destinadas a orientar a los/las estudiantes durante el desarrollo del Trabajo Final de Maestría. Las tutorías se organizan como una extensión del trabajo de los profesores/as de cada uno de los cursos teórico-prácticos, seminarios y talleres.

7.8 Modalidades de evaluación

Cada curso, seminario y taller del programa cuenta con una instancia de evaluación en la que se complementan la evaluación de proceso en base a los aportes conceptuales, metodológicos y técnicos de los/las estudiantes durante el cursado y una evaluación de resultados, integradora de conocimientos.

Podrán requerirse para la evaluación de cada espacio curricular:



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC N° 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

-
- a) Ejercicios de transferencia de los contenidos desarrollados al estudio de casos o al proyecto de Trabajo Final.
 - b) Análisis o diseño de proyectos
 - c) Informes de investigación en diferentes soportes vinculados con los temas propios de cada espacio curricular.
 - d) Resolución de cuestionarios y guías de observación, presentación de síntesis conceptuales-metodológicas e informes de prácticas, desarrollo de procesos y resultados.
 - e) Productos informativos en diferentes géneros periodísticos

Los criterios que orientan la calificación de los estudiantes son: la capacidad de traducir conceptos teóricos, metodologías y técnicas en proyectos y acciones concretas; la resolución colaborativa de problemas prácticos; la formulación de criterios de selección e integración de herramientas digitales en la producción de contenidos periodísticos; la corrección y adecuación de formatos y géneros.

Se valorarán también la calidad de los aportes personales, las vinculaciones que los/las estudiantes puedan establecer entre la temática del curso, seminario o taller y el resto de los temas abordados en el programa de la Maestría, el uso de bibliografía y material técnico de apoyo (software informático , aplicaciones específicas y variados recursos para la información y la comunicación) y la calidad de las presentaciones (a través recursos lingüísticos, gráficos y multimediales).

La calificación mínima requerida para aprobar cada espacio curricular es de 7 (siete) puntos.

7.9 Régimen de cursado y correlatividades

El régimen de cursado incluye cuatro espacios curriculares bimestrales (uno por cada cuatrimestre de cursado). El resto de los espacios curriculares tienen un régimen de cursado mensual.

El taller “Planificación y Gestión de Medios Periodísticos Digitales”(segundo semestre) es correlativo del curso teórico-práctico “Comunidades de Aprendizaje y Trabajo Colaborativo”



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión de Recursos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC N° 031/21

7.10 Importancia de la práctica

Con un diseño curricular orientado a la dirección y gestión de proyectos periodísticos innovadores en el entorno digital y acorde al perfil del egresado que sostiene, la Maestría prevé el establecimiento de un espacio de prácticas profesionales a través de la creación de una plataforma informativa en la que circulará la producción de los/las estudiantes, quienes administrarán los contenidos de acuerdo a criterios acordados con los/las profesores/as. Se prevé la firma de acuerdos y convenios con medios de comunicación públicos y privados y direcciones de prensa de organizaciones de la comunidad.

Los espacios curriculares están articulados según la metodología de aprendizaje colaborativo por proyectos, a partir de la cual se van integrando saberes en el desarrollo de un portal informativo cuya supervisión estará a cargo del/de la coordinador/coordinadora de la carrera. Las prácticas profesionales de cada uno de los espacios curriculares se desarrollarán en la sede de la Maestría, y en las instituciones con las que existan convenios. Dichas prácticas estarán supervisadas por el/la coordinador/coordinadora de la carrera.

7.11 Previsiones para el dictado intensivo

El dictado se desarrollará mensualmente en días consecutivos. Los cursos tendrán una duración de 6 a 8 horas diarias. A los fines de asegurar el aprovechamiento eficaz de la modalidad adoptada, se prevé que cada jornada incluya diferentes momentos y actividades, entre los que se encuentran exposiciones, debates, presentaciones audiovisuales, desarrollo de trabajos prácticos grupales e individuales, entrevistas en línea, videoconferencias con expertos, informe grupal de resultados, actividades de diseño y redacción asistidas. Se prevé incluir recesos pautados para facilitar tiempos de descanso y de intercambio informal entre los/las participantes de cada curso.

7.12 Propuestas de seguimiento curricular

El Comité Académico de la carrera, conjuntamente con el/la Directora/a y el/la Codirector/a, tendrán a su cargo la organización, implementación, seguimiento y autoevaluación de la carrera, a fin de lograr las competencias definidas en el perfil profesional de este plan de estudios.

En el proceso de seguimiento se comprobará la efectividad de todos los aspectos relativos al diseño curricular: la secuenciación del plan, la adecuación



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

de los contenidos, la cantidad y calidad de las actividades teórico-prácticas, la actualización bibliográfica, las modalidades de evaluación de cada trayecto y el desempeño docente. A estos fines se realizarán encuestas destinadas a los/las estudiantes y se diseñarán y distribuirán los formularios para los informes de los docentes. A partir de la información obtenida se planificarán reuniones con los docentes a fin de evaluar el desarrollo de la maestría.

Al realizar el trámite administrativo para la obtención del título, los/las egresados/egresadas completarán la encuesta SIU-KOLLA provista por la UNC. Asimismo, se aplicarán encuestas con el objetivo de obtener información sobre inserción laboral de los/las egresados/as, sus intereses en relación a la formación permanente y la evaluación que realizan de la formación adquirida en la maestría.

7.13. Trabajo Final

El Trabajo Final de Maestría será un trabajo original, individual y deberá poner de manifiesto la integración de conocimientos teóricos, metodologías y prácticas adquiridas a lo largo del cursado de la carrera. Deberá dar cuenta del estado de la cuestión en la temática elegida por el/la estudiante, así como de su capacidad para desarrollar una metodología de investigación, evaluación, programación y producción fundamentada, completa y pertinente, y alcanzar resultados y conclusiones apropiados en relación con el campo problemático propuesto.

Por tratarse de una maestría de tipo profesional, el Trabajo Final de Maestría en Periodismo Digital podrá referirse a:

1. Evaluación integral de un proyecto periodístico digital y formulación de propuestas para optimizar su desarrollo.
2. Formulación integral de un proyecto periodístico digital.
3. Rediseño integral de un proyecto periodístico digital.

Las cuestiones referidas al desarrollo, presentación y defensa del Trabajo Final están sujetas a las disposiciones establecidas en el Reglamento de la Carrera.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

8. CONTENIDOS MÍNIMOS

PRIMER AÑO

PRIMER SEMESTRE

1-Comunidades de Aprendizaje y Trabajo Colaborativo:

Objetivos:

- Identificar las características de la metodología de aprendizaje basado en proyectos colaborativos (ABCP)
- Interpretar el valor de la comunicación y de los aprendizajes en el desarrollo de proyectos colaborativos.
- Aplicar tecnologías de gestión colaborativa de proyectos en el cursado de la maestría
- Profundizar en conocimientos relacionados con los fundamentos y estrategias de la colaboración y la cooperación en entornos digitales.

Contenidos mínimos:

Fundamentos epistemológicos y teóricos de las comunidades de aprendizaje. Requisitos y herramientas. Clasificación de las comunidades de aprendizaje: de tareas, de práctica, de conocimientos. Características de una comunidad de aprendizaje. El aprendizaje colaborativo mediado por ordenadores. Conceptos de aprendizaje en la acción. Comunidades de aprendizaje para la gestión del conocimiento de las organizaciones periodísticas. Metodología de aprendizaje a través de proyectos. (APP) Colaboración y cooperación. Roles de docentes y estudiantes. Competencias de los procesos de colaboración y cooperación en el aprendizaje. Evaluación de aprendizajes por proyecto. Comunidades profesionales de aprendizaje. Gestión colaborativa de proyectos. Flujos de información en gestión de proyectos. Tecnologías para la gestión colaborativa de proyectos en red. Ventajas. Colaboración e innovación. Planificación estratégica, trabajo colaborativo y trabajo en equipos. Lógicas de la acción colectiva en redes. Problemas de coordinación y cooperación. La comunicación en los procesos colaborativos. El ámbito de la Maestría en Periodismo Digital como comunidad de aprendizaje orientada al desarrollo de proyectos periodísticos digitales.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Contenidos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Actividades de formación práctica:

Los/las estudiantes identificarán las características de la comunidad de aprendizajes que integran y analizarán casos de aprendizaje colaborativo en entornos digitales. Las actividades se orientan a valorar los diferentes dispositivos para el aprendizaje colaborativo por proyectos. Se desarrollarán debates sobre problemas concretos de acción colectiva en procesos colaborativos y simulaciones a fin de que puedan plantearse estrategias para el desenvolvimiento de un proyecto periodístico colaborativo

Modalidad de evaluación:

Se evaluará el proceso a través de la participación durante el desarrollo del curso, aportes en los debates, desarrollos conceptuales-metodológicos en el análisis de casos. Para la evaluación final del curso los/las estudiantes presentarán un informe que sistematice los contenidos planteados en el curso y analice ventajas y limitaciones del dispositivo. El trabajo deberá incluir una reflexión grupal de análisis de la Maestría en Periodismo digital como comunidad de aprendizaje.

Bibliografía:

Aubert, A., Duque, E., Fisas, M. & Valls, R. (2004). *Dialogar y transformar*. Pedagogía crítica del siglo XXI. Barcelona, España: Graó.

Aubert, A., Flecha, A., García, C., Flecha, R. & Racionero, S. (2008). *Aprendizaje dialógico en la Sociedad de la Información*. Barcelona, España: Hipatia Editorial.

Barkley, E. Cross, P., & Major, C. (2007). *Tutoría entre iguales. Técnicas de aprendizaje colaborativo*. Barcelona, España: Morata S.L

Caldeiro, G. P. (2014). *La comunicación en línea y el trabajo colaborativo mediado por tecnologías digitales*. Austral Comunicación, 3(1), 13-30. <https://doi.org/10.26422/aucom.2014.0301.cal>

Delgado Santagadea, K. (2015). *Aprendizaje colaborativo: teoría y práctica*. Bogotá, Colombia: Ed Magisterio

Díez-Palomar, J., Flecha García, R. (2010). *Comunidades de Aprendizaje: un proyecto de transformación social y educativa*. Revista Interuniversitaria de



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Formación del Profesorado, 24 (1), 19-30 .Universidad de Zaragoza: Zaragoza, España

Domenech Casal, J.(2019). *Aprendizaje basado en Proyectos, Trabajos Prácticos y Controversias*. España: Octaedro

Elboj, C., Puigdemívol, I., Soler, M., & Valls, R. (2002). *Comunidades de aprendizaje. Transformar la educación*. Barcelona, España: Graó

Garzón Castrillón, M.A. (2017). *Las comunidades de aprendizaje en las organizaciones. Visión de futuro*. Disponible en:
<http://visiondefuturo.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/issue/view/17>

Guilera Aguera, Ll., y Garrell, A. (2021). *Productos y servicios inteligentes y sostenibles*. España: Alfaomega

Habermas, J. (1997). Racionalidad de la acción y racionalización social. En H.J, *Teoría de la acción comunicativa, I*.Madrid: España: Taurus

Habermas, J (1999). Crítica de la razón funcionalista. En H.J, *Teoría de la acción comunicativa, II*. Madrid: España: Taurus

Kirkpatrick, D., & Kirkpatrick, J.(2006).*Evaluating Training Programs. The Four Levels* [Evaluación de programas de formación, los cuatro niveles]. San Francisco, EE.UU: Berret- Koehler Publishers, Inc San Francisco.

Krichesky, G. J., y Murillo Torrecilla,F. J. (2011). *Las comunidades profesionales de aprendizaje. Una estrategia de mejora para una nueva concepción de escuela*. Revista Iberoamericana sobre calidad, eficacia y cambio en Educación, 9. Consultado en:
<http://www.rinace.net/reice/numeros/arts/vol9num1/art4.pdf>

López Segrera, F. (2008). *Tendencias de la educación superior en el mundo y en América Latina y el Caribe*. Revista da Avaliacao da Educacao Avaliacao Superior, 13(2),267-291.

Mora,C. (2011). *Trabajo colaborativo en redes profesionales*. España: Editorial Académica Española.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Nel Paez, P. (2019). *Teoría de la decisión*. Acción colectiva y estabilidad. España: Editorial Public

Panitz T. (2001). *Collaborative versus cooperative learning- a comparison of the two concepts which will help us understand the underlying nature of interactive learning* [Aprendizaje colaborativo vs aprendizaje cooperativo: una comparación de los dos conceptos que nos ayudará a comprender la naturaleza subyacente del aprendizaje interactivo] Disponible en: <http://home.capecod.net/~tpanitz/tedsarticles/coopdefinition.htm>

Racionero, S., Ortega, S., García, R., y Flecha, R. (2012). *Aprendiendo contigo*. Barcelona, España: Hipatia Editorial.

Ruiz Aguirre, E, Martínez de la Cruz. Galindo Gonzales, L , y Martínez de la Cruz, N. (2015). *El aprendizaje colaborativo en ambientes virtuales*. México: Ed. Cenit

USAid. (2011). *Comunidades de aprendizaje: un enfoque pedagógico de futuro*. Consultado en: <http://www.camafu.org.mx/index.php/alianzas-estrategicas-comunidades-y-redes-/articles/comunidades-de-aprendizaje-un-enfoque-pedagogico-de-futuro.html>

2- Cultura y Comunicación Digital :

Objetivos:

- Interpretar teorías y perspectivas de los cambios socio-culturales en relación con los cambios tecnológicos.
- Analizar los paradigmas que describen e interpretan la comunicación digital. - Describir los cambios, la composición actual y posibles escenarios del ecosistema mediático.
- Comprender los desplazamientos y actitudes de las audiencias en el nuevo ecosistema mediático.
- Identificar nuevos escenarios profesionales y nuevas competencias para la producción de informaciones periodísticas.
- Reconocer tendencias en la elaboración y distribución de contenidos y estrategias en el marco de los nuevos paradigmas comunicacionales asociados a la comunicación digital.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

-Aproximarse a las herramientas y las tecnologías de la comunicación digital aplicadas al periodismo.

Contenidos mínimos:

Paradigmas para abordar las relaciones entre tecnologías, cultura y comunicación. Implicancias de Internet, las redes sociales y la comunicación móvil en las sociedades actuales. Características del nuevo ecosistema mediático. Medios digitales. Redes sociales. Plataformas y servicios online. Nuevos formatos y lenguajes. Convergencia mediática y remediaciones. Evolución de las tecnologías de la palabra y la comunicación. Nuevos actores, nuevos tiempos y espacios de consumo/producción de información. Dispersión de tecnologías, formatos y soportes. El fin del modelo de broadcasting. De la comunicación unidireccional a la comunicación en red. De receptores a emisores, de lectores a autores. Producción par a par. Del paradigma de la escasez al paradigma de la abundancia de información. De la producción a la curación y agregación de contenidos. Del contenido generado por humanos al contenido generado por algoritmos. Tendencias en periodismo: Periodismo de datos, redes sociales, narrativas cross-media y transmedia. Producción colectiva de información/conocimiento/cultura. Modelos económicos y de financiamiento de las industrias culturales. Diferentes modelos de financiamiento de productos digitales. Financiamiento colaborativo en medios digitales y proyectos informativos.

Actividades de formación práctica:

Los/las estudiantes explorarán la bibliografía sobre el desarrollo de la comunicación digital, se establecerán hitos comunicacionales, analizarán conceptos y modelos de comunicación digital y sus correlaciones con modalidades de producción, circulación y consumos hipermediáticos. En base a la bibliografía se elaborarán síntesis, mapas conceptuales y se transferirán conceptos al estudio de casos.

Modalidad de evaluación:

Se evaluará el proceso a través de la participación en clases dialogales y debates, formulación de preguntas a entrevistados y administración de la bibliografía. La evaluación final consistirá en la presentación de un estudio de caso en el que se analicen las transformaciones digitales de un



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

emprendimiento periodístico sobre alguna de las dimensiones (productiva, distributiva o de consumo) de la información periodística, se describirán procesos y resultados.

Bibliografía:

Anderson C. (2012). *Makers: The new industrial revolution* [Creadores: La nueva revolución industrial]. EE.UU: Crown Business

Baricco, A.(2008). *Los bárbaros*. Ensayos sobre la mutación. Barcelona, España: Anagrama

Barbero, J.M.(2007). *De incertidumbres e inciertas esperanzas*. Una meditación sobre el comunicar en medio de la tormenta. Bogotá, Colombia:Felafacs

Benavides Delgado, J.(1997). *Lenguaje publicitario*. Hacia un estudio del lenguaje de los medios. Madrid, España: Ed. Síntesis

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era internet*. Madrid, España: Alianza Editorial

Castells, M.(1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. La sociedad red (vol I). Madrid: España: Alianza Editorial.

Castells, M.(1998). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. El poder de la identidad (vol II). Madrid, España: Alianza Editorial.

Castells, M.(1998). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Fin de Milenio (vol III) . Madrid, España: Alianza Editorial.

Díaz Nosty, B.(coord.) (2018). *Diez años que cambiaron los medios 2007-2017*.Madrid, España: Fundación Telefónica.

Igarza, R.(2008).*Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Igarza, R.(2008). *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Económica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

- Jenkins, H.(2006). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- Jenkins, H., Ford, S., y Green, J. (2012). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture* [Medios de difusión: creando valor y significado en una cultura en red]. Postmillennial Pop
- López Seuba, M. (2019). *Internet de las cosas. La transformación digital de la sociedad*. Madrid, España: Ra- Ma
- McLuhan, M.(1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. España. Planeta
- Manovich, L.(2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Pisani, F., & Piotet, D. (2009). *Cómo la web 2.0 está cambiando al mundo*. En *Alquimia de las multitudes*. Barcelona, España: Paidós.
- Ramonet, Ignacio (2011). *La explosión del periodismo*. Madrid, España: Clave intelectual.
- Rodriguez Revilliar, R.(2013). *Introducción al estudio del periodismo en Internet*. España: Ed Academia
- Scolari, C. (2008). De los nuevos medios a las hipermediaciones. En *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona, España: Gedisa .
- Scolari, C. (2010). Narrativa transmediática, estrategias cross-media e hipertelevisión. En *Lostología. Instrucciones para entrar y salir de la isla*.(69-9.) Buenos Aires,Argentina: Cinema
- Scolari, C.A. (2011). *Instrucciones para entrar y salir de la isla*. Cinema: Buenos Aires,Argentina
- Tejedor,S.(2018). *La enseñanza del ciberperiodismo: De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística*. Barcelona, España: Comunicación Social Ediciones y publicaciones.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Vinck, D. (2018). *Humanidades digitales: la cultura frente a las nuevas tecnologías*. Barcelona, España: Gedisa

3- Estudios de Audiencias y Consumos Culturales

Objetivos:

- Identificar las matrices teóricas y los fundamentos de los estudios de audiencias de medios masivos e internet, y de los consumos culturales.
- Reconocer las herramientas digitales que permiten mediciones, su disponibilidad y potencialidades.
- Explorar diseños y técnicas cuanti-cualitativas aplicables en los estudios de usuarios y de consumos culturales.
- Discernir criterios de intervención en producción y distribución de contenidos digitales a partir del análisis de datos, experiencias de usuarios y tendencias.

Contenidos mínimos:

Perspectivas socioantropológicas y comunicacionales: el estudio de los consumos culturales y los estudios de la recepción. Sistema de información cultural de Argentina. Bases de datos y resultados de encuestas de consumos culturales. Hábitos digitales. El concepto de audiencia: Recorrido teórico: Masa, grupos, usuarios/individuos, peers y prosumers. La audiencia como ciudadanía, públicos y mercado. De la medición de oyentes y audiencias a la medición de usuarios en la red: Desarrollo histórico de los estudios. Lógicas comerciales y de control. Estudios de lectores: Variables que comprende y perspectivas de marketing. Modelos generales de organización de estudios de audiencia. Análisis de audiencias en distintas plataformas. Medición e interpretación de datos en redes sociales. Audiencias audiométricas y sociales. Tipos y frecuencia de informes. Automatización de informes. Toma de decisiones basadas en interpretación de datos sobre usuarios y consumos informativos. Métricas cuantitativas: extensión e impacto. Métricas cualitativas: el interés de los usuarios.

Actividades de formación práctica:

Los/las estudiantes explorarán la bibliografía recomendada y los documentos accesibles a través de internet y sistematizarán objetivos y matrices teóricas y metodológicas. Se prevé la organización de dos videoconferencias: con



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Económica
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

referentes nacionales e internacionales. Una de ellas orientada a consumos culturales y otra, a analítica de usuarios. Durante el seminario se analizarán trabajos de investigación, se explorarán herramientas analíticas y se ensayarán la interpretación de los datos y toma de decisiones.

Modalidad de evaluación:

Para la evaluación del proceso se tendrá en cuenta la participación de los/las estudiantes en todas las instancias del seminario, la adquisición de vocabulario técnico y la capacidad para sintetizar las perspectivas teóricas estudiadas. En la evaluación final se acredita la presentación y aprobación de un informe escrito. El trabajo consistirá en la presentación de los resultados de un estudio de usuarios sobre un sitio informativo. El texto deberá incluir al menos una fundamentación, objetivos, la descripción de la herramienta, la presentación de datos, interpretaciones y un repertorio de decisiones orientadas por el informe.

Bibliografía:

Aroldi, P. y Vittadini, N. (2015). *Audiences as socio-technical actors: the styles of users of social networking sites* [Las audiencias como actores socio-técnicos: los estilos de los usuarios de sitios de redes sociales]. Recuperado de: <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9781315762821/chapters/10.4324/9781315762821-18>

Arrueta, J.C., y Labate, C. (comp.).(2017). *La comunicación digital: Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia : desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios*. San Salvador de Jujuy, Argentina: Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy.

Athique, A. (Febrero de 2017). *The dynamics and potentials of big data for audience research, Media, Culture & Society* [La dinámica y el potencial del big data para la investigación de la audiencia, los medios, la cultura y la sociedad]. *Sage Journals*, 40(1), 59-74 Recuperado de <https://doi.org/10.1177/0163443717693681>

Bonilla Pérez, J. I. Marión Cataño, M., Rincón, O.G., y Zuliaga, J. (Prólogo de Barbero, J.M.).(2012). *De las audiencias contemplativas a los productores conectados. Mapa de los estudios y de las tendencias de ciudadanos*



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

mediáticos. Cali, Colombia: Javariano

Claes, F. y Deltell, L. (2015). *Audiencia social en Twitter: hacia un nuevo modelo de consumo televisivo*. Trípodos, 36, pp. 111-132. Recuperado de: http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/245

Estrade Nieto, J.M., Jordán Soro, D. (2020). *Marketing digital mobile marketing digital, seo y analítica web*. Madrid, España: Anaya Multimedia.

Grillo, M., Papalini, V. y, Benitez Larghi, S. (coordinadores). (2016) *.Estudios sobre los consumos culturales en la Argentina contemporánea*. República Argentina: Clacso. Libro digital disponible en: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/clacso/index/assoc/D12317.dir/EstudiosCulturales.pdf>

Hine, C. (Editor).(2008). *Virtual Methods [Métodos virtuales]*. London: Berg.

Meléndez Yúdico, J. (2014). *Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina Iniciativas, modelos y buenas prácticas*. Editorial Factual: México

Morley, D. (1992). *Television, Audiences and Cultural Studies [Televisión, audiencias y estudios culturales]*. Londres: Routledge

Noguera Vivo, J.M. (2018). *Generación efímera: la comunicación de las redes sociales en la era de los medios líquidos*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones: España

Orihuela, J. L. (2012). *Cuaderno: pistas, noticias y enlaces sobre los medios y la red [blog de Internet]*. Navarra: José Luis Orihuela, junio 2012 [citado el 8 de agosto de 2012]. Disponible en: <http://www.ecuaderno.com>

Orozco, G., y González, R. (2011). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Tintable



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Económica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Rivoir, A.L, y Morales, M.J.(2019). *Tecnologías digitales: miradas críticas de la apropiación en América Latina*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: CLACSO

Roca, G. (2012). *¿Qué dice la Red de ti? Redes sociales e identidad digital*. Telos, 91, 96-98.

Sádaba Rodríguez, I. (2012). *Introducción a la investigación social online*. En Arroyo Menéndez, M. Sábada Rodriguez, I.(2012): Metodología de la Investigación Social, Ed. Síntesis.

Sánchez, A., y Pérez-Latre, F. J. (2012). *Innovación en los medios. La ruta del cambio*. Pamplona, España: Eunsa.

Toret, J. (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Recuperado DOI: 10.7238/in3wps.v0i0.1878

Torrado Morales, S; Ródenas Cantero, G ;Ferrerías Rodríguez, J. G.(2017). *Territorios transmedia y narrativas audiovisuales*. UOC: Cataluña, España

West, M., Ei Chew, H. (2015). *La lectura en la era móvil : un estudio sobre la lectura móvil en los países en desarrollo* .Méjico: UNESCO Disponible en <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000233828>

4- Contenidos Periodísticos Digitales

Objetivos:

- Identificar nuevas rutinas y estrategias para orientar la producción y distribución de contenidos en diferentes formatos periodísticos y plataformas. -
- Explorar los recursos que orientan la selección de contenidos y la delimitación de agendas periodísticas.
- Ensayar la creación de contenidos adaptados a los hábitos, tendencias de consumo y modelos de negocios emergentes en el periodismo digital.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

Contenidos:

Lenguajes y códigos del periodismo digital. Preproducción, producción y postproducción de contenidos digitales periodísticos. Gestión de recursos. análisis de experiencias. Herramientas digitales y tendencias. Cambios en el mercado periodístico y de medios. Contenidos especializados. Contenidos a la carta. Personalización de contenidos. Modelos de calidad de contenidos digitales. Algunos indicadores: profundidad, agenda informativa, diversidad de géneros periodísticos. Multimedialidad, hipertextualidad, interactividad y niveles de actualización. Producción de contenidos y modelos de negocios. masividad y selectividad. Los modelos mixtos. Condicionantes en la producción de contenidos. Intereses del público y criterios profesionales en la definición de las agendas públicas. Preferencias de las audiencias según la lógica algorítmica. Métricas tradicionales y jerarquización de los editores. Tipologías de contenidos. Contenidos de irrupción abrupta, no exclusivos, contenidos con valor agregado, contenidos con producción especial. Políticas de gestión de crisis e interacción con los usuarios. Tendencias en los consumos de contenidos periodísticos digitales: prevalencias y desgastes. Inmediatez selectiva de los contenidos periodísticos. La viralización como fenómeno: distribución masiva e inmediatez. Contenidos con información falsa: efectos sobre la credibilidad, estrategias. Contenidos con información sensible, casos judiciales y minoridad.

Actividades de formación práctica:

Desde una perspectiva constructivista y una metodología participativa los/las estudiantes observarán y analizarán de manera guiada diversas publicaciones periodísticas online, elaboran tipologías de contenidos y trabajarán a partir del desarrollo de ejercicios prácticos de reconocimiento, corrección, edición y publicación digital. En ambos casos la bibliografía obligatoria de cada jornada será la base para el desarrollo de las actividades. Se trabajará con comisiones de pequeños grupos. Cada encuentro cierra con la puesta en común de conclusiones y en las que los/las estudiantes presentan sus producciones y/o análisis.

Modalidad de evaluación:

Se propone considerar para la evaluación de proceso los siguientes de los ejes: Aplicación de los conceptos teóricos a la producción de contenidos, aplicación de criterios de redacción periodística, rigurosidad en el uso de fuentes informativas, corrección idiomática, participación durante el desarrollo del



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

seminario, planificación y organización del trabajo, capacidad de integrarse en equipos. Para la evaluación sumativa los/las estudiantes deberán presentar, de manera individual, el análisis de, al menos, 2 producciones periodísticas multimediáticas e hipertextuales, y elaborar 2 producciones originales cuyo nivel de interactividad propuesto por el equipo docente; deberán acompañar el trabajo con una propuesta fundamentada de los contenidos que integrarán el proyecto periodístico que desarrollarán durante el cursado de la maestría.

Bibliografía:

Carvajal, M. y Barinagarrementeria, I. (2019). *Contenido de marca en diarios españoles: concepto, organización y retos de los periodistas implicados*. Trípodos, 44, 137-152. Barcelona, España

Casero Ripollés, A. (2016). *Entre la incertidumbre y la experimentación: nuevos modelos de negocio del periodismo en el entorno digital*, en Sánchez Gonzales, H. M. (ed.). *Nuevos retos para el periodista. Innovación, creación y emprendimiento*. Valencia, España: Tirant Humanidades.

Crucianelli, S. (2013). *Herramientas Digitales para Periodistas*. Texas, EE.UU: Knight Center. En: <https://knightcenter.utexas.edu/books/HDPP.pdf>

Díaz Nosty, B.(coord) (2018). *Diez años que cambiaron los medios 2007-2017* Madrid, España: Fundación telefónica

Gómez, E. F. R., y Louzada, C. F. (2017). *¿Es rentable el periodismo de calidad? Disposición al pago en Brasil y España*. *Transinformação*, 29(2) , 211-220. Doi: <https://doi.org/10.1590/2318-08892017000200008>

Jaraba, G. (2016). *Periodismo En Internet: Cómo escribir y publicar contenidos de calidad en la red*. Ma Non Troppo: Barcelona:España

Manfredi, J. L., Paniagua Rojano, F.J., F.,Breiner, J., y Noguera, J.M. (2015). *Innovación y periodismo: emprender en la Universidad*. CAC # 76 En: https://www.researchgate.net/publication/284170775_Innovacion_y_periodismo_emprender_en_la_Universidad

Martínez-Fernández V. A.; López-García, X.; Rúas-Araújo, X. y Campos-Freire, F. (Ed). *Communication: Innovation & Quality. Studies in Systems, Decision*



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

and Control [Comunicación: Innovación y calidad. Estudios en sistemas, decisión y control], vol 154 (pp. 229-247). Springer, Cham.

Mensing, D., y Ryfe, D.J. (2013). *Blueprint for Change: From the Teaching Hospital to the Entrepreneurial Model of Journalism Education* [Plan para el cambio: del hospital docente al modelo empresarial de educación periodística] [Presentación de la revista en la conferencia ISOJ] Simposio internacional de periodismo en línea. <https://www.iso.org/journal/volume-3-issue-2/>

Mioli, T., y Nafría, I. (2018) *Innovadores en el Periodismo Latinoamericano*. Texas, EE.UU: Knight Center.

Moreno Espinosa, P. (2017). *Periodismo digital, paradigma del nuevo panorama interactivo*. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 23 (2) , 1299-1317.

Nafría, I. (2018). *La reinención de The New York Times. Cómo la 'dama gris' del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil*. Texas, EE.UU: Knight Center

Orihuela, J. L. (2009). *Las nuevas tecnologías de la información: Claves para el debate* Nueva Revista de política, cultura y arte, 70 , (44-50)

Salaverría, R. (ed.) (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid, España: Fundación Telefónica & Editorial Ariel

<http://www.salaverria.es/blog/2016/02/22/ciberperiodismo-en-iberoamerica-nuevo-libro/>

Restrepo, J. D., y Botello, L. M. (2018). *Manual de Ética Periodística en la Era Digital*. International Center for Journalist. Sembramedia. (2017)

Salaverría, R. (2019). *Digital journalism: 25 years of research*. Review article. *El profesional de la información*, 28(1).
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>

Salaverría, R.; Sádaba, Ch.; Breiner, J. G., y Warner, J. C. (2019). *A Brave New Digital Journalism in Latin America* [Un nuevo periodismo digital valiente en América latina]. En Túniz-López, M.; Martínez-Fernández V. A.; López-García, X.; Rúas-Araújo, X. y Campos-Freire, F. (Ed). *Communication: Innovation &*



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión del Periodismo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Quality. Studies in Systems, Decision and Control, vol 154 (pp. 229-247). Springer, Cham.

Santillán Peralbo, R. (2006). *El lenguaje en el periodismo de opinión*. Quipus: Quito, Ecuador

Sembra Media. (2017). *Punto de inflexión. Impacto, amenazas y sustentabilidad. Estudio de emprendedores de medios digitales latinoamericanos*. Disponible en <http://data.sembramedia.org/wp-content/uploads/2017/09/Punto-de-Inflexion-SembraMedia-span-7-24.pdf>

Tejedor, S. (2007). *Ciberperiodismo: Libro estilo para ciberperiodistas*. Editorial, Barcelona, España: ITLA.

Tejedor, S. (2018). *La enseñanza del ciberperiodismo: De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística*. Barcelona, España: Comunicación Social Ediciones y publicaciones.

5- Redacción en Medios Digitales

Objetivos:

- Relevar las investigaciones sobre lectoescritura y usos textuales en diferentes pantallas.
- Identificar las estrategias productivas de textos lingüísticos orientadas por dichas investigaciones.
- Experimentar posibilidades lingüísticas que permitan enriquecer el lenguaje del periodismo digital
- Incorporar formas y procedimientos del lenguaje de la diversidad y no sexista.
- Reconocer tendencias lingüísticas de los usuarios y describirlas.
- Ejercitar la redacción periodística para diferentes medios y pantallas.

Contenidos mínimos

El texto lingüístico en el lenguaje del periodismo digital. Investigaciones sobre la lectura de información periodística en internet. Puntos de entrada a las páginas web. Lecturas escaneadoras y metódicas. Patrones de recorrido visual. Escritura para pantallas. Escritura y optimización en motores de



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

búsqueda. El código lingüístico en el discurso periodístico de los medios digitales. Características. Estilo, lenguaje y contenidos especializados. Contenidos y múltiples escrituras. Criterios de jerarquización de textos en las pantallas. Normas de redacción y titulación para la web. Formatos textuales según dispositivo. Modelos de producción textual: “Célula informativa” de Salaverría. “Pirámide Invertida para medios digitales”, de Franco. “El diamante” de Bradshaw. “Pirámide Tumbada” de Canavilhas. El “modelo Margarita” de Camus. Familias tipográficas y variaciones. Aspectos sintácticos y léxicos. Funcionalidad de la voz pasiva. Criterios de longitud de los textos. Uso de intertítulos. Estratificación de la información. Criterios de titulación. Redacción para microblogs periodísticos. Composición. De la legibilidad a la usabilidad. Las columnas en periodismo digital. Niveles de interlineado. Redacción hipertextual, hipertextual e interactiva. El código lingüístico oral: Funciones de los sonidos en el periodismo digital. Articulación entre texto y audio. Tipos y funciones de las imágenes en periodismo digital. Articulaciones entre textos lingüísticos, textos de imágenes y textos sonoros. La construcción inconclusa. Lenguaje no sexista y no discriminatorio en periodismo digital Lenguaje no sexista y no discriminatorio en periodismo digital.

Actividades de formación práctica:

Los/las estudiantes compararán los modelos de escritura en papel y para diferentes pantallas, identificarán aspectos comunes y diferencias entre el lenguaje del periodismo gráfico y el lenguaje del periodismo digital, y reflexionarán sobre niveles de lectura y uso. Durante el cursado practicarán la escritura para diferentes plataformas, ofrecerán ejemplos para el análisis, estandarizarán de manera provisoria diferentes modelos de escritura. Los/las estudiantes se incorporarán a un equipo de redactores en alguno de los ámbitos seleccionados para la práctica profesional.

Modalidad de evaluación:

La evaluación de proceso tendrá en cuenta la participación en los procesos de búsqueda, análisis de casos y descripción de textos y unidades informativas. La evaluación final consiste en la presentación de una carpeta digital con la producción individual y grupal elaborada en el ámbito de la práctica profesional. Se ponderará el informe presentado por el/la responsable de la coordinación de las actividades en terreno.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Bibliografía:

Cassany, D. (1988). *Describir el escribir. Cómo se aprende a escribir*. Barcelona, España: Paidós, 1988. Reimpresión 11ª: 2003. ISBN: 84-7509-496-1. 2ª edición

Díaz Noci, J. (2008b). *Hipertexto y redacción periodística: ¿un nuevo campo de investigación?* Sala de Prensa. En:
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n48/bienal/mesa6.pdf>

Edo, C. (2000). *Los periódicos se instalan en definitivamente en la red*, en Derecho y Opinión. Universidad Nacional de Córdoba.

Franco G. (2007). *Cómo escribir para la Web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción online*. Knight Center for Journalism in the Americas. Universidad de Texas. Disponible en [https://journalismcourses.org/wp-content/uploads/2020/08/How-to-write-for-the-Web-es p.pdf](https://journalismcourses.org/wp-content/uploads/2020/08/How-to-write-for-the-Web-es-p.pdf)

Franco G. (2009). *Necesidades de formación para medios digitales en América Latina*. Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano- Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

García Carcedo, P. y Regueiro Salgado, B. (2015). *El reto de escribir entre papeles y palabras*. España, Editorial: Editorial GEU.

Gili Gaya, S. (1980). *Curso superior de sintaxis española*. Barcelona, España, 13 edición.

Gómez Torrego, L. (2011). *Hablar y escribir correctamente: gramática normativa del español actual*. (Tomo I y II).España: Arco Libros, S.L.

Grijelmo, A. (2014). *El estilo del periodista*. España: Taurus.

Grijelmo, A. (2020). *Propuesta de acuerdo sobre el lenguaje inclusivo*. España: Taurus:

Guía para un uso no sexista del lenguaje. Fundación Once. (2018) España.
Recuperado de:
<https://www.cermi.es/sites/default/files/docs/novedades/GUIA.pdf>



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Económica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Guichard Bello, C. (2015). *Manual de comunicación no sexista. Hacia un lenguaje incluyente*. Instituto Nacional de las mujeres. Ed. Méjico: México

Instituto Cervantes (2018). *El libro del Español correcto*. España: Planeta

Kohan, S. A.(2016). *Puntuación para escritores y no escritores*. España: Alba editorial

Lázaro Carreter, F.(1990). *El idioma del periodismo, ¿Lengua especial?* Madrid, España: Asterisco Cultural

Manual de Estilo de la Voz del Interior (2007). Córdoba: La Voz del Interior.

Pérez Tornero, J. M., y Tejedor, S. (2014). *Escribir para la red*. Barcelona, España: Editorial de la Universidad de Barcelona

Ramírez Gelbes, S. (2017). *Sobre viejas y nuevas pirámides: La superestructura informativa en los diarios online*. Recuperado de https://www.academia.edu/31434873/Sobre_viejas_y_nuevas_pir%C3%A1mides_texto_la_superestructura_informativa_pdf?auto=download

Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona, disponible en <http://www.tdx.cat/handle/10803/4189>

Salas, C. (2017). *Storytelling: la Escritura Mágica: Técnicas para ordenar las ideas*. España: Mirada mágica.
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n48/bienal/mesa>

Vivar, H. y Vinader, R. (2011). *El impulso de la industria de los contenidos digitales*. En Cuadernos de Información y Comunicación, N° 16 (115)



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

PRIMER AÑO

SEGUNDO SEMESTRE

6- Géneros del Periodismo Digital

Objetivos:

- Reconocer rupturas, transformaciones y continuidades de los géneros en la transición del periodismo tradicional al periodismo digital.
- Interpretar las posibilidades narrativas e interactivas de los géneros híbridos. - Producir informaciones periodísticas en diferentes géneros orientada a audiencias específicas.
- Explorar las posibilidades de expansión de los géneros periodísticos tradicionales y de desarrollo de nuevos géneros en el periodismo digital.

Contenidos mínimos:

Los géneros como modelos de enunciación. Hipertextualidad y permeabilidad textual en el periodismo. Combinación de lenguajes en la multimedialidad. Condicionamientos del género Ubicuidad y configuraciones de las noticias. Las variedades de la crónica. Multimedialidad y multiplicidad de plataformas, ámbitos de circulación. Los detalles a través de los recursos hipermediales. La entrevista en contexto de interactividad. Chat, posibilidades y valor periodístico. Uso de foros y encuestas. Reportaje multimedia interactivo. Desarrollos infográficos. Hibridación de los géneros. Renovación de posibilidades narrativas e interacción con los usuarios. Plataformas y pactos de lectura. Otros géneros informativos. Los géneros interpretativos. Accesibilidad del lector a los datos. El humor. Géneros argumentativos: Columnas, comentarios y editoriales en el periodismo digital. Periodismo de autor 2.0 Géneros dialógicos: el periodista como moderador. Infografías y sonido en los géneros periodísticos. Referencialidad, expresividad, dialogicidad en el uso del video. Singularidades y versatilidad de los géneros en redes sociales. Los géneros en redes sociales y las narrativas transmedia. Potencial expresivo de los nuevos géneros. Dinamicidad, hibridez e inestabilidad de las nuevas formas narrativas. Representación y ficción en los nuevos géneros.



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Actividades de formación práctica:

Los/las estudiantes producirán artículos informativos, notas de opinión e investigaciones periodísticas orientadas a perfiles específicos de lectores y usuarios. El estudio de los géneros periodísticos en internet se apoyará en el desarrollo de un medio informativo en el marco de la MPD. Las características y funcionalidades se definen de manera colaborativa entre estudiantes y la coordinación de la carrera. Durante el desarrollo del taller, cada estudiante elaborará y publicará contenidos de manera integral.

Modalidad de evaluación:

Se evaluará la capacidad de los/las estudiantes para el trabajo en equipo y la redacción colaborativa. Se valorará la integración de elementos del lenguaje del periodismo digital en el plan de redacción de cada unidad informativa y la participación de los lectores/usuarios sobre diferentes aspectos de las publicaciones. La evaluación final consistirá en la presentación de una producción grupal, u una individual, revisadas y corregidas, las que irán precedida de una fundamentación acerca de los géneros y los recursos empleados en la elaboración de las piezas presentadas.

Bibliografía:

Altamiranda, D. (Editor). (2009). *Narratologías (post) clásicas. Textos literarios y cinematográficos de la cultura contemporánea*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Dunken.

Benavides, J., y Quintero. C. (1997). *Escribir en prensa. Redacción Informativa e interpretativa*. México: Alhambra Mexicana.

Bonano, M. (2018). *En torno a la crónica, los cronistas y las revistas digitales del periodismo narrativo latinoamericano*. Congreso 2018 Latin American Studies in a Globalized World, Latin American Studies Association. Latin American Studies Association, Barcelona.

Callegari Melo, N. (2020). *Géneros periodísticos de hoy. Este es el manual*. Bogotá, Colombia: Ediciones USTA – ECOE Ediciones.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Campalans, C., Y Gosciola, V. (2014). *Géneros de narrativa transmedia y periodismo*. En D. Renó, C. Campalans, S. Ruiz, & V. Gosciola. *Periodismo Transmedia*, 35-52. Barcelona, España: UOC

Capote, T. (1980). *A sangre fría*. España. Castejón, España: Editorial Bruguera.

Chico Rico, F. (2006). *Teoría retórica como teoría del texto y narración digital como narración hipertextual*. III Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad.

Contursi, M. E., y Ferro, F. (2006). *La narración: usos y teorías*. Bogotá, Colombia: Norma.

Díaz Noci, J. y Salaverría Aliaga, R. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona, España: Ariel

Escobar, P. (2020). *La crónica en medios digitales a partir del relato experiencial: Una mirada a "La Barra Espaciadora"* Estudios Working Papers, 7(166-182), 701-715. Recuperado a partir de <http://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/217>

García Avilés, J. (2017). *70 géneros periodísticos en los formatos visuales de Twitter*. Recuperado de <https://medium.com/@jagaraviles/70-g%C3%A9neros-period%C3%ADsticos-en-los-formatos-visuales-de-twitter-c0361a044375>

González, D.A. (2015). *Periodismo escrito (II): los géneros interpretativos*. Madrid, España: Centro de Estudios Financieros

Grijelmo, A. (1997). *El estilo del periodista*. Madrid. España: Editorial Taurus.

Herrero, A. (2000). *Narrativas Híbridas: Parodia y posmodernismo en la ficción contemporánea de las Américas*. Madrid, España: Verbum

Kapuscinski, R. (2000). *Ébano*. Barcelona, España: Anagrama.

Martínez Arias, S.M., Y Díaz Arias, R.(2016) *Docuweb: Pautas y metodologías para la creación de un nuevo género periodístico*. Zer. Revista de estudios de comunicación 21 (41),71-91, <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17263>



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Mitchelstein, E y Boczkowski, P. (2017). *Titulares, hashtags y videojuegos: la comunicación en la era digital*. Buenos Aires: Manantial

Navarro Zamora, L. (septiembre-noviembre 2013). *La interactividad en los géneros periodísticos de los cybermedios*. Razón y palabra, 84. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N84/V84/09_Navaro_V84.pdf

Orozco, G., & González, R.(2011) *Una coartada metodológica: Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación*. México, DF: Productora de Contenidos Culturales

Parra-Valcarce, D. (2017). *La apuesta de los nativos digitales españoles por los géneros periodísticos de análisis: Los casos de Ctxt y Bez Diario*. En. Congreso universitario intl sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy. Madrid, 25-26 de octubre.

Ramirez Gelbes, S. (2018). *El discurso híbrido. Formas de escribir en la web*. Buenos Aires, Argentina: Ampersand

Renó, D., & Flores, J.(2012). *Periodismo Transmedia*. Madrid: Fragua

Rincón, Omar. (2013). *El periodista DJ es el medio*. En Calidad informativa. Escenarios de post crisis. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

Rodríguez, Jaime Alejandro. (2009). *Asedios a la narrativa contemporánea*. En: Cuaderno de literatura (26, julio–diciembre). Bogotá, Colombia: Universidad Javeriana.

7-Planificación y Gestión de Proyectos Periodísticos Digitales

Objetivos:

- Conocer fundamentos y paradigmas de la planificación de proyectos socioculturales.
- Aplicar herramientas de planificación estratégica y participativa en gestión de proyectos periodísticos digitales.
- Formular indicadores de evaluación de un proyecto de medio periodístico digital.
- Valorar el uso de herramientas digitales para la planificación y gestión de proyectos.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

-
- Diseñar instrumentos de gestión de un proyecto periodístico digital.
 - Describir y evaluar proyectos periodísticos “inmigrantes” y “nativos digitales” locales, regionales, nacionales y extranjeros.
 - Compartir y sistematizar experiencias de dirección y gestión de proyectos periodísticos digitales.

Contenidos mínimos:

Fundamentos de la planificación de proyectos socioculturales y productivos Paradigmas teóricos. multidisciplinariedad, creatividad, innovación y recursos humanos. Metodología de trabajo del pensamiento proyectual o “Design thinking”. Planificación por consensos. Conceptos de plan, programa, proyecto, portfolio. Funciones de planificación, auditoría y rescate. Metodología del marco lógico para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos y programas. Fundamentos. Niveles. Identificación de problemas, situación deseada. Análisis de los involucrados, de objetivos, de estrategias. Técnicas para la identificación y análisis de problemas. Estructura analítica de proyectos. Formulación de indicadores. Técnicas para medir resultados. Definición de supuestos y riesgos. El seguimiento o monitoreo en la ejecución de proyectos. Tipos de evaluación. Planes de monitoreo y evaluación de resultados. Establecimiento de alternativas para la viabilidad de un proyecto. Técnicas para la recopilación de información. Financiamiento de proyectos: Estrategias tradicionales y emergentes. Variables y estructura del financiamiento. Cálculos de costos, ingresos y ganancias. Recursos digitales en planificación y evaluación de proyectos. Caracterización de los proyectos periodísticos digitales. Diseño de los instrumentos de gestión de un proyecto periodístico digital. Competencias, definición de roles y tareas, cronogramas y canales. Dependencia de tareas. Objetivos y metas comunicacionales y organizacionales. Audiencias, usuarios, alianzas, competencias. Selección de soportes, formatos, géneros, plataformas, agendas. Descripción y análisis de estrategias exitosas en gestión de proyectos de periodismo digital inmigrantes y nativos. Análisis de tendencias. Estrategias de autogestión en periodismo digital.

Actividades de formación práctica:

En el taller los/las estudiantes compararán paradigmas y modelos de planificación y gestión, y ensayarán la aplicación de técnicas de planificación estratégica a casos concretos. Se analizarán casos de planificación participativa de medios digitales. Se prevé la organización de foros y



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Económica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

entrevistas con administradores de medios autogestionarios y otros medios periodísticos emergentes, “nativos digitales”. A nivel grupal en el taller se diseñarán variables e indicadores de monitoreo y evaluación de resultados en gestión de proyectos periodísticos con asistencia de recursos digitales y se analizarán las estrategias de financiamiento.

Modalidad de evaluación:

Para la evaluación del proceso se tendrá en cuenta la participación en las actividades previstas para cada momento del taller. Para la evaluación final los/las estudiantes deberán presentar un anteproyecto de creación de un medio periodístico digital o la evaluación de un proyecto periodístico. La presentación requerirá una fundamentación que integre los conceptos y herramientas estudiados. Se ponderarán la flexibilidad, el nivel de desagregación de las variables del proyecto y su orientación hacia el plan de Trabajo Final de Maestría.

Bibliografía:

Ajenjo, A. D. (2005). *Dirección y gestión de proyectos: un enfoque práctico*. Madrid, España: RA-MA.

Bárcena, S., Lerma y Kirchner, A. (2012). *Planeación estratégica por áreas funcionales - guía práctica*. España: Alfaomega.

Benitez Larghi, S., Lemus, M., Moguillansky, M., y Welschinger Lascano, N. (2014). *Más allá del tecnologicismo, más acá del miserabilismo digital. Procesos de co-construcción de las desigualdades sociales y digitales en Argentina contemporánea*. Revista Ensamblés. Año 1 número 1

Cohen, E., y Franco, R. (2007). *Evaluación de proyectos sociales*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.

Fundación Luis Vives (2005). *Manual de ayuda para la formulación de proyectos sociales*. Madrid

Knowledge Foundation (2013): *Organizational Project Management Maturity*



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Model, [Modelo de madurez de gestión de proyectos organizacionales]. Publisher: Project Management Institute

Lopez García, G. (2015). *Periodismo digital : Redes, audiencias y modelos de negocios*. España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones:

Martinell Sempera, A.(2001). *Diseño y elaboración de proyectos de cooperación cultural [en línea]*. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Disponible en: www.oei.es

Montoya Molina, P. (2002). *Manual para la gestión de proyectos*. Almería, España: Servicio de Organización y Racionalización Administrativa: Universidad de Almería

Naciones Unidas (2005-07). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas* (Serie Manuales, CEPAL N 42).

Patrignani, V.(2014). *Cómo viven los medios digitales Modelos de negocio de The New York Times, The Guardian y Lanacion.com*. Buenos Aires: Universidad de Palermo

Pérez Serrano, G. (2004). *Elaboración de proyectos sociales. Casos prácticos*. Madrid, España: Narcea.

Piscitelli, A. (2009). *Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana:

Polo Pujadas, M. (2011). *Creación y gestión de proyectos editoriales en el siglo XXI*. España: Ediciones de la Universidad de Castilla.

Project Management Institute (2004). *Guía de los Fundamentos de la Dirección de Proyectos*. Tercera Edición. Newton Square-Philadelphia: PMI.

Rivera, F. (2010). *Administración de Proyectos: Guía para el Aprendizaje*. México: Pearson.



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2003). *El plan estratégico en la práctica* - 2ª ed. España: ESIC

Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., y Elbert, R. (2010). *Manual de metodología*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros.

Taleb, N. (2009). *El cisne negro. El impacto de lo altamente improbable*. Buenos Aires: Paidós.

Rivoir, A., Morales, M. [Coordinadoras] *Tecnologías digitales: Miradas críticas de la apropiación en América Latina* (Noviembre de 2019). Buenos Aires, Argentina: CLACSO.

Tjahjana, L., Dwyer, P., y Habib, M. (2009). *The Program Management Office Advantage: A Powerful and Centralized Way for Organizations to Manage Projects*[La ventaja de la oficina de la administración de programas. Una manera poderosa y centralizada para que las organizaciones administren proyectos]. Londres, Inglaterra : Amacom Books .

Vasilachis De Gialdino, I. (2006) *Estrategias de Investigación cualitativa*. Barcelona, España: Gedisa

Vieytes,R. (2004). *Metodología de la Investigación en Organizaciones, Mercado y Sociedad. Epistemología y Técnicas*. Buenos Aires, Argentina: Ed De las ciencias

Welschinger, N.(2016). *La llegada de las netbooks. Etnografía del proceso de incorporación de las nuevas tecnologías al escenario escolar a partir del Programa Conectar Igualdad en La Plata (2011- 2015)* [Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales]. La Plata: Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata.

Winocur, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular: La conexión como espacio de control de la incertidumbre*. México D. F: Siglo XXI.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

8- Narrativas digitales

Objetivos:

- Experimentar la producción de informaciones periodísticas con los recursos narrativos que posibilitan los recursos de internet.
- Fortalecer competencias para el trabajo multidisciplinario en la redacción para múltiples plataformas.
- Crear contenidos para múltiples plataformas orientados audiencias específicas.
- Valorar la importancia del dispositivo móvil como primera pantalla de contacto con la información periodística.
- Analizar la experiencia de usuarios de relatos periodísticos a través de recursos interactivos.

Contenidos mínimos:

Transformaciones de las estrategias de la comunicación y la información en el siglo XXI. Saturación informativa y cultura digital. Nuevas experiencias de consumo de contenidos informativos. Videoperiodismo en multiplataformas. Innovaciones en los lenguajes periodísticos. newsgames, periodismo inmersivo y realidad aumentada. Innovaciones en los contenidos digitales. Discurso audiovisual, narrativa multimedia y cultura digital. Nuevas fórmulas narrativas en el periodismo especializado. Narrativas, aplicaciones y redes sociales. Transmedialidad de la no ficción. La experiencia del usuario como objetivo. La Posibilidades de distribución, profundización, serialización de las historias, inmersión, subjetividad y honestidad de los periodistas en el relato, usabilidad de la narración, apelación a la acción. Pluralidad y contextualización de la historia transmediática de no ficción. Hiper narraciones y transmedialidad. Descentramiento mediático y monopolización editorial. Narrativas para pantallas pequeñas: mobile first y diseño responsive. Narración como experiencia colaborativa y participativa. El género del reportaje transmediático. Diferentes tipos y diversidad de modalidades narrativas.

Actividades de formación práctica:

Los/las estudiantes organizados en grupos desarrollarán el proceso completo de creación de un relato de no ficción adaptable a las diferentes pantallas, orientado a audiencias específicas. Contarán con apoyo bibliográfico y documental y el asesoramiento de expertos invitados en diseño web. Fijarán



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

los niveles de interactividad, plataformas intervinientes y herramientas para la evaluación de la experiencia de los lectores/usuarios. Las historias se publicarán en el medio digital interactivo de la maestría.

Modalidad de evaluación:

Cada grupo expondrá durante el taller los avances de la producción en momentos pautados por el equipo docente. La producción final de los/las estudiantes será evaluada de acuerdo a una grilla de análisis elaborada en el taller. Para la calificación se tendrán en cuenta las valoraciones de los lectores/usuarios.

Bibliografía:

Bacallao, R.F.(2003). *Educación a Distancia, Internet y herramientas de apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje*. Universitas Tarraconensis. Revista de Ciències de l'Educació, 77-86. España

Alva de la Selva, R. (2015). Los nuevos rostros de la desigualdad en el siglo XXI: la brecha digital. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*.

Beeson, M.(2005). *Cross Media Narrative* [Narrativa de medios cruzados]. Recuperado de: http://ncca.bournemouth.ac.uk/gallery/view/45/CrossMedia_Narrative

Branch, J. (2012.) *Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek* [Caída de nieve:La avalancha en túnel Creek]. The New York Times Projects: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snowfall/>

Campalans, C. (2012).Reseña de Renó, D. y Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Madrid: Fragua

Carrión, J. (2013): *Periodismo expandido*. Ponencia presentada en VI Jornadas de Periodismo y Literatura (conferencia). Universidad San Jorge, Zaragoza, 8 de mayo.

Flores, J. y Salinas, C. (2012): *Sinergias en la construcción del Nuevo Periodismo derivadas del Data Journalism y el Transmedia Journalism*.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Medios
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Ponencia presentada en III Congreso Internacional de Comunicación 3.0 .Salamanca:

http://www.2ip.es/wpcontent/uploads/2013/01/sinergias_construccion_nuevoperiodismo.pdf

Franco, M. *Un nuevo camino para la narración multimedia* .en el blog Marta Franco: Ideas para comunicar en la nube.

<http://martafranco.es/un-nuevo-camino-para-la-narracion-multimedia/>

Guarinos, V., y Sedeño, A. (Coords).(2013). *Narrativas audiovisuales digitales. Convergencias de medios, multiculturalidad y transmedia*. Madrid, España: Fragua.

Irala Hortal, P. (2014). *Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático. Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 20, Núm. 1 (enero junio), págs.: 147-158. Madrid, España: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling* [Narración transmedia. Mover personajes de libros a películas y videojuegos puede hacerlos más fuertes y atractivos]. Recuperado de:

<http://www.technologyreview.com/news/401760/transmediastorytelling/>

Looney, M. (2018): *5 Tips for Transmedia Storytelling*. En: <http://www.pbs.org/mediashift/2013/01/5tipsfortransmediastorytelling030>

López, D. (2003). *El consumo crítico de los medios de la juventud y el lenguaje de la discreción como propuesta pedagógica*. Palabra Clave, (9), 2-16.

Barbero, J. (1993). *La comunicación en las transformaciones del campo cultural*. ALTERIDADES, 3 (5), 59-68 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa Distrito Federal, México

Michael (2005). *CrossMedia Narrative* [Narrativa de crossmedia] Bournemouth University, en:

http://ncca.bournemouth.ac.uk/gallery/view/45/CrossMedia_Narrative

Moloney, K.(2012). *Transmedia Journalism in 499 Words* [Periodismo transmedia en 499 palabras] en:



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

<http://transmediajournalism.org/2012/11/06/transmediajournalismin499words/>

Peñañiel, C. (2015). *La comunicación transmedia en el campo del periodismo. Supervivencia en el ecosistema digital*. Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación, (100), 84-87. Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero100/supervivencia-en-el-ecosistema-digital/>

Robledo, K., Atarama, T. y Palomino, H. (2017). *De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 23(1)

Scolari, C. (16 de Abril de 2013). *Evolución de los medios: las relaciones peligrosas*.

<http://hipermediaciones.com/2013/04/16/evolucion-de-los-medios-las-relaciones-peligrosas/#more-2959223-240>. doi: 10.5209/ESMP.55593

9- Documentación digital

Objetivos:

- Reconocer y valorar las fuentes de información para la investigación periodística en entornos digitales.
- Coordinar trabajos de investigación periodística en colaboración con usuarios.
- Producir investigaciones periodísticas con recursos hipermediáticos e interactivos.
- Identificar tendencias, consumos, intereses de las audiencias y modalidades de consumo del periodismo de investigación en internet.

Contenidos mínimos:

Protocolos de búsqueda y acceso a fuentes de información en redacciones digitales. Modelos de búsqueda, recorte de criterios y filtros. Acceso a la autoría e información de contacto. Redes sociales como fuentes de información y documentación. Funcionalidades, espacios y modalidades del periodismo de investigación en el ecosistema de medios y plataformas digitales. Validez de las herramientas clásicas. Centros de documentación públicos y privados.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Ecosistema Mediático de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC N° 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Valoración de documentos y tipos de dominio. Otras variables para la valoración: autoría, vigencia, finalidad, rigor, consistencia, intencionalidad, diseño, relevancia, derechos de autor. Valoración conjunta. Los datos. Concepto de dato. Uso de los datos y su verificación. Centros de datos. Las múltiples interpretaciones de los datos y su uso en contextos específicos. La articulación de los datos, los hechos y la conformación de una historia narrada. Narrar con textos, audios, imágenes y videos en investigaciones periodísticas. El uso de archivos públicos y privados en la investigación periodística. Los datos estadísticos como fuente periodística. Concepto de info estadística en el trabajo de investigación. Acceso y uso a repositorios y bibliotecas digitales. Sistema nacional de repositorios digitales. Recursos digitales de texto completo. Documentación a través de usuarios.

Actividades de formación práctica:

Los/las estudiantes explorarán, clasificarán y sistematizarán tipos de fuentes documentales digitales. Se accederá a diferentes repositorios y bibliotecas. Durante el cursado del taller se experimentará con aplicaciones para la visualización y presentación de datos, se ensayarán técnicas de documentación colaborativa con los lectores/usuarios y se abordará el estudio de casos.

Modalidad de evaluación:

La evaluación del proceso se realiza con la puesta en común de las observaciones realizadas y de las experiencias compartidas en la sistematización de las fuentes de información documentales. La evaluación final consiste en una producción periodística de carácter investigativo, que ponga en evidencia los criterios de selección de fuentes documentales, el uso de recursos hipermediáticos y las estrategias de visualización de datos para audiencias específicas. Los contenidos generados se subirán al portal informativo de la maestría.

Bibliografía:

Barbosa, S. R.(1999). *Contrahistoria y poder. Teorías, ejes y registros informales en historia*. Buenos Aires, Argentina: Leviatán

Caballero, R.y Martín, E. (2015). *Las bases del Big Data*. Madrid: Los libros de la catarata.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Calvo, B. (2012). *El uso de las redes sociales por parte del movimiento 15 M: Antecedentes y marco teórico*. Estudios de Tecnología y Comunicación:

<http://teccomstudies.com/articulos/file/72> el uso de las redes sociales por parte del movimiento

Caminos Marcet, J. M. (1997). *El periodismo de investigación*. Madrid, España: Editorial Síntesis.

Candón, J. (2014). *La batalla de la agenda: De las redes sociales a la agenda mediática, política y electoral*. En Estudios de Tecnología y Comunicación: TecCom Studies, 4, 217–227.

Dader, J. L. (1997). *Periodismo de precisión: vía socioinformática para descubrir noticias*. Cap. 1. Madrid: Síntesis.

Flores, J. (2011). *Reinventar el periodismo y los medios*. Madrid, España: Fragua

Fuentes, A. D. (2000). *Nuevas reglas de juego en el periodismo*. Año 3, Volumen 2 (23). En www.saladeprensa.org

Gorriti, G. (6 de Agosto de 2010). Periodismo de investigación y defensa personal. Año 11 (6). En: <http://www.saladeprensa.org/art1029.htm>

López-Gil, K. (2016). *Prácticas de lectura digital de estudiantes universitarios*. Enseñanza & Teaching, 34(1), 57-92. Recuperado de: <http://revistas.usal.es/index.php/0212-5374/article/view/et20163415792/0>

Manual de verificación para la desinformación y manipulación de los medios. Centro Europeo de Periodismo. Centro europeo de periodismo. Ed. Silverman Craig. Recuperado de: http://verificationhandbook.com/book_es/

Manual de verificación para reportes de investigación. Una guía de técnicas de búsqueda e investigación en línea para usar UGC e información de código abierto en investigaciones. Centro Europeo de Periodismo. Ed. Silverman Craig. Recuperado de: http://verificationhandbook.com/book_es/

Mark, B. (2007). *Periodismo 2.0. Guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*. J-Lab, Knight Center y Universidad de Maryland. Recuperado de: https://knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Contenidos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD/FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Martini, S. y Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Buenos Aires, Argentina: Biblos

Méndez Suarez, M. (2018). *Análisis de datos con R. Técnicas descriptivas bivariantes y multivariantes básicas*. Buenos Aires: Alfaomega

Narcea. Sevillano, M.L. y Vázquez, E. (2015). *Modelos de Investigación en contextos ubicuos y móviles en Educación Superior*. Mc Graw Hill, Madrid: España

Posetti, J, y Matthewsna, A. (2019). *Breve guía de la historia de las «noticias falsas» y la desinformación*. Editor: Centro de Formación en Periodismo Digital.

Recuperado de:

<https://www.cfpdudgvirtual.org/una-breve-guia-de-la-historia-de-las-noticias-falsas-y-la-desinformacion/>

Rodríguez, P. (1994). *Periodismo de investigación: técnicas y estrategias*. Cap. 1 Barcelona, España: Paidós

Secanella, P. (1990). *Periodismo de investigación*. Editorial Tecnos, Madrid, España: Tecnos

Sevillano, M.L. (2015). *El contexto socioeducativo de la ubicuidad y la movilidad*. En E. Vázquez y M.L. Sevillano (Eds.). Dispositivos digitales móviles en educación (pp. 17-38). Madrid, España: Narcea.

Torre, A. (Noviembre de 2005). *Un abordaje científico y sistémico del periodismo de investigación*. Año 7 , 3. En. <http://saladeprensa.org/>

Torres, N.(2014). *Hacia una política integral de gestión de la información pública. Todo lo que siempre quisimos saber sobre archivos (y nunca nos animamos a preguntarle al acceso a la información)*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad der Palermo.

Wallraff, G. (2000). *El periodista indeseable*. Barcelona, España: Anagrama



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de la Información
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

10- Innovaciones en Periodismo Digital :

Objetivos:

- Identificar áreas y niveles de innovaciones en empresas y emprendimientos periodísticos.
- Describir las características y la potencialidad de los modelos de innovación en financiamiento de proyectos periodísticos digitales.
- Organizar la vinculación entre las tecnologías requeridas y necesidades de innovación de un proyecto periodístico digital.
- Aplicar técnicas de marketing de contenidos en la gestión de proyectos periodísticos.

Contenidos:

Vinculación entre tecnología e innovaciones en el ámbito periodístico. Posibilidades y desafíos en la innovación periodística digital. Análisis de experiencias. Aspectos técnicos, metodológicos y expresivos desde la teoría y la práctica. Periodismo enfocado en audiencias. Áreas de la innovación: a) productos y formatos de la narración. Sistemas de gestión de contenidos, extensión de formatos, entrevistas en video, producción de webdocs, otros. b) métodos de distribución: creación de bases de datos abiertas, distribución en redes sociales c) organización del medio: equipos multidisciplinarios de periodistas y técnicos, retroalimentación de proyectos, generación simultánea de contenidos, descentralización de redacciones. d) modelos de negocio y financiamiento: nichos de mercado. Análisis de las políticas de muros de pago y de asociaciones de usuarios, innovaciones en anuncios y patrocinio. Otros sistemas de recaudación de fondos para proyectos periodísticos digitales. Relación del medio con socios, clientes y usuarios. Marketing digital y de contenidos en el periodismo digital. Estrategias de copywriting para medios nativos digitales y audiencias nativas digitales. Transversalidad de las innovaciones tecnológicas. Formulación y análisis de indicadores de innovación y de impacto. Laboratorios periodísticos.

Actividades de formación práctica:

A partir del estudio de casos, los/las estudiantes generarán un repertorio de los ámbitos de innovación en proyectos de periodismo digital, sistematizarán los diferentes momentos en el desarrollo de innovaciones periodísticas, analizarán



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Contenidos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

la creciente bibliografía y documentación sobre el tema, participarán de entrevistas a coordinadores, directores o responsables de estos proyectos. Durante el cursado del taller se diseñarán indicadores de innovaciones para la descripción y el análisis de proyectos periodísticos digitales.

Modalidad de evaluación:

La evaluación del proceso incluirá la observación del trabajo grupal y los aportes individuales sobre las lecturas de la bibliografía del taller y el proceso de análisis documental. La evaluación final del taller consiste en el desarrollo de una innovación que los estudiantes implementarán en el portal informativo de la maestría. La actividad estará respaldada en un texto que deberá incluir al menos: fundamentación de la innovación, secuencia de la implementación, indicadores de evaluación y bibliografía.

Bibliografía:

Alonso del Barrio, E. (2013). *Interactividad y participación en los medios adaptados para tabletas: las posibilidades del periodismo 3.0*. Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 19,35-44 Departamento de Periodismo I. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid.

Recuperado de

<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/41959/39960>

Barredo Ibañez, D.; Colussi, J.; Ortiz Leiva, G. (2017). *Innovación y periodismo. Nuevas prácticas para nuevos escenarios*. Rosario, República Argentina: Universidad Nacional de Rosario.

Canavilhas, J. (2007). *Webnoticia. Propuesta de Modelo Periodístico para la www*. Covilhã, Portugal: Livros LabCom

Coll Rubio, P. (2019). *El marketing de contenidos en la estrategia de growth hacking en la nueva economía. Los casos de Wallpop, Westwing y Fotocasa*. adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, (17), 105-116. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2019.17.7>

De Matías Batalla, D. (2018). *Marketing para las organizaciones del S. XXI*. España: Alcalá grupo editorial.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Contenidos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Díaz Nosty, B. (coord.) (2017). *Diez años que cambiaron los medios 2007-2017*
https://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-it-em-publicaciones/itempubli/602/

Ellis, S. (2018). *El método Hacking growth: qué hacen compañías explosivas como Facebook, Airbnb y Walmart para ser líderes del mercado*. México: Conecta.

Ford, S., Green, J. y Jenkins, H. (2015). *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Madrid, España: Gedisa.

García-Avilés, A., Carvajal, M., y Comín, M. (2016). *Cómo innovar en periodismo. Entrevistas a 27 profesionales*.
https://www.researchgate.net/publication/312187586_Como_innovar_en_Periodismo_Entrevistas_a_27_profesionales

García-Avilés, J.A., Carvajal Prieto, M. y Arias Robles, F. (2018) *Implantación de la innovación en los cybermedios españoles: análisis de las percepciones de los periodistas*. Revista Latina de Comunicación Social, 73 , pp. 369 a 384

Gaudenzi, S. (2013). *The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary*. (Tesis Doctoral). Recuperado de <http://research.gold.ac.uk/id/eprint/799>

Gosciola, V. (2012). *Narrativa transmídia: conceituação e origens*. En Campalans, C.; Renó, D. & Gosciola, V. (2012). *Narrativa transmedia: entre teorías y prácticas*. Bogotá, Colombia: Editorial Universidad del Rosario.

Igarza, R. (2010). *Burbujas de Ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

Iribarren, L. (2012). *Identidades y memorias en documentales argentinos*. En Del Coto, M. y Varela, G. (eds.) (2012). *Ficción y no ficción en los medios*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Irigaray, F. (2014). *La ciudad como plataforma narrativa: El Documental Transmedia Tras los pasos de El Hombre Bestia*. En Irigaray, F. y Lovato, A. (eds.) (2014). *Hacia una comunicación transmedia*. Rosario, Argentina: UNR Editora. Recuperado de <http://hdl.handle.net/2133/3610>



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Irigaray, F. (2015): *Periodismo Transmedia: Nuevas posibilidades narrativas y de experiencia de usuario*. En Roitberg, G. y Piccato, F. (coords.) (2015): *Periodismo disruptivo. Dilemas y estrategias para la innovación*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones – Stella.

Jimenez, C. (2016). *Cientes Globales. Claves para conectar con el consumidor en la red*. Profit: España

Jenkins, H. (2001). *Convergence? I Diverge*. *Technology Review*, 104, 5, 93.

Recuperado de

http://phase1.nccrtrade.org/images/stories/jenkins_convergence_optional.pdf

Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling*. En *Technology Review*.

Recuperado de

<http://www.technologyreview.com/news/401760/transmediastorytelling/>

León, J. C. (2012). *La publicidad me gusta: el marketing más social*. Madrid: El Viso Media.

Lovato, A. (2015). *Del periodismo multimedia al periodismo transmedia. Guiones para pensar nuevas narrativas*. En F. Irigaray & A. Lovato (Eds.) *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías* (pp. 33–52). Rosario, Argentina: UNR Editora

Lovato, A. (2016). *Guión transmedia en narrativas de no ficción*. En F. Irigaray, y Reno, D. (comps.) (2016). *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas*. Buenos Aires, Argentina: Editorial La Crujía.

Martínez Pastor, E., Nicolás Ojeda, M. A. (2016). *Comunicación, Publicidad e Imagen. Publicidad Digital. Hacia una integración de la planificación*. Alfaomega Grupo Editor Argentino: Buenos Aires

Nafría, I. (2017). *La reinención de The New York Times. Cómo la ‘dama gris’ del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil*. Austin, Texas: Knight Center

Punto de inflexión. Estudio de emprendedores de medios digitales latinoamericanos de Sembramedia. <http://data.sembramedia.org/?lang=es>



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

Rivoir, A.L, Morales, M.J. (2019). *Tecnologías digitales: miradas críticas de la apropiación en América Latina*: Buenos Aires: Biblioteca CLACSO

Toro Castaño,P., Rey Beltrán,G., Cabrales Rojas, R., y Barragán Falla, C. (2018). *La Babel digital. Pistas para un periodismo emprendedor*. Bogotá, Colombia: Consejo de Redacción.

SEGUNDO AÑO

TERCER SEMESTRE

11- Producción Transmedial:

Objetivos:

- Comprender las nuevas formas de creación de contenidos en su relación con las nuevas subjetividades.
- Desarrollar un proyecto transmediático desde la formulación de objetivos hasta la presentación.
- Coordinar procesos de articulación mediática en la producción de informaciones periodística
- Reconocer las diferentes posibilidades del diseño en narrativas transmedia. - Establecer funciones y campos de actuación profesional en proyectos transmedia

Contenidos mínimos:

Narrativas transmedia, textualidades lineales y no lineales. Características del transmedia. Estructuras convergentes. Guía de producción para proyectos transmedia; Diferencias entre el diseño multimedia, crossmedia y transmedia. Planificación y documentación para la producción. Requerimientos generales de un proyecto transmedia: Tratamiento, Especificaciones Funcionales, Especificaciones de Diseño, Especificaciones de Negocio y Marketing. Diferentes potencialidades de medios, soportes y lenguajes. Diseño para todas las pantallas. La identidad visual y el diseño de interacción en las estrategias transmedia. Nuevas formas narrativas en la red: fanfiction, webdocs,



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

webseries, movisodios y producción colaborativa. Transmedia para móviles y georreferencialidad. El proceso de diseño transmedia. Desde el planteamiento de objetivos hasta la presentación final del producto. Las ventanas iniciales. Fórmulas para construir narraciones no lineales y participativas. paralelismos y guionados de las historias. Huecos estratégicos y pistas migratorias como herramientas narrativas. Estructura lúdica transmedia. Constelación de recompensas. Antecedentes y desarrollos narrativos transmediáticos en Argentina. Análisis de los consumos transmediáticos

Actividades de formación práctica:

El taller prevé que los/las estudiantes indaguen en la bibliografía específica y describan documentos transmediáticos, entrevisten a realizadores y participen como usuarios en proyectos transmedia seleccionados por el equipo docente. Para la realización de un proyecto transmedia, durante el taller se definirán objetivos, puntos de entrada, la serialidad, se describirán y caracterizarán audiencias, se analizarán y seleccionarán modelos de financiamiento.

Modalidad de evaluación:

La evaluación del proceso se desarrolla durante la elaboración del proyecto transmedial. Se ponderan la coordinación grupal y los aportes individuales para la concreción del proyecto. Para aprobar el taller los/las estudiantes presentarán un producto transmedia que será evaluado teniendo en cuenta: compromiso logrado de los usuarios, serialidad de segmentos y de medios, nivel de exploración de las subjetividades e interactividad logrados.

Bibliografía:

Acuña, F. y Caloguerea, A. (2012). *Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas*. Santiago de Chile: Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Foucault, M. (2005). *Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas*. Siglo XXI: México

Frasca, G. (2003). *Simulations Versus Narrative* [Simulación versus narración]. Routledge: New York



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC N° 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Gosciola, V. (2012). *Narrativas transmedia. Entre teorías y prácticas*. Bogotá, Colombia: Editorial Universidad del Rosario.

Gambarato, R. (2013). *Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations* [Proyectos de diseño transmedia: Consideraciones teóricas y analíticas]. *Baltic Screen Media Review 2013 Volume 1: Issue 1* DOI: <https://doi.org/10.1515/bsmr-2015-0006> | Published online: 05 Dec 2015

Giovagnoli, M. (2017). *The Transmedia Way: A Storytellers, Communicators and Designersll Guide to the Galaxy*. [El camino transmedia: Una guía de narradores, comunicadores y diseñadores: Guía de la galaxia] Carnegie Mellon University: ETC Press.

Guzmán, P. (1997). *El guion en el cine documental*. Montreal, Canadá.

Recuperado de

[https://www.patricioguzman.com/es/articulos/29\)-elguion-en-el-cine-documental](https://www.patricioguzman.com/es/articulos/29)-elguion-en-el-cine-documental)

Hayes, G. (2011). *How to write a transmedia production bible*. Australia: Screen Australia. Recuperado de <http://videoturundus.ee/bible.pdf>

Harvey, C.(2015). *Fantastic Transmedia: Narrativa, juego y memoria en mundos de ciencia ficción y fantasía*. Basingstoke: Palgrave MacMillan. ISBN 978-1-137-30603-6.

Irigaray, F. (2016). *Documental transmedia: narrativas espaciales y relatos expandidos*. En Irigaray, F. y Renó, D. (comps.) (2016): *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas*. La Crujía: Buenos Aires, Argentina:

Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós.

Lévy, P. (2004). *Inteligencia Colectiva. Por una antropología del ciberespacio*.

Recuperado de:

<http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Lovato, A. (2015). *Del periodismo multimedia al periodismo transmedia. Guiones para pensar nuevas narrativas*. En F. Irigaray & A. Lovato (Eds.), Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías (pp. 33–52). UNR Editora: Rosario, Argentina

Lovato, A. (2016). *Guión transmedia en narrativas de no ficción*. En F. Irigaray, y Reno, D. (comps.) (2016). Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas. Buenos Aires: La Crujía.

Lovato, A. (2017). *Guión y diseño de contenidos para la post convergencia*. En Aparici, R. y García Marín, D. (coords.) (2017). ¡Sonríe, te están puntuando! Narrativa digital interactiva en la era de Black Mirror.(pp. 165-180). España: Gedisa.

Manovich, Lev (2001). *The Language of New Media* [El lenguaje de los nuevos medios] Cambridge: M.I.T. Press..

Mora-Fernandez, J. I. (2009). *La interfaz hipermedia: el paradigma de la comunicación interactiva. Modelos para implementar la inmersión juvenil en multimedia interactivos culturales*. (Videojuegos, cine, realidad aumentada, museos y web). Madrid, España: Fundación Autor.

Mora-Fernández, J. I. (2017). *Elementos Narrativos que Sirven para Generar Convergencias e Inteligibilidad en Narrativas Transmediáticas o Narrativas Interactivas Lineales*, Icono 14, volumen 15 (1), 186-210. doi: 10.7195 /ri 14.v15i1.1032

Moreno Sánchez, I. (2002). *Musas y Nuevas Tecnologías: El relato hipermedia*. Barcelona, España: Paidós Comunicación:

Pratten, R. (2015). *Getting Started with Transmedia Storytelling. A practical guide for beginners* [Introducción a la narración transmedia. Una guía práctica para principiantes]. 2da edición. En: <https://www.createspace.com/5655357>

Reno, D. (2014). *Formatos y técnicas para la producción de documentales transmedia*. En Irigaray, F y Lovato, A. (eds.) (2014). Hacia una comunicación transmedia. Rosario, Argentina: UNR Editora. Recuperado de <http://hdl.handle.net/2133/3610>



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

12- Periodismo de Datos :

Objetivos:

- Comprender la importancia del análisis y visualización de datos en el periodismo del siglo XXI.
- Diseñar políticas de uso de datos para redacciones digitales y medios de comunicación.
- Ejecutar el manejo de herramientas de análisis y visualización de datos
- Profundizar en el conocimiento de habilidades estadísticas, de diseño y de programación.
- Orientar las innovaciones en uso de datos a la mejora de la calidad de productos periodísticos

Contenidos mínimos:

Análisis de impacto del periodismo de datos en las organizaciones informativas. Periodismo de precisión de Philips Meyer. Fundamentos, ventajas y oportunidades en el uso de datos. Interés público de datos y orientación de servicios a lectores. La filosofía de datos y gobiernos abiertos como orientadores facilitadores. Planificación de historias visuales a través de datos. Productos disponibles para la exploración, visualización y graficación de datos. Nuevas rutinas productivas. Minería de datos en periodismo. Redes sociales como fuentes de datos. Curación de contenidos. Recolección automatizada y procesamiento de información de fuentes públicas y privadas. Políticas de apertura de datos, búsquedas y construcción de interrogantes en las redacciones. Valor del uso de datos en el periodismo local. Derechos y deberes en la búsqueda de datos. Experiencias de data blogs. Estadística aplicada a la comunicación. Herramientas para la visualización de datos. Hojas de cálculo y bases de datos. Web scraping y programación. Visualización de historias periodísticas. Geografía de datos (mapping). Análisis de tendencias. Servicios de datos semi terminados para grupos con intereses específicos. Fuentes de financiamiento. Equipos interdisciplinarios en periodismo de datos. Desarrollo de periodismo de datos en República Argentina. Estudio de casos.

Actividades de formación práctica:

Los/las estudiantes consultarán la bibliografía del taller a fin de documentarse sobre el desarrollo del periodismo de datos, seleccionarán y analizarán datos para crear una historia o herramienta periodística, ensayarán técnicas de limpieza, cruzamiento, y de presentación-visualización de datos, se formularán



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Contenidos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

indicadores de calidad de las presentaciones. Explorarán software específico y se analizarán diferentes casos.

Modalidad de evaluación

La evaluación de proceso estará centrada en la participación en las actividades del taller. La evaluación final requiere la presentación y publicación en el portal informativo de la maestría de una información periodística diseñada a partir del procesamiento y la visualización de datos, la que será evaluada según indicadores de calidad generados durante el cursado.

Bibliografía:

Acuña, F, y Caloguerea, A. (2012). *Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas*. Pontificia Universidad Católica de Chile

Blanco Castilla, E. y Quesada, M. (2016). *Periodismo de Datos*. En Cuadernos Artesanos de Comunicación. Disponible en: <http://www.cuadernosartesanos.org/#112>

Diakopoulos, N. (7 de Noviembre de 2014). *Algorithmic Accountability: Journalistic investigation of computational power structures*. Digital Journalism [Responsabilidad algorítmica: investigación periodística de estructuras de poder computacional. Periodismo digital],3(3), 398-415

Flores, J. y Cebrián, M. (2012). *El data journalism en la construcción de mashups para medios digitales*. XIII Congreso Periodismo Digital. Zaragoza.

Gray, J., Bounegru, L., Chambers, L. (2013). *Manual de Periodismo de Datos*. European Journalism Centre - Open Knowledge Foundation. En: <http://hackshackers.com/>

Houston, Brant (2019). *Data Journalism*. In the *International Encyclopedia of Journalism Studies* [Periodismo de datos. En la Enciclopedia Internacional de

Irala Hortal, P. (2014) *.Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático*". En Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol. 20, Núm. 1 ; 147-158. Disponible en

<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/45224/42564>



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Contenidos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

Jenkins, H. (2009). *The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling* [La venganza del unicornio de origami: Siete principios de la narración transmedia] Disponible en <https://docs.google.com/document/d/1dWmrcRdd3Irpvh1mDy6W90TLJTGWiVLR5BKyHhDIU/preview>

Jenkins, H, Ford, S, y Green, J.(2015). *Cultura Transmedia: La Creación de Contenido y Valor en una Cultura en red* Barcelona, España: Gedisa

Mair, J.(2013). *Data Journalism*. Reino Unido: Abramis

Mariño, A. (2012). *La Relación del Periodismo de Datos Con Big Data y Open Data*. Madrid, España:Universidad Carlos III de Madrid. Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación.

Meyer, P. (1993). *The New Precision Journalism* [El nuevo periodismo de precisión]. Madrid, España: Bosch S.A

Perry, F., y Paz, M.I. (Ed)(2013) *Manual de Periodismo de Datos Iberoamericano*. Fundación Poderomedia. <http://manual.periodismodedatos.org/>

Ramonet, I. (2011). *La explosión del periodismo.*: Buenos Aires: Clave intelectual

Rampazzo Gambarato, R. (2018). *Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age* [Explorando el periodismo transmedia en la era digital]. USA: IGI Global

Revuelta Bayod, M. J. (2018). *“Big Data”: crisis y nuevos planteamientos en los flujos de comunicación de la cuarta revolución industrial*. Área Abierta, 18(2) 309–324. <https://doi.org/10.5209/arab.59521>

Tapia, A. (2017) *Big Data y Periodismo de datos*. Madrid: Editorial Universidad Internacional de La Rioja

Tena Spinoza de los Monteros, M.(2018). *Desarrollo de repositorios institucionales como estrategia nacional para el acceso abierto. El caso de México*. En Merlo Vega, J. (edit) Ecosistemas de acceso abierto. España: Editorial Universidad de Salamanca. Recuperado de ISBN 978-84-9012-774-2 , págs. 85-104



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

Zanchelli, M., y Crucianelli, S. (2017). *Integrando el periodismo de datos en las salas de redacción*. Knight International Journalism Fellowships. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/327256239/Integrando-El-Periodismo-de-Datos-en-Las-Salas-de-Redaccion>

13- Periodismo en Soportes Móviles

Objetivos:

- Identificar las implicancias de los soportes para la producción de contenidos
- Experimentar la expansión de alternativas periodísticas con aplicaciones basadas en soportes móviles.
- Diseñar procesos de trabajo en emprendimientos periodísticos digitales con el uso de dispositivos móviles.
- Investigar tendencias en la producción, uso y consumo de periodismo basado en tecnologías móviles.

Contenidos mínimos:

Orígenes y evolución del periodismo en soportes móviles. Tendencias. Tecnologías móviles. La cuarta pantalla. Transformaciones de las rutinas productivas con dispositivos móviles. Movilidad como factor diferencial en posibilidades de financiamiento y modelos de negocios. Impacto de los móviles en las rutinas periodísticas. Contenidos ubicuos y acceso permanente.. Comunicación vertical. Preproducción, producción, postproducción e Investigación móvil. Productividad y curaduría móvil. Planificación y monitoreo. Herramientas de seguimiento desde el móvil. Cobertura periodística móvil. Aplicaciones. Integración en redes sociales: imágenes, videos. Geolocalización. Nuevas narrativas en tiempo real. Formatos narrativos y lenguajes en el periodismo móvil. La infografía periodística en la cuarta pantalla. Reutilización y creación de nuevos contenidos en la narrativa radiofónica para dispositivos móviles. Realidad virtual como recurso inmerso en el periodismo digital móvil. Newsgames y construcción de narrativas audiovisuales interactivas en plataformas móviles. Análisis de producciones periodísticas para dispositivos móviles. Análisis del periodismo ciudadano. Análisis de recepción de contenidos informativos a través de dispositivos móviles. Participación y movilización de los usuarios. Espacios de comunicación ciudadana e hiperlocalidad.



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Contenidos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Actividades de formación práctica:

Durante el cursado del taller los/las estudiantes explorarán estudios sobre la integración de los dispositivos móviles en los procesos de comunicación de diferentes comunidades. Se prevé la organización de videoconferencias sobre desarrollo de experiencias, características de los contenidos, modelos de financiamiento, lenguajes y la experimentación a través de grabación, edición y distribución de contenido a través de aplicaciones para dispositivos móviles. Se analizarán las implicancias de las lógicas “first mobile” en las rutinas productivas y la circulación y el consumo de informaciones periodísticas.

Modalidad de evaluación:

Para la evaluación de proceso se considerarán los aportes de los /las estudiantes en la sistematización del campo de investigaciones sobre actores, actantes, audiencias y prácticas de periodismo en soportes móviles. La evaluación final del seminario consiste en la presentación de un informe individual en el que se evalúa o se implementa la introducción de los dispositivos móviles en el proceso de producción periodística de un proyecto concreto. La presentación podrá ser audiovisual y deberá incluir: fundamentación, marco de referencia, descripción de prácticas, recursos, y criterios para la evaluación de resultados.

Bibliografía:

Aguado, J. M., Feijóo, C. y Martínez, I. J. (Coord.) (2013). *La Comunicación Móvil, hacia un nuevo ecosistema digital*. Barcelona, España: Gedisa.

Alonso del Barrio, E. (2013). *Interactividad y participación en los medios adaptados para tabletas: las posibilidades del periodismo 3.0*. (pp. 35-44) Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol. 19 Núm. especial marzo (2013). Departamento de Periodismo I. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/41959/39960>

Amigo, M. (2018). *Guía de iniciación al periodismo móvil 2.0*. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/372050287/Gui-a-de-iniciacio-n-al-periodismomovil-2-0>



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Gestión de Contenidos
Facultad de Ciencias de la Información
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Anderson, C. W., Bell, E.; y Shirky, C. (2013). *Jornalismo Pós Industrial: adaptação aos novos tempos*. Revista de Jornalismo ESPM, abril-junho, pp. 30-89.

Arrabal-Sánchez, G., De-Aguilera-Moyano, M. (2016). *Comunicar en 140 caracteres. Cómo usan Twitter los comunicadores en España*. COMUNICAR, 24, 46, (9-17) <http://dx.doi.org/10.3916/C46-2016-01>

Benitez Vargas C.(2015). *Periodismo Digital 2.0, compatible con dispositivos móviles*. España: Editorial Académica Española.

Canavilhas, J., y Rodrigues, C. (Orgs.) (2017). *Jornalismo móvel: Linguagem, géneros e modelos de negócio*. [Lenguajes, géneros y modelos de negocio] LABCOM.IFP: Portugal: Universidade da Beira Interior

Cebrián Herreros, M. y Flores Vivar, J.M. (2012). *Periodismo en la telefonía móvil*. España: Ed. Fragua.

Colussi, J., Gomes-Franco e Silva, F., y Melani Rocha, P. (2018) .*Periodismo ubicuo: convergencia e innovación en las nuevas redacciones*. Rosario, República Argentina: Editorial Universidad de Rosario.

Díaz Rodríguez, E. Y Marrero Santana, I. (junio 2011): *Ciberperiodismo y telefonía móvil en América latina*. En Telos: Cuadernos de comunicación e innovación n° 87. Madrid, España: Fundación telefónica.

Di Doménica, S.(2013). *Periodistas que preguntan Por Qué*. Biblos: Buenos Aires. Argentina.

González Molina, S.; Canavilhas, J.; Carvajal Prieto, M.; Lerma Noriega, C., y Cobos, T. (2013): *Hacia el periodismo móvil*. Santiago de Chile: Comunicaciones iberoamericanas

Hill, S, y Bradshaw, P. (2018). *Mobile- First journalism: Producing News for Social and Interactive Media* [Periodismo móvil primero: Produciendo noticias



Lid. Jorge Guevara
Secretario de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

para los medios sociales e interactivos] 1ra Ed. Routledge: Londres.
DOI<https://doi.org/10.4324/9781315267210>

Irigaray, F. (ed.) (2015). *Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad*. 1 a ed. – Rosario: UNR editora

Irigaray, F. y Lovato, A. (eds.).(2017). *Comunicación post-convergente*. Rosario,Argentina: UNR Editora

Kader Flores, J., Dorat Contreras, A., Pérez Quinteros, P., Raby Coddó, M. Yy Zamorano Soto, A. (2013). *Entrar a la cuarta pantalla. Guía para pensar en móvil*. Santiago de Chile

Perez Tornero, J.M. (ed.) MartínPascual, M. A. (ed.) Fernandez-Garcia, M. (ed.) (2017) *Mojo. Manual de Periodismo móvil*. España: Editorial IORTV

Rose, D. (2014). *Enchanted Objects[Objetos encantados]*.Cambrige: Hardcover.

Robledo-Dioses, K. (2017). *Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión*. COMHUMANITAS: revista científica de comunicación, 8(1), 1-27.

Serrano, P. (2017) *.Transformación Digital de una Redacción y el Periodismo Móvil (Mojo)*. Barcelona, España: UOC

Stewart, P. (2017). *The Live-Streaming Handbook: How to create live video for social media on your phone and desktop* [El manual de transmisión en vivo: cómo crear videos en vivo para redes sociales en su teléfono y computadora de escritorio]Nueva York: Routledge.

14-Diseño Periodístico en Entornos Virtuales:

Objetivos:

-Adquirir destrezas en el uso de las herramientas de diseño necesarias para desarrollar un producto periodístico en Internet.

-Profundizar en los aspectos técnicos y tecnológicos necesarios para el diseño periodístico multiplataforma.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Periodismo y Ciencias de la Comunicación
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD\FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

- Reconocer la incidencia de las modalidades de consumo, nuevos públicos y modelos de negocios en el diseño periodístico.
- Formular propuestas de diseño efectivas e innovadoras adecuadas a los dispositivos que operan como soportes.

Contenidos mínimos:

Convergencia mediática y diseño. Relevancia y actualidad en diseño periodístico en internet. Diseño y eficacia comunicativa. Impacto visual en pantallas. Diseño web, diseño web adaptativo. Diseño y definiciones de pantalla. Herramientas necesarias para desarrollar un proyecto periodístico en Internet. Aspectos técnicos y tecnológicos en el ámbito del Diseño Web. Conocimientos fundamentales para manejar programas de diseño que redefinen la relación entre el periodismo y lo multimedial. Pequeñas animaciones, banners. Navegabilidad. Creación de menús desplegados. Producción de contenidos periodísticos multimediales en Internet. Puesta en marcha de un sitio web: registro de dominios; hosting y FTP. Grillas y retículas. Tipografías, legibilidad y lectura en pantalla. Diseño por Hoja de Estilos. Fotografía digital. Edición y retoque fotográfico aplicado a Internet. Color: Principios y elementos técnicos para la gestión del color en la web.

Aplicaciones complementarias: galerías de fotos, formularios de contacto, etc. Técnicas y principios de posicionamiento en buscadores. Tareas de Search Engine Operator (SEO) y Search Engine Manager (SEM).

Actividades de formación práctica:

En este taller los/las estudiantes practicarán maquetación, diseño de interfaces y sistemas sencillos de interactividad, explorarán diferentes criterios para mejorar la usabilidad de las páginas. Se experimentará con imágenes y software específico para tratamiento de imágenes. Se analizarán casos para identificar criterios sobre usos de los colores. Se prevé la realización de pequeñas animaciones.

Modalidad de evaluación:

La evaluación de proceso consistirá en una valoración de las actividades de exploración y experimentación de los/las estudiantes, en la resolución de problemas prácticos y en la apropiación del vocabulario técnico. La evaluación final requerida implicará el diseño integral de un sitio web informativo, la



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

descripción de sus elementos y funcionalidades, según pautas establecidas por el equipo docente.

Bibliografía:

Albornoz, L.(2007). *La prensa diaria en Internet*. En Periodismo Digital. La Crujía. Buenos Aires,Argentina

Armentia, V J.M., Caminos Marcet, J.M., Elexgaray Arias, J., y Merchán, I.(2008). *La información en la prensa digital: redacción, diseño y hábitos de lectura*. Zer, 5 (8). Universidad del País Vasco

Cairo,A. (2008).*Infografía 2.0: Visualización interactiva de información en prensa*. Alamut: Madrid, España

Dabner, D. /6ta ed. 2018). *Diseño gráfico: Fundamentos y prácticas*. Blumer: Barcelona, España

Firtman, M. (2016). *High Performance Mobile Web: Best Practices for Optimizing Mobile Web Apps* [Red móvil de alto rendimiento: Prácticas recomendadas para optimizar aplicaciones web móviles]. O Reilly Media: Estados Unidos

Korn Bruzzone, J. (2016). *Lenguaje del diseño gráfico*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires,Argentina: Mar Dulce:.

Lopez Lopez, A. M. (2019). *Diseño gráfico digital*. España: Anaya Multimedia:

Lupton, E.(2016). *Diseño gráfico. Nuevos fundamentos*. Barcelona, España: Gustavo Gilli.

Martínez-Fresneda Osorio, H. (2007). *La comunicación a través del diseño periodístico*. Madrid, España: Fragua

Masferrer, A. (2019). *Diseño de Procesos Creativos: Metodología Para Idear y Co-Crear en Equipo*. Gustavo Gili: Barcelona: España



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Muñoz Varela, G. y Figueroa, T. E. (2011). *El arte de medir..* Barcelona, España: Profit.

Neri, C. (2002). *Pensando la noción de usabilidad.* Facultad de Psicología, UBA Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Samara, T. (2002). *Conceptos básicos de la retícula.* En Diseñar con y sin retícula. Barcelona, España: Gustavo Gili

Serrano, A., y Henry A. (2016) *Diarios Digitales. El diseño multimedial en el periodismo digital: Multimedia-Hipermedialidad-Interactividad.* Editorial Académica Española: Madrid.

Serrano, A., y Henry A. (julio 2016) *Periodismo multimedia: El diseño multimedial en el periodismo digital boliviano.* Punto Cero. 21, (32), 51-75. Universidad Católica Boliviana San Pablo: Cochabamba, Bolivia

Poulin, R. (2018.) *Diseño Editorial: Periódicos y Revistas, Medios Impresos y Digitales.* España: Promopress

Rondo Ureta, A., y Serrano Tellería, A. (EDS.) (2007). *Diseño periodístico en internet.* España: Universidad del País Vasco.

Rubio Garcia, R, González, M, Gallego Santos, S, Morán Fernanz, S(.col).

Suárez Quirós, J., (col). (2006). *Diseño gráfico de contenidos para Internet con Macromedia Flash.* Madrid, España: Pearson Alhambra.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

West, A.W. (2016). *Practical Web Design for Absolute Beginners* [Diseño web práctico para principiantes. New York, EE.UU: Apress.

Serrano Gómez, E, Ortego Ruiz, M, Ortega Doménech, J Navas Navarro, S, Iglesias Rebollo, C, de Vico Carrancho Herrero, M.T.(2029) *Medios de comunicación, contenidos digitales y derecho de autor*. Ed Reus: Madrid.

UNICEF argentina. (2017). *Protección de datos. Comunicación, infancia y adolescencia. Guía para periodistas*. Ed. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). Disponible en https://www.unicef.org/argentina/sites/unicef.org.argentina/files/2018-04/COM-4_ProteccionDatos_Interior_WEB.pdf

Villarino, J.(2018). *La privacidad en el entorno del cloud computing*. Madrid, España: Ed Reus

Zappaterra, Y. (2008). *Diseño editorial. Periódicos y revistas*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

15- MARCOS LEGALES DE LA COMUNICACIÓN GLOBAL

Objetivos:

- Conocer las implicancias legales del uso de los recursos disponibles en internet para la labor periodística y para los usuarios.
- Aplicar criterios de resguardo de la información privada y de los derechos de autor.
- Identificar las instituciones jurídicas vinculadas con los derechos humanos y la perspectiva de género en el periodismo digital.
- Actuar frente a situaciones que vulneren los derechos humanos a través de internet.

Contenidos mínimos:

El espacio global de la comunicación y la información. Regulación y autorregulación de la comunicación en Internet. Derecho a la comunicación y Libertad de expresión en el contexto global. Marco legal de los sistemas



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Participación y Gestión Institucional
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

abiertos. Privacidad y manejo de datos personales. Derechos de los autores
Licencias. Certificaciones digitales, identidad y firma electrónica. Organismos
de regulación y control de las comunicaciones digitales. Condiciones de uso de
las redes sociales. Legalidad de acceso. Permisos para la publicación de
fotografías y otros archivos. Censuras: Desconexión, filtrado de contenidos.
Defensa de los usuarios de redes. Supervisión de contenidos. Servicios de
“Streaming” y derechos de autor. Regulaciones a los proveedores de acceso.
Términos de servicio de proveedores de Web Hosting y políticas de uso. Uso
de contenidos de terceros. Duplicación de contenidos entre dominios. Correo
electrónico ilegal. Reglamentos de protección de datos. Licencia Creative
Commons. Responsabilidades de las organizaciones y las personas en la
difusión de noticias falsas. Perspectiva de género y afectación de los derechos
de las mujeres. Regulaciones. Convención sobre los derechos de los niños.
Regulaciones. Ciberdelitos: phishing y la estafa electrónica. Usurpación de
identidad on line. Grooming y Sexting. Offender Profiling. Acceso ilegítimo a un
sistema o dato informático (hacking). Acceso ilegítimo a una base o banco de
datos personales. Captación ilegal de datos, imágenes y sonidos. Daño
informático: El daño informático (cracking) y la distribución de programas
dañinos. Daño informático agravado Actividades de formación práctica:

Los/las estudiantes sistematizan el estado de la cuestión sobre regulaciones
supranacionales de las comunicaciones online y abordarán el estudio de casos
problemáticos. Se analizarán delitos informáticos relacionados con el
periodismo digital y la comunicación y las intervenciones legales pertinentes.
En el trabajo áulico cada grupo se apoyará en la bibliografía y documentos
propuestos por el equipo docente. Los/las estudiantes participarán en la
elaboración de protocolos para las redacciones digitales y en la coordinación
de un panel multidisciplinario sobre derechos humanos y comunicación digital.
Modalidad de evaluación:

Se evaluará el proceso de aprendizaje a través de la participación durante el
cursado y los aportes en los debates sobre situaciones problemáticas y estudio
de casos. La evaluación final consistirá en la elaboración de contenidos
digitales sobre un aspecto del programa acordado con el equipo docente, con
formato de informe de investigación.

Bibliografía:



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD\FCC Nº 031/21

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Álvarez Cano, M. (2015). *Derecho al olvido en internet. El nuevo paradigma de la privacidad en la Era Digital*. Madrid, España: Ed Reus

Assange, J.(2013). Criptopunks. *La libertad y el futuro de internet*. Buenos Aires, Argentina: Marea Editorial

Barindelli, F. y Gregorio, C.(2010). *Datos personales y libertad de expresión en redes sociales*. Buenos Aires, Argentina: Ad- Hoc. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10625/46022>

Baumann, Z. y Lyon, D. (2013). *Vigilancia líquida*. Buenos Aires , Argentina: Paidós.

Busaniche, B. (2016). *Propiedad intelectual y derechos humanos*. Buenos Aires, Argentina: Tren en movimiento, Fundación Vía Libre y Fundación Heinrich Boll.

Bustamante Donas, J. (2001). *La Sociedad de la Información. Hacia la cuarta generación de derechos humanos: repensando la condición humana en la sociedad tecnológica*. CTS +. Revista Iberoamericana de Ciencia y Tecnología, Sociedad e Innovación. Numero 1/Setiembre-Diciembre. Recuperado de: <http://www.oei.es/revistactsi/numero1/bustamante.htm> (última revisión: 12 abril de 2007).

Cerezal, J. J. B. (2016). *Transparencia y reputación como actitud y forma de ser de la empresa*. CIRIEC. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 87(1), 327–350. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.87.6860>

Cisneros C., y Edson D. (2017). *E -commerce. Comercio electrónico*. España: Marcombo.

Del Campo, A. (Ed.). (2018). *Libertad de expresión e Internet: desafíos legislativos en América Latina*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo. Recuperado de <https://www.palermo.edu/cele/pdf/Libertad-de-expresion-e-internet.pdf>

Faliero, J. (2020). *La protección de datos personales*. Buenos Aires, Argentina: La Ley.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Participación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Fox, J.A.(2006). *Sociedad civil y políticas de rendición de cuentas*. Facultad Latinoamericana de Cs Sociales. Perfiles Latioamericanos, 27(33-68) Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/254396967>

Herranz de la Casa, J. M. (2007). *Los ciudadanos como nuevos comunicadores y vigilantes de la transparencia de las empresas y las administraciones*. In La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo.(263–282) Valencia, España: Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.

Labio Bernal, A. (2006). *Comunicación, periodismo y control informativo*. Estados Unidos, Europa y España. España: Antropos.

Lacruz Mantecón, M.L. (2020). *Una aproximación jurídica a la subjetividad cibernética*. España: Ed Reus.

Mallo, D..(2028).*La difusión en internet de contenidos sujetos al derecho de autor*. España: Ed Reus.

Ossola, F. (2016). *Responsabilidad civil*. Buenos Aires: Abeledo Perrot.

Riquert, M. A.(2014). *Ciberdelitos*. Buenos Aires, Argentina: Hammurabi.

Rodriguez Villafañe, M. (2012). *Secreto profesional periodístico, libertad de expresión y periodistas*. Córdoba: UNC.

Sanjurjo Rebollo, B. (2009). *Manual de derecho de la información. Una perspectiva legal para un mundo cada día más mediático*. Madrid, España: Dykinson

Serrano Gómez, E, Ortego Ruiz, M, Ortega Doménech, J Navas Navarro, S, Iglesias Rebollo, C, de Vico Carrancho Herrero, M.T.(2029) *Medios de comunicación, contenidos digitales y derecho de autor*. Madrid: Ed Reus.

Suárez, M. (2008). *Periodismo profesional. Régimen jurídico del periodismo en la era digital*. Buenos Aires, Argentina: Ed El Arco.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Comunicación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

UNICEF argentina. (2017). *Protección de datos. Comunicación, infancia y adolescencia. Guía para periodistas*. Ed. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). Disponible en: https://www.unicef.org/argentina/sites/unicef.org.argentina/files/2018-04/COM-4_ProteccionDatos_Interior_WEB.pdf

Villarino, J. (2018). *La privacidad en el entorno del cloud computing*. Madrid, España: Ed Reus

SEGUNDO AÑO

CUARTO CUATRIMESTRE

16-Seminario Optativo 1: Seminario de profundización y actualización de conocimientos. Se concibe como espacio curricular de profundización y actualización en algunas de las cuatro diferentes áreas de conocimiento de la carrera. En una primera etapa la carrera ofrecerá cuatro seminarios optativos.

17-Seminario Optativo 2: Seminario de profundización y actualización de conocimientos. Se concibe como espacio curricular de profundización y actualización en algunas de las cuatro diferentes áreas de conocimiento de la carrera. En una primera etapa la carrera ofrecerá cuatro seminarios optativos.

18- Nuevos Escenarios de la Ética Periodística

Objetivos:

- Analizar los desafíos que imponen la cultura digital y las redes sociales como dilemas éticos para los periodistas digitales.
- Identificar los códigos y guías de buenas prácticas deontológicas existentes y que deben observarse en casos específicos
- Reflexionar sobre las tensiones existentes en el periodismo digital entre financiamiento y libertad de expresión, intereses de la audiencia e intereses de los periodistas.



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

- Tomar decisiones fundamentadas en criterios éticos frente a situaciones problemáticas derivadas de la práctica profesional.
- Promover los derechos humanos y los valores democráticos a través del ejercicio ético de la profesión.

Contenidos mínimos:

Elementos de continuidad y ruptura con la ética tradicional. Las rutinas de producción digital y los valores de la cultura de la Web. Las sustituciones de la verdad a través de internet y las redes sociales. El papel del periodismo en la reproducción de la post verdad. Credibilidad y desconfianza en el periodismo digital. Denuncia de informaciones falsas a través de internet. Estrategias del periodismo digital: investigación, periodismo de datos. Argumentos a favor de la no instantaneidad de la información en internet. Periodismo digital en situaciones de guerra, conflicto o de vidas en peligro. Periodismo digital como servicio público. Información sensible en el periodismo digital: casos judiciales, minoridad, violencia contra la mujer. El uso del lenguaje, imágenes, videos, comentarios de los usuarios. Periodismo ciudadano o periodismo profesional. Subordinación del periodista al deseo de las audiencias y a los negocios. Restricciones éticas para la carga de publicidades en páginas con diseño informativo. Contenidos patrocinados. La frontera opinión/información en periodismo digital. Edición, borrado y repetición de noticias. Inclusión de hipervínculos y mensajes publicitarios. Análisis de casos. Examen de fuentes en internet. Gestión de errores. La idea de la propiedad colectiva de los contenidos. Derecho de autor y diseños de páginas. La información como entretenimiento. El periodismo digital como conversación. Códigos de ética y códigos penales.

Actividades de formación práctica:

En el seminario se abordarán planteos deontológicos derivados de casos concretos. Las actividades requieren que los/las estudiantes, en grupos, realicen previamente una lectura de los casos propuestos, y la bibliografía de referencia que se presenta para su comprensión. Para el análisis se coordinarán debates grupales a partir de las consignas de análisis del dilema ético, a fin de encontrar la mejor solución para cada caso.

Modalidad de evaluación:

El equipo docente asignará una situación problemática a cada estudiante, a fin de que elabore un informe fundamentado que aborde las posibles soluciones al



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

dilema planteado desde la redacción digital. Los/las estudiantes deberán buscar antecedentes, analizar situaciones análogas y formular conclusiones orientadas por la bibliografía y la documentación propuesta por los/las docentes.

Bibliografía:

Blazquez, N.(2020). *La nueva ética en los medios de comunicación*. Madrid, España: BAC

Bilbeny , N.(2012). *Ética del periodismo. La defensa del interés público por medio de una información libre, veraz y justa*. Barcelona: Universidad de Barcelona

Jareño Alarcón, J.(2009). *Ética y Periodismo*. Bilbao, España: Descleé De Brouwer

Mendelevich, P. (2005): *Ética periodística en Argentina y el mundo*. Buenos Aires, Argentina: FOPEA.

Meyers, C. (ed.). (2010). *Journalism Ethics. A philosophical approach*. Oxford University Press, USA

Muñoz Saldaña, M. (2005). *La autorregulación como espacio de libertad informativa*. En: Información, libertad y derechos humanos: la enseñanza de la ética y el derecho de la información. Valencia, España: Fundación COSO.

Nino, C.(2012). *Ética y derechos humanos*. (2da Edición). Buenos Aires, Argentina: Editorial Astrea

Pérez Fuentes, J. C. (comp. y ed.).(2004). *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Bilbao, España: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco

Ramonet, I.(2011). *La tiranía de la comunicación*. Madrid, España: Taurus

Ramonet, I. (2011). *La explosión del periodismo .De los medios masa a la masa de los medios*. Madrid, España: Clave Intelectual



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Tecnológica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Suárez Villegas, J.C. (2001). *Análisis ético de la información*. Sevilla, España: MAD

Suárez Villegas, J. C. (ed.) (1999). *Medios de comunicación y autocontrol. Entre la ética y el derecho*. Sevilla: MAD

Vázquez Fernández, F. (1991). *Ética y deontología de la información*. Madrid, España: Paraninfo

Videla Rodríguez, J. J. (2004). *La ética como fundamento de la actividad periodística*. Madrid, España: Fragua

Ward, S. J. A. (ed.) (2013). *Global Media Ethics. Problems and perspectives*. [Ética global de los medios: Problemas y perspectivas] Wiley Blackwell Publishing Ltd: Oxford

UNESCO. (2019). *Ética periodística en la era digital*. Recuperado de: http://eticaperiodistica.info/wp-content/uploads/2018/05/Manual_EticaPeriodistica.pdf

19- Taller de Trabajo Final:

Objetivos:

- Brindar herramientas metodológicas y técnicas para el desarrollo del plan de Trabajo Final de Maestría.
- Generar instancias colaborativas de escritura, lectura y comentarios de los proyectos de trabajo final.
- Desarrollar procesos de reflexión e intercambio colectivo que faciliten la fundamentación del trabajo final, el diseño metodológico, el desarrollo de técnicas de intervención y la producción textual.
- Identificar aspectos del proyecto o investigación en curso que requieran reformulación, ampliación y/o profundización. .



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21

Contenidos mínimos:

El Proyecto: revisión de su lógica y estructura. Características generales del Trabajo Final de Maestría en Periodismo Digital. Pautas para la elaboración del proyecto y reglamentación de trabajo final. La formulación del tema, del problema y de los objetivos de investigación/evaluación/producción. Interés, pertinencia, alcance, justificación, factibilidad. Hipótesis y preguntas de investigación. La elaboración del marco teórico y el estado de la cuestión. La revisión de la bibliografía. La pertinencia como criterio de selección de los textos y documentos, el análisis crítico sobre alcances y limitaciones bibliográficas y documentales en relación al propio problema de estudio. La cuestión de la "originalidad" como criterio de legitimación del objeto. La ubicación del problema en el contexto de teorías y perspectivas epistemológicas. La estrategia metodológica. Especificidad del abordaje del proyecto de maestría en relación a los objetivos de la carrera y los perfiles profesionales. Examen de los criterios de selección de técnicas de recolección y procesamiento de la información implicados. Diseño de investigación-evaluación-proyecto Formato de las presentaciones. Secciones componentes y anexos. Cronograma de actividades.

Actividades de formación práctica:

El Taller se estructura en base a dos ideas centrales: es un espacio *escritura, lectura y comentarios* y se organiza bajo la modalidad *taller*, por lo que la participación grupal es indispensable. Está pensado como un dispositivo de reflexión y debate colectivo sobre las prácticas de investigación de cada estudiante, capaz de generar críticas constructivas y productivas, orientadas al avance de los distintos proyectos en elaboración. La labor del equipo docente consistirá en la lectura y comentario personalizado de los avances de los TFM, aporte de reflexiones, preguntas y herramientas conceptuales y metodológicas específicas y coordinación de exposiciones de avances.

Modalidad de evaluación:

La evaluación de proceso se concreta en cada jornada de taller, en la que los/las estudiantes presentan los avances del plan de Trabajo Final de Maestría y resuelven sus dudas. Se ponderan los aportes a la resolución de problemas prácticos y los aportes bibliográficos. La evaluación final consiste en la presentación de los resultados de avance del plan de Trabajo Final de Maestría



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

acompañados del cronograma, según criterios establecidos por el equipo docente.

Bibliografía

Alvarez, G. y Difabio de Anglat, H.(2017). *La actividad metalingüística en espacios de interacción entre pares: reflexiones en torno a un taller virtual orientado a la escritura de la tesis de posgrado*. Perfiles educativos [online], 39(155),51-67. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?>

AA.VV. (2015). *Innovación y periodismo: emprender en la Universidad*.

Disponible en :

https://www.researchgate.net/publication/284170775_Innovacion_y_periodismo_emprender_en_la_Universidad

Becker, H. (2011). *Abrumado por la bibliografía. En Manual de escritura para científicos sociales. Cómo empezar y terminar una tesis, un libro o un artículo*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno editores

Becker, H. (2011). *Manual de escritura para científicos sociales. Cómo empezar y terminar una tesis, un libro o un artículo*. Buenos Aires: Siglo XXI. Disponible en: <http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/manual-de-escritura-para-cientificos-sociales.pdf>

Cataldi, Z. y Lage, F. (2005). *Diseño y organización de Tesis*. Buenos Aires: Nueva Librería.

Crucianelli, S. (2013). *Herramientas Digitales Para Periodistas*. Texas: Knight Center . Disponible en: <https://knightcenter.utexas.edu/books/HDPP.pdf>

Eguía, A., y Piovani, J. (2005). *Metodología de investigación. Algunas reflexiones y pautas para la elaboración de una tesis*. En Trampas de la comunicación y la cultura, Año 2 N° 17

Fanelli.J.M. (2012). *La Argentina y el desarrollo económico en el siglo XXI: ¿Cómo pensarlo? ¿Qué tenemos? ¿Qué necesitamos?* Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Fundación OSDE



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Participación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Gardella M. y Jakubecki N. (2014). *Material de apoyo para la redacción de trabajos académicos*. Buenos Aires, Argentina: Dpto Filosofía, FFyL, UBA.

ISOJ (2017). *Blueprint for Change: From the Teaching Hospital to the Entrepreneurial Model of Journalism Education* [Plan para el cambio: Del hospital docente al modelo empresarial de educación periodística]. Disponible en: <https://www.iso.org/journal/volume-3-issue-2/>

Marín, M. (2015). *Escribir textos científicos y académicos*. Buenos Aires, Argentina: FCE.

Mioli, T. y Nafría, I. (2018) *Innovadores en el Periodismo Latinoamericano*. Texas: Knight Center.

Nafría, I. (2018). *La reinención de The New York Times. Cómo la 'dama gris' del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil*. Texas: Knight Center.

Rogovsky, C. (2016). *Versión final.doc: aportes para la producción de textos en el ámbito académico*. La Plata, EDULP. Disponible en: <https://libros.unlp.edu.ar/index.php/unlp/catalog/view/576/531/1956-1>

Rojas S.I, A. L. (compiladora). *Manual de Citación. Normas APA*. Universidad Externado de Colombia. Disponible en: <https://www.uexternado.edu.co/wp-content/uploads/2017/07/Manual-de-citacio%CC%81n-APA-v7.pdf>

Restrepo, J. D. y Botello, L. M. (2018). *Manual de Ética Periodística en la Era Digital*. EE.UU: International Center for Journalist.

SembraMedia. (2017). *Punto de inflexión. Estudio de emprendedores de medios digitales latinoamericanos*. Disponible en: <http://data.sembramedia.org/?lang=es>



Lid. Jorge Guevara
Secretaría de Planificación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

ANEXO II

MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

REGLAMENTO

TÍTULO I - DE LA CARRERA

Artículo 1°- La Universidad Nacional de Córdoba otorgará, a propuesta de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, el título de **Magíster en Periodismo Digital** de acuerdo con el Plan de Estudios de la Carrera, mediante los procedimientos dispuestos en el Reglamento General de la Secretaría de Posgrado y el presente Reglamento de carrera. La Maestría en Periodismo Digital es de carácter profesional.

Artículo 2°- Para la obtención del título mencionado en el Art. 1° se requerirá la realización de las siguientes actividades académicas:

- a) Cursar la totalidad del programa de la Maestría y aprobar los espacios curriculares que lo estructuran.
- b) Aprobar un examen de idioma extranjero (inglés, francés, portugués o italiano) durante el cursado del primer año de la carrera. Las competencias a evaluar corresponden al dominio funcional de la lengua extranjera.
- c) Elaborar y aprobar un Trabajo Final de Maestría cuya presentación y resolución se ajustarán a lo dispuesto en el presente Reglamento.
- d) Cancelar los compromisos arancelarios fijados.

Artículo 3° - La duración total de la carrera es de tres años: El cursado tiene una duración de dos años (660 horas presenciales) organizados en cuatro tramos semestrales. Se destina un año más (120 horas) a la elaboración y presentación del Trabajo Final de Maestría. (TFM). Existirá una única posibilidad de prorrogar dicho plazo por seis meses, ante solicitud fundamentada del/de la estudiante y la autorización del Comité Académico.

TÍTULO II - DE LA CONDUCCIÓN Y GESTIÓN DE LA CARRERA.

Artículo 4°- La conducción y gestión de la carrera será ejercida por un/a Director/a, un/a Codirector/a y un Comité Académico. Podrán ser asistidos por un/una Secretario/a Técnico/a si lo propusiera el/la Director/a de la carrera.

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Posgrado y Gestión de Carreras
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

Artículo 5°- El/la Director/a de la carrera y el/la Codirector/a deben ser o haber sido Profesores/as regulares de la Universidad Nacional de Córdoba o de otra Universidad Nacional o de Institutos orientados a la investigación y/o desarrollo. Al menos uno de ellos/as deberá ser o haber sido Profesor/a Regular de la UNC.

Ambos deben poseer título de posgrado equivalente o superior al que otorga la carrera, acreditar antecedentes académicos relevantes y de formación de recursos humanos y poseer antecedentes de investigación o trayectoria profesional, acordes a los objetivos de la carrera.

Serán designados/as por el HCD de la FCC-UNC a propuesta de la Secretaría de Posgrado y el Decanato. Durarán en sus funciones un período de cuatro años y podrán ser designados/as nuevamente, por única vez consecutiva, por el mismo término. En caso de ser necesaria la designación de nuevo/a Director/a o de nuevo/a Codirector/a o de ambos/as, el/la Secretario/a de Posgrado, previa consulta a los integrantes del Comité Académico, elevará una propuesta al HCD.

Artículo 6° - Las funciones del/de la Director/a serán:

- a) Presidir el Comité Académico y convocar a reuniones ordinarias y extraordinarias del cuerpo.
- b) Planificar, organizar y dirigir el desarrollo de las actividades académicas de la carrera.
- c) Observar y hacer observar el cumplimiento del presente reglamento y otras disposiciones relacionadas con el funcionamiento de la carrera.
- d) Promover y gestionar convenios que amplíen los ámbitos de investigación y de prácticas de los/las estudiantes.
- e) Coordinar los procesos de evaluación establecidos en el presente reglamento.
- f) Ejercer la representación de la carrera ante las autoridades de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y ante los organismos oficiales y privados, y asesorar en todas las cuestiones atinentes a la carrera que le sean requeridas.
- g) Promover articulaciones con otras carreras de la FCC-UNC, otras unidades académicas y otras instituciones.
- h) Proponer al/a la Secretario/a de Posgrado la nómina de integrantes del Comité Académico para su designación por el HCD-FCC.
- i) Proponer conjuntamente con el Comité Académico, la nómina de los miembros de tribunales evaluadores de Trabajo Final para su designación por resolución decanal.
- j) Proponer al/a la Secretario/a de Posgrado, conjuntamente con el Comité Académico de la carrera, la nómina de profesores/as responsables que será elevada para su designación por el HCD.
- k) Evaluar los antecedentes de los postulantes y considerar su admisión en la maestría, conjuntamente con el Comité Académico.

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Posgrado y Gestión de la Carrera
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

- l) Expedirse, con el acuerdo del Comité Académico, sobre la solicitud de equivalencias.
- ll) Evaluar los temas de trabajo final y los antecedentes de los/las Directores/as propuestos por los/las maestrandos/as conjuntamente con el Comité Académico.
- m) Coordinar el proceso de autoevaluación de la carrera.
- n) Presentar al/a la Secretario/a de Posgrado, conjuntamente con el Comité Académico, las propuestas de modificación del Plan de Estudios, para su tratamiento y aprobación por el HCD-FCC
- ñ) Proponer la gestión de los recursos de la carrera y elevar al Secretario/a de Posgrado las tasas retributivas de servicio que deberán abonar los estudiantes, el presupuesto estimativo anual y las rendiciones anuales de cuentas.
- o) Colaborar con el/la Secretario/a, Subsecretario/a de Posgrado en tareas generales pertinentes a la Secretaría.

Artículo 7°- Las funciones del/de la Codirector/a serán:

- a) Colaborar con el/la Director/a en todas las instancias de gestión.
- b) Reemplazar al/a la Director/a en caso de ausencia transitoria de éste/a.
- c) Participar de las reuniones del Comité Académico con voz pero sin voto cuando el/la Director/a esté presente. En caso de reemplazar al/a la director/a en la presidencia del Comité Académico, participará con voz y voto.
- d) Coordinar con la Secretaría de Posgrado las actividades para el desarrollo académico de la carrera.
- e) Articular la relación del Comité Académico con los/las directores/as de trabajo final y con los/las estudiantes.
- f) Proponer y acompañar procesos de articulación de actividades entre cátedras en cada ciclo lectivo.
- g) Llevar adelante las actuaciones con las instituciones universitarias y extrauniversitarias con las que existan convenios para el desarrollo de actividades, incluidas las prácticas profesionales.

Artículo 8°- Los miembros del Comité Académico de la carrera deberán ser o haber sido Profesores/as Regulares de esta u otra Universidad Nacional o de Institutos orientados a la investigación y/o desarrollo y poseer formación de posgrado equivalente o superior a la ofrecida por la carrera y acorde a los objetivos de la misma. En caso de ausencia del título de posgrado podrá considerarse la trayectoria como profesional, docente e investigador/a. Al menos el cincuenta por ciento (50 %) de los miembros del Comité Académico deberán ser o haber sido Profesores Regulares de la UNC con titulación de posgrado.

Artículo 9°- El Comité Académico estará conformado por cuatro integrantes, que podrán ser profesores de la Carrera y será presidido/a por el/la Director/a o por el/la Codirector/a en caso de ausencia del/de la anterior. El/la Director/a

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Posgrado y Gestión de Recursos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

intervendrá en todas las reuniones y decisiones que se adopten, con voz y con voto, que será doble en caso de empate. El/la Codirector/a podrá intervenir en las reuniones con voz pero sin voto, excepto en el caso de que remplace al/a la Director/a, situación en la cual ejercerá las atribuciones del/ de la presidente de la sesión.

Las normas sobre asistencia y funcionamiento del Comité Académico se ajustarán al Reglamento establecido para los miembros del Consejo Asesor de Posgrado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC. En caso de ausencia del/de la Director/a y del/de la Codirector/a, el Comité Académico será presidido por el/la Secretario/a de Posgrado.

Los miembros del Comité Académico durarán en sus funciones un período de cuatro años y podrán ser re designados por el mismo término. La nómina de integrantes será propuesta por el/la Director/a de la carrera al/a la Secretario/a de Posgrado, para su designación por el HCD-FCC.

Artículo 10° - Las funciones del Comité Académico serán:

- a) Evaluar los antecedentes de los postulantes y considerar su admisión en la maestría, conjuntamente con el/la Director/a de la carrera.
- b) Expedirse, conjuntamente con el/la Directora/a de la carrera sobre la solicitud de equivalencias.
- c) Evaluar los temas de trabajo final y los antecedentes de los/las Directores/as propuestos por los/las maestrandos/as, conjuntamente con el/la Director/a de la carrera
- d) Decidir el otorgamiento de becas internas de la carrera.
- e) Colaborar en las actividades de gestión y/o evaluación de la carrera cuando el/la Director/a de la maestría lo demande.
- f) Realizar el seguimiento del desarrollo de la maestría, proponer y elaborar planes de mejoras.
- g) Proponer conjuntamente con el/la Director/a de la carrera, a la Secretaría de Posgrado la composición de los tribunales de evaluación de Trabajo Final de Maestría para su designación por resolución decanal.
- h) Proponer al/ a la Secretario/a de Posgrado conjuntamente con el/la Director/a de la carrera, la nómina de los/las profesores/as responsables de los espacios curriculares para su designación por el HCD/FCC.
- i) Proponer al/ a la Secretario/a de Posgrado conjuntamente con el/la Director/a de la carrera, la nómina de los/las profesores/as invitados/as para su designación por resolución decanal.
- j) Establecer las pautas de la evaluación escrita que deberán aprobar los/las postulantes egresados/as de Institutos Superiores no Universitarios, tendientes a verificar una formación compatible con las exigencias de la maestría.

RESOLUCIÓN HCD\FCC Nº 031/21



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Posgrado y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

- k) Establecer los trayectos de nivelación que deben cursar y aprobar los/las postulantes según sus trayectorias académicas y/o profesionales.
- l) Realizar, conjuntamente con el/la Director/a la autoevaluación de la carrera y proponer los ajustes necesarios.

TÍTULO III – DEL/DE LA SECRETARIO/A TÉCNICO/A DE LA CARRERA

Artículo 11° - Para ser Secretario/a Técnico/a de la carrera se requiere demostrar idoneidad para las funciones que se establecen en el presente reglamento. La designación será realizada por el/la Decano/a a propuesta del/de la Director/a de la carrera y sus funciones serán:

- a) Asistir al/a la Director/a y al/a la Codirector/a en todas las actividades de gestión y administración de la carrera.
- b) Actuar como Secretario/a de actas en las reuniones del Comité Académico y participar en éstas con voz pero sin voto.
- c) Controlar, resguardar y derivar a quien corresponda
- d) Mantener actualizados el sistema de registros y archivos de la carrera.
- e) Cooperar con los/las profesores/as de la carrera en la elaboración del calendario de clases, y coordinar el uso de ámbitos y equipos.
- f) Colaborar en la gestión de alojamiento, viáticos, pasajes de profesores/as invitados/as que correspondan a la actividad específica de la Carrera.

TÍTULO IV – DE LOS/LAS PROFESORES/AS

Artículo 12°- Podrán ser profesores/as responsables del dictado y la evaluación de los espacios curriculares de la carrera aquellos/as profesores/as universitarios/as y/o investigadores/as que acrediten formación de posgrado equivalente o superior a que la Maestría otorga y antecedentes académicos o científicos de relevancia en las áreas de conocimiento afines al espacio curricular a dictar. Si el caso lo amerita, podrá considerarse como equivalente la trayectoria profesional, docente y/o de investigación.

Artículo 13°- La propuesta de designación de los/las profesores/as responsables será presentada por el/la Directora/a de la carrera, conjuntamente con el Comité Académico, al/a la Secretario/a de Posgrado para que sea tratada y aprobada por el HCD-FCC. En caso de que fuera necesario el reemplazo de profesores/as responsables, el/la Director/a, con intervención previa del Comité Académico, elevará la nueva propuesta al/a la

RESOLUCIÓN HCD\FCC Nº 031/21



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Posgrado y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Secretario/a de Posgrado para su aprobación por el HCD-FCC. La propuesta se realizará en base a una evaluación de antecedentes y del proyecto de trabajo de los candidatos.

Artículo 14° - Podrán ser profesores/as invitados/as los/las profesores/as de la FCC, de otras facultades de la UNC, de otras Universidades del país o del extranjero, e integrantes de instituciones de investigación y desarrollo de reconocida trayectoria científica y/o profesional que hayan sido especialmente convocados/as en el marco de las espacios curriculares de la carrera. Los/las profesores/as invitados/as no podrán superar el 50% del total. Serán designados/as por resolución decanal, a propuesta del Director/a y del Comité Académico de la Maestría.

Artículo 15° - El desempeño de los/las profesores/as responsables será evaluado periódicamente por las autoridades de la carrera, para determinar su permanencia dentro del plantel de ésta. En caso de resultar necesario un reemplazo, se procederá conforme a lo establecido en el art. 13° de este Reglamento.

TÍTULO V – DE LOS/LAS ESTUDIANTES

Artículo 16° - Podrán postularse para cursar la Maestría:

a) Los egresados/as de universidades nacionales, provinciales, públicas o privadas reconocidas por la autoridad competente, que posean título de grado universitario en Comunicación Social, Comunicación Institucional, Periodismo, Comunicación Audiovisual u otros estudios de grado vinculados al campo del periodismo y la comunicación social.

b) Los/las egresados/as de universidades extranjeras con título de nivel equivalente a los de grado ya mencionados, según normativas vigentes en el ámbito de la Universidad Nacional de Córdoba. Los/las postulantes deberán acreditar antecedentes suficientes y específicos en el área de la Maestría. La admisión no significará reválida del título de grado ni habilitará para el ejercicio profesional en el ámbito de la República Argentina.

c) Los/las egresados/as de Institutos de Educación Superior que posean títulos en carreras afines al Periodismo o la Comunicación Social. Los/las postulantes deberán acreditar antecedentes suficientes y específicos en el área de la Maestría, de acuerdo con lo establecido por el art. 39 bis de la Ley 25.754 y la Resolución HCS 279/04.

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21



Lic. Jorge Guevara
Secretario de Posgrado y Gestión de Posgrado
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Para los/las postulantes encuadrados en el punto b) y c) el Comité Académico establecerá el tipo de nivelación requerida para cada caso.

Los/las estudiantes extranjeros/as no hispano parlantes deben presentar el Certificado de Español, Lengua y Uso (CELU), según la normativa vigente en la Universidad Nacional de Córdoba.

Artículo 17° - Cada postulante deberá inscribirse mediante la presentación de una solicitud escrita dirigida al/a la Director/a de la carrera, en el período que ésta establezca. La presentación implica el reconocimiento y aceptación del reglamento de la carrera por parte del/de la postulante. A la solicitud de inscripción deberá adjuntar la siguiente documentación:

- a) Fotocopia legalizada del título universitario.
- b) Certificado analítico legalizado, con promedio general incluidos aplazos.
- c) Para el caso de estudiantes extranjeros, se requerirá fotocopia legalizada y apostillada del título universitario y del plan de estudios cursados y fotocopia del permiso de residencia para estudiante o certificado de residencia legal, según normativa vigente en la UNC. La aceptación de la inscripción no significará la reválida del título de grado ni habilitará al/ a la estudiante para ejercer la profesión en el ámbito de la República Argentina.
- d) Curriculum Vitae.
- e) Fotocopia de DNI o pasaporte, en caso de ser extranjero.
- f) Fotografía actualizada 4 cm x 4 cm.
- g) Ficha de estudiante completa.
- h) En el caso de estudiantes extranjeros no hispano parlantes, comprobante de aprobación de examen CELU (OHCS 6/2018).
- i) Quienes aún no hayan recibido su diploma de grado deben presentar un comprobante de diploma en trámite (Resolución HCS 842/14, Art.1).

Artículo 18° - La Dirección de la carrera y el Comité Académico evaluarán los antecedentes de los postulantes y podrán exigirles una entrevista para considerar la admisión. Una vez evaluados los antecedentes y el resultado de la entrevista, la Dirección de la carrera y el Comité Académico decidirán sobre la admisión de cada postulante. La decisión no será recurrible.

Artículo 19° - El/la Director/a de la carrera conjuntamente con el Comité Académico podrá reconocer por equivalencia, hasta un 30% del total de los espacios curriculares, siempre y cuando los cursos de posgrado que el/la estudiante presente en la solicitud de equivalencias resulten afines a los propuestos en el Plan de Estudios de la Maestría y hayan sido aprobados,

RESOLUCIÓN HCD|FCC N° 031/21



Lic. Jorge Quevara.
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

en esta u otra universidad, con una antelación no mayor a 5 (cinco) años a contar desde la fecha de presentación de la solicitud. Para estos casos se tendrá en cuenta el programa del curso, su pertinencia y profundidad temática, su duración, las características de la evaluación final, la calificación obtenida, y el currículo del/de la profesor/a dictante. El dictamen, fundamentado en cada caso, será elevado al/a la Secretario/a de Posgrado para su consideración y convalidación, y se notificará fehacientemente al postulante en su en un plazo no mayor de 10 (diez) días hábiles a partir de su resolución.

Artículo 20°- Para conservar la condición de estudiante regular de la carrera se requiere:

- Matricularse anualmente.
- Aprobar al menos 3 (tres) espacios curriculares por año y 8 (ocho) cada dos años de permanencia.
- Tener al día el pago de las tasas correspondientes a los espacios curriculares cursados

Artículo 21°- La fecha de presentación de trabajos para la evaluación final de cada espacio curricular no podrá superar los 60 días desde la finalización del cursado. Si el trabajo no fuera aprobado, se prevé una instancia de recuperación. La nueva entrega deberá realizarse dentro de los 60 días a partir del momento en que el/la estudiante es notificado del resultado de la primera evaluación. Si el/la estudiante no aprobara en la instancia de recuperación deberá recurrar el espacio curricular.

TÍTULO VI- DEL TRABAJO FINAL DE MAESTRÍA

Artículo 22° - El Trabajo Final de Maestría será un trabajo original, individual y deberá poner de manifiesto la integración de conocimientos teóricos, metodologías y prácticas adquiridas a lo largo del cursado de la carrera. Deberá dar cuenta del estado de la cuestión en la temática elegida por el/la estudiante, así como de su capacidad para desarrollar una metodología de investigación, evaluación, programación y producción fundamentada, completa y pertinente, y alcanzar resultados y conclusiones apropiados en relación con el campo problemático propuesto.

Por tratarse de una maestría de tipo profesional, el Trabajo Final de Maestría en Periodismo Digital podrá referirse a:

1. Evaluación integral de un proyecto periodístico digital y formulación de propuestas para optimizar su desarrollo.
2. Formulación integral de un proyecto periodístico digital.

RESOLUCIÓN HCD|FCC N° 031/21



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

3. Rediseño integral de un proyecto periodístico digital.

Las cuestiones referidas al desarrollo, presentación y defensa del Trabajo Final están sujetas a las siguientes disposiciones:

Artículo 23° - El/la estudiante propondrá el tema y elevará el proyecto con la propuesta de Director/a de Trabajo Final y el plan de trabajo al/ a la Director/a de la Maestría y al Comité Académico, en un plazo no mayor a 60 días posteriores a la finalización del cursado del Taller de Trabajo Final. La propuesta de Director/a de Trabajo Final deberá ser acompañada de su curriculum vitae y nota de aceptación. En un plazo de 15 días hábiles, a partir de presentada la propuesta de trabajo y de director, el Comité Académico se expedirá sobre su aceptación o rechazo. En caso de no ser aceptada, o de ser aceptada con observaciones, el/la estudiante tendrá un plazo máximo de quince días hábiles, a partir de su devolución, para realizar una segunda presentación con las correcciones y/o modificaciones que le hayan sido señaladas. Una vez completado y aprobado el Proyecto de Trabajo Final y aceptada su dirección, se establecerá un año como plazo máximo para la presentación del Trabajo Final de Maestría, con la posibilidad de solicitud de prórroga de un año más, debidamente fundamentada, a través de un informe de avance avalado por el/la Director/a, que justifique la vigencia del tema propuesto.

Artículo 24° - Directores/as de Trabajo Final.

Podrán ser Directores/as de Trabajo Final:

- a) Profesores/as universitarios/as de la UNC o de otras universidades reconocidas oficialmente, que posean título de Magíster o Doctor, quienes por su trayectoria académica, su producción científica y actividad en formación de recursos humanos demuestren tener condiciones necesarias para planear y dirigir investigaciones originales.
- b) Investigadores/as categoría I, II o III (PROINCE) o Investigador/a CONICET con categoría superior o principal, que posean grado académico de Maestría o Doctorado y cuya producción científica demuestre que tiene condiciones necesarias para planear y dirigir investigaciones originales.
- c) En todos los casos deberán acreditarse méritos suficientes en relación a la temática que motiva el trabajo final.

Cuando el/la director/a y el/la o maestrando/a no tengan el mismo lugar de residencia o cuando las características del trabajo final lo requieran, será exigible un/una codirector/a o un/una segundo/a director/a.

RESOLUCIÓN HCD|FCC Nº 031/21



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

El/la Codirector/a o el/la Segundo/a Director/a deberán reunir los mismos requisitos establecidos en los incisos a), b) y c) del presente artículo.

TÍTULO VII – DE LOS TRIBUNALES DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE MAESTRÍA

Artículo 25° - Para integrar un Tribunal de Evaluación de Maestría los jurados deberán cumplir con los mismos requisitos fijados para el/la Director/a Trabajo Final.

Artículo 26°- El/la Director/a de la carrera, conjuntamente con el Comité Académico propondrá la conformación de los tribunales, con 3 titulares y 3 suplentes, y notificará a los/las propuestos/as. Uno de los/las titulares y su suplente deberá ser externo a la UNC. El/la director/a de Trabajo Final no podrá integrar el tribunal de evaluación. Pasado el término de 10 (diez) días establecido para la aceptación por parte de los/las propuestos/as, el/la Secretario/a de Posgrado gestionará la designación del tribunal por resolución decanal. Se notificará al/a la estudiante, quien, en un plazo de 5 (cinco) días hábiles, podrá recusar miembro/s del jurado, en los términos que establece la Ley de Procedimientos Administrativos.

Artículo 27° - El/la Director/a de la carrera entregará un ejemplar del Trabajo Final a cada miembro del Tribunal, quienes tendrán treinta (30) días corridos para evaluarlo a contar desde el momento de la recepción y presentar, en forma individual, un dictamen debidamente fundamentado. El Trabajo Final de Maestría podrá resultar, por unanimidad de dictámenes del Tribunal, como:

- a) Aceptado para su defensa, en cuyo caso se procederá según lo que se estipula en los siguientes artículos.
- b) Rechazado. Si esto ocurre, el/la estudiante podrá presentar un nuevo Trabajo Final en el término de 12 (doce) meses a partir de su notificación; pasado dicho plazo se considerará que hay desistimiento y perderá la condición de estudiante regular.
- c) Por mayoría de dictámenes del Tribunal, el trabajo podrá ser aceptado con observaciones. En este caso el estudiante deberá modificar y/o complementar su trabajo, para lo cual el Tribunal fijará un plazo no mayor de seis meses desde la notificación del resultado.



Lic. Jorge Guevara,
Secretario de Planeación y Gestión Institucional
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba

2021 - Año del homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Cumplido este plazo sin haberse realizado las modificaciones sugeridas, y no habiendo solicitado prórroga (la que no podrá exceder los seis meses) se considerará que hay desistimiento por parte del/de la estudiante, quien perderá su condición de estudiante regular.

Artículo 28° - La presentación constará de un ejemplar original en idioma castellano, en soporte papel A4, con todas sus hojas numeradas en forma consecutiva y encuadradas; y tres copias anilladas para ser entregadas a lo/las miembros del Tribunal. Deberá contener un resumen de no más de 200 (doscientas) palabras e incluirá al final la bibliografía citada en el cuerpo del texto, referenciada según normas APA. Se adjuntará, además, el archivo del Trabajo Final de Maestría en soporte digital presentado en extensión PDF.

Artículo 29° - El Trabajo Final de Maestría será expuesto y defendido de manera oral y pública con la presencia de los 3 (tres) miembros del Tribunal. La exposición oral y pública tendrá una duración máxima de sesenta minutos y una entrevista con una duración máxima de treinta minutos. Concluidas ambas instancias, los/las miembros del Tribunal labrarán un acta con la calificación correspondiente. El Trabajo Final se aprobará con una calificación no menor a 7 (siete) en base a la siguiente escala: 7 (siete) y 8 (ocho) muy bueno, 9 (nueve) distinguido y 10 (diez) sobresaliente, y podrá incluir la recomendación de publicación.

TÍTULO VIII – DE LAS SITUACIONES NO PREVISTAS

Artículo 30° - Todas las situaciones no previstas en el presente reglamento y las interpretaciones que de éste pudieran derivarse serán resueltas por el Comité Académico de la Carrera y, en última instancia, por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.



Lic. Jorge Guevara
Secretaría de Asesoría y Orientación Académica
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba



Mgter. Mariela Lucrecia Parisi
Decana
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba