

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Tecnicatura Universitaria en Comunicación Digital

DISEÑO CURRICULAR

1. Plan de estudio

1.1. Información general

Nombre de la Carrera: Tecnicatura Universitaria en Comunicación digital

Tipo de Presentación: Carrera nueva

Características de la carrera: Institucional

Facultad que participa: Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba

Localización de la propuesta: sede de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Av. Valparaíso s/n ciudad universitaria 5000 Córdoba.

Modalidad de la carrera: Presencial

Nivel de Formación: Pregrado

Título que otorga: Técnico/a Universitario en Comunicación digital

Duración y carga horaria de la carrera: 2 (dos) años - 1410 horas reloj - equivalente a 141 RTF



1.2. Alcances del Título

El egresado/a de la Tecnicatura universitaria en Comunicación digital tiene capacidades para:

1. Colaborar en el diseño y producción de contenidos periodísticos e informativos para medios tradicionales y para distintas plataformas multimedia.
2. Relevar fuentes de diferentes tipos y preparar insumos para la producción de agendas y contenidos periodísticos digitales.
3. Asistir en la producción de contenidos en formatos digitales, redes sociales y plataformas vinculadas a las industrias creativas y del entretenimiento.
4. Desempeñarse en la asistencia técnica en equipos interdisciplinarios para generar proyectos y producciones con incidencia social.
5. Contribuir al diseño y edición de contenidos audiovisuales y sonoros para la producción de narrativas digitales y transmedia.
6. Aportar a la producción y circulación de narrativas digitales aportando conocimiento técnico específico sobre el funcionamiento del ecosistema de las plataformas.

1.3. Antecedentes y fundamentación

Antecedentes

La existencia en el plan 93 de las tres titulaciones intermedias de Comunicador Social con orientación en Comunicación gráfica, en comunicación radiofónica y orientación audiovisual constituyen antecedentes significativos para esta propuesta. Estas tecnicaturas son altamente valoradas por los estudiantes, ya que habilitan oportunidades laborales al terminar un trayecto curricular de dos años, en tareas de asistencia en el diseño e implementación de estrategias comunicacionales, como así



también de búsqueda de oportunidades de formación y capacitación.

Estas titulaciones requieren de una actualización acorde a las nuevas formas de comunicación que son, en la actualidad, predominantemente digital y multimedial. El ecosistema mediático se caracteriza hoy por la digitalización generalizada de los medios articulada con la emergencia de formas propias de la comunicación digital interactiva. Este proceso habilitó la integración de todo tipo de contenidos en un único soporte, el digital, en el que se combinan contenidos escritos, audiovisuales, sonoros, infografías estáticas o dinámicas, así como formas propias de los lenguajes digitales.

Por otro lado, el debate sobre el plan de estudios involucró a los diferentes claustros, y existe un consenso acerca de la necesidad de la actualización en relación a las competencias para la producción comunicacional digital y multimedia. En la Facultad de Ciencias de la Comunicación, la formación en este campo adquiere un peso creciente en la actualidad, tanto en pregrado como en el grado y el postgrado (Maestría en Comunicación institucional digital, Maestría en Periodismo digital que comienzan a dictarse en 2023), de acuerdo a nuevas demandas y configuraciones del campo de la producción comunicacional y el mundo laboral.

Finalmente, en la Facultad de Ciencias de la Comunicación existen diferentes espacios e instancias institucionales de formación y producción en este campo, como las prácticas pre-profesionales de los alumnos en diferentes instituciones que requieren de estrategias comunicacionales digitales y en redes, fundamentalmente en los servicios de radio y televisión SRT de la UNC; las experiencias en audiovisual digital del Centro de producción e innovación en Comunicación (CePIC); las experiencias de producción y generación de contenidos en el *Qué. Portal de contenidos*, vinculado a la comunicación gráfica digital, la radio escuela Radio Revés, la Secretaria de producción y transmedia de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y las experiencias de producción digital de la Editorial Anarchivo en el campo de la Comunicación pública de las ciencias (producciones sonoras, gráficas, etc.).



Fundamentación

Los medios analógicos están hoy eclipsados por los medios interactivos y digitales, en el contexto de una transformación generalizada del ecosistema mediático. Los niveles de conectividad de los diferentes sectores sociales han aumentado notablemente en la última década, y tanto en el campo del periodismo como en el de instituciones de diferente tipo (educativas, políticas, deportivas, etc.) es impensable hoy un funcionamiento social o comunicacional que no esté articulado con alguna modalidad de mediatización digital, tanto en instancias públicas como privadas. La comunicación digital atraviesa a los diferentes sectores etarios (infancias, adolescencias, personas mayores) y se vincula a múltiples funcionamientos y problemáticas sociales.

En directa relación con estas transformaciones, se imponen procesos de convergencia en múltiples dimensiones (empresarial, tecnológica, profesional y comunicativa), lo que impacta en los roles profesionales que se desarrollan en los medios periodísticos y en la comunicación de las instituciones. Se configuran nuevas figuras, vinculadas a la expansión de algunos lenguajes y medios (infografías, hipermedios, interactivos) y también nuevos perfiles para los técnicos que colaboran en procesos de diseño de productos y estrategias comunicacionales.

Es necesario adquirir competencias para la producción de contenidos digitales multimediales y transmedia (páginas web, redes sociales, canales digitales, desarrollo de aplicaciones, diseño de interfaces e hipertextos, web colaborativa, producción de narrativas transmediales, etc.), y de nuevas formas híbridas emergentes a partir de lenguajes masivos previos, que no desaparecen, pero hibridan en formas novedosas.

En la actualidad, un mismo contenido se prepara para diferentes canales, vinculados a las opciones digitales e interactivas. Esto hace necesario ampliar las competencias de los técnicos en el campo de la comunicación social más allá de lo meramente audiovisual, radiofónico o gráfico, como ha sido en los diseños curriculares clásicos, para desarrollar habilidades vinculadas a nuevas rutinas de producción que recurren a lo digital y producen paquetes textuales complejos. La comunicación hoy está diseñada



como un sistema integrado que abarca a diversos medios y lenguajes.

Por otro lado, en el campo de las audiencias y los públicos, se difunden cada vez más los equipamientos para consumo familiar o personal que constituyen soportes de contenidos y consumos digitales masivos, en múltiples campos (informativo, periodístico, comunicación institucional, industrias del entretenimiento).

La digitalización generalizada de los procesos de edición, producción y difusión, ha provocado importantes cambios en las rutinas productivas y procesos de producción comunicacional y cultural, y requieren por lo tanto de una actualización de las competencias técnicas y el perfil profesional para la colaboración en procesos de producción y diseño de contenidos multimediales.

Ante este escenario, la propuesta de la nueva carrera reconoce un campo comunicacional y cultural marcado por las convergencias mediáticas y las narrativas transmedia, superando la división entre lenguajes de los medios. El entorno digital propicia una nueva alfabetización - digital y multimedial - que está definiendo nuevas realidades, aportando modificaciones fundamentales en el horizonte social, cultural y político general.

Entonces, dado que la comunicación constituye una dimensión estratégica en nuestra sociedad, la currícula destaca la importancia que tiene la formación de profesionales técnicos capacitados para asistir en la producción de contenidos en diversos formatos, redes sociales y plataformas vinculadas al campo periodístico y comunicacional.



1.4. Objetivos de la carrera y perfil del egresado

1.4.1. Objetivos de la carrera

Esta tecnicatura proporciona los conocimientos y competencias técnicas requeridas para formar técnicos/as universitarios/as capaces de asistir, colaborar y brindar soluciones técnicas en procesos de producción y edición de contenidos digitales en el campo periodístico y comunicacional.

La carrera se orienta a formar asistentes competentes para integrar equipos de producción y edición de contenidos a partir de una comprensión de los aspectos históricos, sociales, culturales y éticos que implica el ejercicio profesional.

1.4.2. Perfil del egresado

El/la egresado/a de la Tecnicatura universitaria en Comunicación digital adquiere competencias técnicas, instrumentales y creativas para colaborar en los procesos de producción y gestión de contenidos comunicacionales digitales (periodísticos y no periodísticos) en diferentes medios tradicionales y plataformas multimedia, en distintos lenguajes y soportes.

1.4.3. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) - Agenda 2030 - UNESCO

La Facultad de Ciencias de la Comunicación, en el marco de su pertenencia a la universidad pública, garantiza el acceso a una educación de calidad, inclusiva y equitativa, y la promoción de oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para las personas, de acuerdo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En la especificidad del campo del periodismo y la comunicación social digital e interactiva, tiene un papel protagónico ineludible para afrontar el desafío de aportar producciones y consolidar agendas que contribuyan a la reflexión y concientización ante problemáticas socialmente significativas.



1.5. Organización del plan de estudio

a. Estructura curricular del plan de estudio

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (UNC)

Tecnicatura Universitaria en Comunicación digital

Modalidad Presencial

N°		CICLO INTRODUCTORIO	Carga Horaria Total
1	Previo al Primer cuatrimestre	Taller de Lectura y Escritura académica	30
2	Previo al Primer cuatrimestre	Introducción a las carreras de comunicación	30

N°	AÑO	CUATRIMESTRE	ESPACIO CURRICULAR	Carga Horaria Total
3	1° AÑO	1	Prácticas de lenguaje	60
4		1	Taller de Cultura digital	60
5		1	Investigación en comunicación	60
6		1	Historia social contemporánea	60
7		1 Bimestral	Taller de Innovación y creatividad en comunicación	30
8		2	Narrativas Mediáticas	60
9		2	Periodismo y contenidos digitales	60



10		2	Comunicación en las organizaciones	60
11		2	Introducción a los estudios de comunicación	60
12		2	Movimientos culturales, arte y comunicación I	60
13	2° AÑO	Anual	Narrativas audiovisuales	120
14		1	Taller de Edición audiovisual	60
15		1	Conducción y locución I	60
16		1	Teorías de la comunicación I	60
17		1	Historia argentina contemporánea	60
18		1	Taller de Diseño gráfico y composición visual	60
19		2	Gestión de contenidos digitales y big data	60
20		2	Taller de Edición y montaje sonoro	60
21		2	Formatos sonoros contemporáneos	60
22		2	Narrativas transmediales	60
23		2	Comunicación, género y diversidades	60
24		2	Idioma Extranjero I	60
Carga horaria total de la carrera				1410 horas reloj



b. Descripción de la estructura curricular adoptada

Fundamentos y descripción de la estructura curricular

La Tecnicatura en Comunicación Digital adopta una estructura curricular por ciclos, con una duración de dos años, en los que los estudiantes realizan el cursado de los espacios curriculares y las actividades previstas en el Plan de estudio. El diseño de la carrera posee una carga horaria total de 1410 horas reloj que equivale a 141 RTF.

La trayectoria formativa articula los campos formativos distribuidos en 60% de materias de formación específica y profesionalizante, y 40% de asignaturas de formación general y complementaria.

Esta Tecnicatura tiene un ciclo de ingreso, nivelador e inclusivo. En los siguientes dos años, los espacios curriculares y sus contenidos mínimos garantizan el desarrollo de las competencias técnico-instrumentales necesarias para el perfil propuesto.

Las asignaturas están asociadas por diferentes ejes. En primer lugar, un conjunto de espacios curriculares orientados a la formación general y los fundamentos de la disciplina y sus campos profesionales, profundizando en la vinculación de la Comunicación respecto a las ciencias sociales y humanas como base de la producción. En segundo lugar, espacios vinculados a la producción específica y a las prácticas profesionales, que consolidan las capacidades para asistir en la producción de contenidos digitales, periodísticos, mediáticos, audiovisuales y sonoros.

Las asignaturas y talleres que componen la malla curricular se organizan en módulos de 30, 60 y 120 horas lectivas. El régimen de cursado de los espacios curriculares de 30 horas es *bimestral*; el de los espacios curriculares de 60 horas es *cuatrimestral*, y el de los espacios curriculares de 120 horas es *anual*.



Finalmente, al aprobar el 50% del Plan de estudios y los módulos de Idioma de la carrera de grado, se otorgará el Título de Bachiller Universitario en Ciencias Sociales, según lo reglamentado por las Ordenanzas HCS N° 08/2001 y N° 06/2000 de la Universidad Nacional de Córdoba. Se trata de un Título intermedio con validez oficial, reconocido por el Ministerio de Educación de la Nación, que señala el cumplimiento de un ciclo formativo en ciencias sociales.

Esto habilita la formación de un sujeto de aprendizaje más autónomo con capacidad de elegir de acuerdo a sus intereses y expectativas, así como favorece la interdisciplina en la formación integral del egresado, incluyendo la posibilidad de acreditar las experiencias de intercambio estudiantil e internacionalización en la malla curricular.



1.6. Contenidos Mínimos

CICLO INTRODUCTORIO

1- Taller de Lectura y escritura académica

Taller que aborda el ingreso al campo académico y disciplinar de la Comunicación. Características y convenciones de los textos académicos. Estrategias de lectura, escritura y oralidad como procesos situados y articulados en el estudio universitario. Recursos discursivos, retóricos y gramaticales. Técnicas de estudio y comprensión de textos: herramientas y estrategias que facilitan el estudio del estudiante en el proceso de aprendizaje.

2- Introducción a las carreras de comunicación

Esta asignatura introduce a la vida y la ciudadanía universitaria. Aproximaciones al campo de la comunicación y sus alcances profesionales: periodismo y producción de contenidos multimediales, comunicación institucional, investigación en comunicación. Niveles y componentes de la comunicación social: macro, meso y micro. Introducción a los medios y las mediaciones.

PRIMER AÑO

PRIMER CUATRIMESTRE

3- Prácticas de lenguaje

La oración y el texto. Componentes y estructuras. Estructuras oracionales: valor y uso en el discurso periodístico. Normativa gramatical: reglas generales de acentuación y de puntuación. El texto periodístico. Enunciado, texto y discurso: conceptos y características. Contexto de situación, lector modelo, elementos paratextuales. Especificidades de las distintas tipologías textuales. Narración. Argumentación. Explicación. Conversación. Introducción a los géneros profesionales de la comunicación: regularidades propias de los textos vinculados a las prácticas comunicativas.



4 - Taller de Cultura digital

Revolución digital y tendencias culturales: cambios en las formas de comunicación. Creación de contenidos: storytelling, micronarrativas, creaciones colectivas. Edición de imágenes, videos, audio y contenido web. Estrategias de interacción para redes. Gestión de información: búsqueda, filtrado y seguridad de la información. Principales redes sociales. Redes y elaboración de noticias. Periodistas polivalentes. El community manager: funciones y herramientas. Contenido generado por usuarios, humanos, algoritmos e inteligencia artificial.

5 - Investigación en comunicación

Introducción al pensamiento científico. La producción de datos científicos. Agendas contemporáneas de investigación en comunicación. Organismos científicos, consultorías, instituciones estatales. Espacios institucionales de investigación en la Universidad. Aproximación al campo profesional y a los enfoques cualitativos y cuantitativos. La investigación en la práctica: gráficas, muestreos, entrevistas, focus group, análisis del discurso.

6 - Historia social contemporánea

Revoluciones y nuevos modelos político-ideológicos, económicos y laborales. El orden del siglo XX: capitalismo, bloques, regiones. Siglo XXI: nuevas relaciones entre los países. El impacto de la tecnología en el mundo laboral. Nuevas crisis del capitalismo. Países emergentes y nuevos bloques. Necesidades globales actuales: energía, alimentos y seguridad. El poder de la red social y el imperialismo digital.

7 - Taller de Innovación y creatividad en comunicación

Herramientas y técnicas de creatividad e innovación. El proceso creativo. Creatividad aplicada a la producción de contenidos y resolución de problemas en comunicación. Habilidades no tradicionales. Herramientas de *design thinking*, elaboración experiencial de prototipos y estrategias de innovación para desarrollo de soluciones creativas. Creación de



universos narrativos.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

8 - Narrativas mediáticas

El discurso narrativo. Narración, tiempo, sujetos. Tipos de narraciones mediáticas en diversos lenguajes y soportes. Narrar a partir de datos: gráficos, líneas de tiempo, infografías, viñetas, entre otros. Estructura de los relatos y construcción de sentido en los medios. Formas de contar y configurar el mundo. Producción de sentido y construcción de enunciadores, destinatarios y vínculos.

9- Periodismo y contenidos digitales

Géneros periodísticos tradicionales y nuevos. Contenidos periodísticos digitales. Fuentes y documentación digital. Formatos digitales. Periodismo en plataformas, aplicaciones, dispositivos móviles. Construcción de comunidades y audiencias. Uso periodístico de las redes. Redacción para medios digitales. Articulaciones interdisciplinarias para la producción: programación, algoritmos, software libre, inteligencia artificial.

10 - Comunicación en las organizaciones

Introducción al campo profesional y disciplinar. Conceptualizaciones en torno a las nociones “institución” y “organización”. Sectores institucionales: público, privado, tercer sector. El comunicador como articulador de relaciones y vínculos en las organizaciones. Diferentes fases del proceso de diagnóstico e intervención en la comunicación institucional.

11 - Introducción a los estudios de la comunicación

Historia de los estudios de la comunicación: mapa de teorías, escuelas y perspectivas teóricas. Efectos sociales de los medios. Mediaciones y mutaciones: una mirada al ecosistema comunicacional contemporáneo.



12 - Movimientos culturales, arte y comunicación I

Arte, estética, cultura: aproximaciones teóricas. Prácticas artísticas clásicas, de vanguardia, callejeras y populares. Vinculación de géneros periodísticos a experiencias del arte y la cultura contemporánea. El comunicador como gestor cultural. El consumo del arte como experiencia de aprendizaje y producción.

SEGUNDO AÑO

ANUAL

13 - Narrativas audiovisuales

Introducción a las narrativas audiovisuales: tipos y estructura de las narrativas audiovisuales. Elementos narrativos: Personajes, diálogos, trama, conflictos, puntos de giro y giros argumentales. Narrativa visual: Planos, encuadres, movimientos de cámara, composición, iluminación, color y simbolismo visual. Estructuración interna del relato: el tiempo y el espacio. Universo diegético y extradiegético. Focalización y punto de vista. Redacción de guiones en diferentes formatos y géneros. Las nuevas formas de la narrativa audiovisual para medios digitales. Las narrativas transmedia.

PRIMER CUATRIMESTRE

14 - Taller de Edición audiovisual

Principios básicos de la edición. Edición de imagen y sonido en la línea del tiempo. Color y diseño de títulos. Manipulación digital de la imagen. Opciones de exportación y conversión. Usos específicos de herramientas de edición. Capacitación en manejo de software de edición audiovisual.

15 - Conducción y locución I

Conducción y locución audiovisual. Elementos del lenguaje y la comunicación ante cámara. El espacio y el movimiento en el encuadre. La gestualidad corporal de acuerdo a los planos. El uso de la voz: respiración, colocación, proyección. Expresividad. La actitud para comunicar: cambios de clima, de plano y movimiento. La expresión verbal, claridad sonora, tono, timbre, ritmo adecuado. Interpretación. Conducción periodística en diferentes géneros y formatos audiovisuales.



16- Teorías de la Comunicación I

Teorías sobre los medios masivos de comunicación. Paradigma funcionalista: la teoría hipodérmica y el modelo de Lasswell. El estudio de los efectos a largo plazo: gatekeeping y newsmaking. Teorías del periodismo: distorsión, agendas, noticiabilidad, rutinas productivas, valores/noticias. Paradigma crítico: comunicación y cultura. Escuela de Frankfurt. La industria cultural y la cultura unidimensional. La concepción de los efectos de los medios masivos de comunicación.

17 - Historia argentina contemporánea

La Ley Sáenz Peña y la primera experiencia democrática. Crisis del modelo agro-exportador y del consenso liberal. Implementación del modelo sustitutivo de importaciones (ISI). Los gobiernos peronistas y la democracia del bienestar. El Estado burocrático autoritario, el ciclo de protesta social y la radicalización política e ideológica. El tercer gobierno peronista, crisis de la ISI y violencia política. Terrorismo de Estado y desindustrialización. Democratización, neoliberalismo y exclusión social. La crisis del 2001. La pugna por el modelo de acumulación: políticas redistributivas versus políticas regresivas.

18- Taller de Diseño gráfico y composición visual

Componentes del lenguaje visual y el diseño gráfico: ilustración, tipografía, color, diagramación, logotipos, composiciones fotográficas. Fundamentos y principios de la composición visual. Distribución de la información y composición de una pieza. Introducción a las imágenes vectoriales. Técnicas y herramientas digitales de composición para diseño gráfico. Manejo de software especializado.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

19- Gestión de contenidos digitales y big data

Tipo de fuentes de datos e información digital. Necesidades informativas en diferentes modalidades de periodismo y producción de contenidos en red. Proceso de búsqueda, recuperación y evaluación de información en bases de datos, plataformas y repositorios



digitales. Análisis documental formal y software de gestión de referencias y documentación y de gestión del conocimiento.

20- Taller de Edición y montaje sonoro

Principios generales de la edición sonora. Manejo de consola de grabación y producción radial. Adobe audition, audacity para la edición de audio. Edición sonora para redes sociales. Nuevos soportes: radio online, podcast, streaming.

21- Formatos sonoros contemporáneos

Audio digital: características y tendencias. Nuevos soportes, plataformas y aplicaciones de audio. Nuevos formatos. Hibridaciones. Procesos de producción. Audiencia y comunidad. Modalidades de consumo de audio. Experiencias comunicacionales mediatizadas por el sonido. Variables de contenido y estéticas. Producción de entretenimiento, dramática y educativa. El lenguaje sonoro en el espacio público y cultural.

22 - Narrativas transmediales

Social media. Diseño digital interactivo. Creaciones inmersivas (videojuegos, museos) y realidad virtual. Realidad aumentada. Elementos de la composición del relato en narrativas transmedia. Transmedia storytelling, fanfiction, webdocs, webseries, movisodios. Proyectos narrativos transmedia y narrativas no lineales. El rol de los fans, prosumidores y translectores. Transmedia y crossmedia. Variantes narrativas de la Web 3.0. Articulaciones interplataformas. Característica del diseño centrado en el usuario (DCU), experiencia de usuario (UX) e interfaz de usuario (UI). Disrupción colectiva: manifiestos, derivas, happenings y arte performático.

23 - Comunicación, género y diversidades

Dimensión epistemológica, política y ética del género. Estudios de género y feminismos en clave sociohistórica. El carácter androcéntrico de los medios y las plataformas. Perspectiva de género en la esfera mediatizada y enfoque de derechos humanos. Leyes y políticas



públicas sobre comunicación, género y sexualidades. Violencia de género, simbólica y mediática: representaciones, estigmas y estereotipos. Abordaje periodístico no sexista: uso inclusivo del lenguaje, nuevas agendas y diversidad de fuentes. Indicadores de género para medios y monitoreo.

24- Idioma extranjero I

Contenidos de lecto-comprensión de inglés en textos específicos del campo de la comunicación y el periodismo. Comprende contenidos de idioma técnico para acceder a lecturas básicas de textos periodísticos, técnicos-científicos y adquirir habilidades de comprensión auditiva y de expresión oral para comunicarse en ámbitos académicos profesionales. Se reconocerán los idiomas en el marco de la Ord. HCS N° 08/2014 y Resol HCD N° 326/2018.



1.7. Condiciones de ingreso, requisitos de cursado, permanencia y egreso

Condiciones de ingreso

Se requiere para la inscripción tener estudios secundarios finalizados. En el caso de estudiantes extranjeros, deben cumplimentar con los requisitos expuestos en las Res. HCS 1731/18 y Ord. HCS N° 16/2008 y Ord. HCS 6/2018, o las que se encuentren vigentes. Los mayores de 25 años que no hayan finalizado sus estudios secundarios excepcionalmente podrán ingresar a estudiar la carrera, siempre y cuando cumplan con los requisitos de la Ord. HCS 6/2019 o la que se encuentre vigente.

Requisitos de cursado y permanencia

Para el cursado y permanencia en la tecnicatura en Comunicación digital se deben cumplimentar con los requisitos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de la Universidad Nacional de Córdoba, de acuerdo al régimen de enseñanza Res FCC. 983/2017.

La estructura del Plan de estudio de la Tecnicatura en Comunicación Digital permite el cursado y la aprobación de sus asignaturas y con relación a las correlatividades, serán establecidas en un acto administrativo específico y posterior a la aprobación del Plan.

Requisitos de Egreso

Los estudiantes obtienen el título de **Técnico/a Universitario/a en Comunicación digital** con la aprobación de las materias que integran el ciclo introductorio, y los espacios curriculares correspondientes a primer año y segundo año exigidos en este plan de estudios y acreditar un mínimo de 141 RTF.

El estudiante deberá cumplir con los requisitos establecidos en la Ordenanza 04-HCS-2016 y su reglamentación del Programa de Compromiso Social Estudiantil de la UNC.



1.8. Instancias de seguimiento del plan de estudio

El seguimiento del Plan de Estudios se realizará a través de una Comisión mixta de Evaluación y Seguimiento del Plan de Estudio de la Tecnicatura en Comunicación digital integrada por representantes (docentes, estudiantes avanzados, no docentes del área de enseñanza y egresados de la Carrera) propuestos por la secretaría de asuntos académicos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba.

2. Sistema de correlatividades y plan de transición

2.1. Sistema de correlatividades

La estructura del Plan de estudio de la Tecnicatura en Comunicación Digital permite el cursado y la aprobación de sus asignaturas y con relación a las correlatividades, serán establecidas en un acto administrativo específico y posterior a la aprobación del Plan.

2.2. Plan de transición

a. Fecha en que se comenzará a implementar el nuevo plan

Desde el momento que resulte validado el título de la carrera y reconocido oficialmente por el Ministerio de Educación de la Nación, se dará comienzo a la implementación de manera escalonada, con el dictado del primer año del Plan de Estudio, anexando el dictado gradual de los años sucesivos en cada ciclo lectivo, hasta completar los años de duración total de la carrera.



Ciclo Lectivo	Tecnicatura en Comunicación digital	Licenciatura en Comunicación social
	Ciclo Introductorio y 1° año	2° a 5° año
	Ciclo Introductorio- 1° y 2° año	3° a 5° año
	Ciclo Introductorio- 1° y 2° año	4° a 5° año
	Ciclo Introductorio- 1° y 2° año	5° año
	Ciclo Introductorio- 1° y 2° año	_____

b. Fecha de caducidad del plan anterior

En la Licenciatura en Comunicación social (Plan 93) se prevé un cese progresivo del dictado y toma de exámenes de las asignaturas que componen ese Plan de estudio. A medida que se comience a dictar la nueva carrera cesará el dictado gradual del plan de la Licenciatura en Comunicación social (93).

Los estudiantes que soliciten el cambio de carrera, podrán aprobar las equivalencias que se establecen en el punto c) Grilla de reconocimiento de actividades curriculares entre ambos planes.



c. Criterios, mecanismos y plazos establecidos para el cambio de plan

Grilla de reconocimiento de actividades curriculares entre ambos planes

Tabla de Reconocimiento de Trayectos Formativos entre la Tecnicatura en Comunicación digital y la Licenciatura en Comunicación Social (Plan 93) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación UNC.

Tecnicatura en Comunicación digital	Lic. en Comunicación Social
Taller de Lectura y escritura académica	Técnicas de estudio y comprensión de textos
Introducción a las carreras de comunicación	Introducción a la carrera de comunicación social
Prácticas de lenguaje	Lenguaje I y producción gráfica
Taller de Cultura digital	Seminario Nuevas tecnologías
Investigación en comunicación	Taller: metodología de la investigación aplicada
Historia social contemporánea	Historia Social Contemporánea
Taller de Innovación y creatividad en comunicación	-----
Narrativas mediáticas	-----
Periodismo y contenidos digitales	Redacción periodística I
Comunicación en las organizaciones	Comunicación institucional
Introducción a los estudios de comunicación	Introducción a la comunicación Social
Movimientos culturales, arte y comunicación I	Movimientos Estéticos y cultura argentina
Narrativas audiovisuales	Narración televisiva I
Taller de Edición audiovisual	-----
Conducción y locución I	Conducción periodística en televisión
Teorías de la comunicación I	Teorías de la comunicación I
Historia argentina contemporánea	Historia argentina contemporánea
Taller de Diseño gráfico y composición visual	Taller de Comunicación visual
Gestión de contenidos digitales y big data	Documentación Periodística
Taller de edición y montaje sonoro	Taller sonido y musicalización
Formatos sonoros contemporáneos	Producción radiofónica
Narrativas transmediales	-----
Comunicación, periodismo y género	-----
Idioma extranjero I	Inglés



3. Factibilidad Económica

La Facultad de Ciencias de la Comunicación cuenta con los recursos humanos y la infraestructura para garantizar el dictado de la nueva carrera propuesta. La Unidad Académica dispone de cargos docentes (inc. 1 de su presupuesto) para el dictado de las materias propuestas; asimismo, algunos cargos docentes provienen de la reconversión de asignaturas que dejan de dictarse, cuyos profesores migran a asignaturas nuevas que pertenecen a la misma área disciplinar.

En la actualidad, existe una carrera de grado, la Licenciatura en Comunicación Social; tres carreras de pregrado: Tecnicatura Universitaria en Periodismo deportivo, Tecnicatura universitaria en Gestión de la comunicación turística, Profesorado universitario en Comunicación Social; y 5 (cinco) carreras de posgrado: Doctorado en comunicación social; Maestría en Comunicación institucional digital, Maestría en periodismo digital, Especialización en Lenguaje y comunicación digital y Especialización en Comunicación pública de la ciencia y periodismo científico.

La unidad académica cuenta con un cuerpo docente adecuado a la propuesta curricular de la Tecnicatura en Comunicación Digital, con amplias trayectorias en diferentes áreas teóricas, metodológicas y de producción para diferentes medios y lenguajes. Se trata de una planta docente actualizada, con formación de postgrado, con trayectorias profesionales consolidadas, y con capacidades para la docencia, la transferencia y la extensión. La mayor parte de estos docentes realizan actividades de investigación y transferencia en los numerosos equipos y programas subsidiados por SECyT-UNC, en los proyectos institucionales (SECyT-UNC y FCC) dedicados a investigaciones y a la Comunicación pública de la ciencia, y en los equipos, laboratorios y observatorios del Centro de Investigaciones de Periodismo y Comunicación de la Facultad (CIPECO). En el Instituto de Investigación en Expresión, Comunicación y Tecnologías (IECET) de doble dependencia CONICET-UNC, por otro lado, se desempeñan becarios e investigadores de carrera que constituyen recursos humanos idóneos en este campo.



Por otro lado, la Facultad cuenta con una planta no docente actualizada, categorizada y experta en las tareas pertinentes, con gran capacidad para la asistencia técnica y administrativa en las áreas académicas, de investigación, de extensión, de postgrado, internacionalización, concursos y servicios bibliotecológicos. Asimismo, al contar con tecnicaturas a distancia y con personal e infraestructura tecnológica idónea, se garantizan también los procesos híbridos. En relación al campo de la producción en medios y multimedios, cuenta tanto con los docentes de Cátedras como con personal técnico especializado en Gabinetes de producción y asistentes tecnológicos, docentes y nodocentes.

Equipamiento e infraestructura

La Facultad cuenta con las condiciones tecnológicas que garantizan el acceso a computadoras, equipamientos de grabación y producción para radio, televisión, gráfica y multimedia, equipamientos para la producción y edición sonora, aulas tecnológicas y áreas para para la producción multimedia. También la infraestructura garantiza el desarrollo de las actividades teóricas, prácticas y de producción, y otras actividades propias de la vida académica, social y política universitaria.

En este sentido, cuenta con una importante cantidad de aulas, la mayoría de gran envergadura, aulas híbridas, Auditorio, Biblioteca, Sala de profesores, Cantina, espacio de Radio Revés, Gabinete de Radio, Aula Tecnológica Ardizzone, Área de Red Mate, CEPIC (143,05 m² en Planta baja, 764.05 m² en primer piso, 222,73 m² en segundo piso). A esto se suma un edificio inaugurado recientemente que cuenta con tres pisos para aulas con capacidad para 600 estudiantes.

Por otro lado, existen instalaciones específicas para investigación, transferencia y postgrado en el edificio de calle Rondeau 467, primer piso, en el que funciona la Unidad Ejecutora doble dependencia UNC-CONICET, el Instituto de Comunicación Institucional (IECET) y el Centro de Investigaciones de Periodismo y Comunicación (CIPeCo). En estas instalaciones existe infraestructura tecnológica para diversas actividades académicas y espacios administrativos.



Así, la Facultad cuenta con un cuerpo docente capacitado para el dictado de las carreras propuestas, e infraestructura disponible con instalaciones acordes para la realización de actividades áulicas y de formación.





Universidad Nacional de Córdoba
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

Hoja Adicional de Firmas
Informe Gráfico

Número:

Referencia: Tecnicatura Universitaria en Comunicación Digital

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 24 pagina/s.