UNIVERSIDAD NACIONAL DE PILAR

PILAR, 17 JUN 2026

REFERENCIA: 027 / 2024

VISTO, el Expediente N°27/2024 por el tramita el plan de estudio de la Licenciatura en Comunicación; la Ley de Educación Superior N°24.521; la Resolución N° 556/2025 de la Secretaría de Educación; el Estatuto de la Universidad; el Proyecto Institucional; la Resolución del Consejo Superior N°50/2025 y;

CONSIDERANDO:

Que la Ley de Educación Superior N°24.521 (LES) establece en el artículo 28 inciso a) que "son funciones básicas de las instituciones universitarias: Formar y capacitar científicos, profesionales, docentes y técnicos, capaces de actuar con solidez profesional, responsabilidad, espíritu crítico y reflexivo, mentalidad creadora, sentido ético y sensibilidad social, atendiendo a las demandas individuales, en particular de las personas con discapacidad, desventaja o marginalidad, y a los requerimientos nacionales y regionales";

Que la autonomía académica e institucional de las instituciones universitarias reconocida en el artículo 29 LES comprende, entre otros aspectos, la atribución de crear carreras universitarias de grado y de posgrado, formular y desarrollar planes de estudio;

Que según el artículo 6 del Estatuto, es un objetivo específico de esta Universidad organizar y desarrollar propuestas académicas de pregrado, grado y posgrado en sus diferentes modalidades;

Que mediante Resolución N°55/2024 del 11 de diciembre de 2024, tramitada a través del Expediente de referencia, este Consejo Superior creó la carrera Tecnicatura Universitaria en Comunicación Digital en el ámbito de la Facultad de Desarrollo Humano y aprobó su plan de estudios;

Que, asimismo, mediante las Resoluciones N°5/2025 y 38/2025 se aprobaron, respectivamente, el régimen de correlatividades y la adaptación del plan de estudios de la Tecnicatura Universitaria en Comunicación Digital al nuevo Sistema Argentino de Créditos Académicos Universitarios (SACAU);

Que según se prevé en el Proyecto Institucional, la Universidad Nacional de Pilar pretende complementar el tramo de la Tecnicatura Universitaria con una

propuesta de grado, proyectando la Licenciatura en Comunicación como una de las carreras a dictarse en el ámbito de la Facultad de Desarrollo Humano;

Que mediante Resolución N°3/2026 el Consejo Directivo de la Facultad de Desarrollo Humano propuso la creación de la Licenciatura en Comunicación y elevó el plan de estudio a través de la Rectora de la Universidad;

Que según los deberes y atribuciones conferidas por el artículo 35, inciso o) del Estatuto, corresponde a la Rectora de la Universidad elevar al Consejo Superior los planes de estudio de las carreras para su consideración;

Que el proyecto remitido cuenta con las adaptaciones necesarias para dar cumplimiento a las disposiciones contenidas en la Resolución N°556/2025 de la Secretaría de Educación, que resuelve que las instituciones universitarias podrán incorporar el Sistema Argentino de Créditos Académicos (SACAU) a los planes de estudio vigentes en carreras de pregrado y grado en el marco de los artículos 42 y 43 de la Ley de Educación Superior;

Que según las atribuciones conferidas por el artículo 24, inciso l) del Estatuto de la Universidad, corresponde al Consejo Superior "crear o modificar los planes de estudio, el alcance de los títulos y grados académicos a otorgar por la Universidad, reglamentar las cuestiones referidas a equivalencias y reválida de títulos expedidos por instituciones extranjeras";

Que en función de lo manifestado, corresponde realizar las gestiones necesarias ante la Dirección Nacional de Gestión Universitaria (DNGU) a los efectos de obtener la acreditación de la carrera y su correspondiente validez nacional del título de Licenciado/a en Comunicación emitido por esta Universidad;

Que la Rectora remite las actuaciones a la Dirección de Asuntos Legales;

Que ha tomado intervención la Dirección de Asuntos Legales;

Que la Rectora remite lo actuado para su tratamiento en la Comisión de Enseñanza, atento a lo establecido en el Reglamento interno del Consejo Superior;

Que reunida la Comisión de Enseñanza del Consejo Superior, se evalúa lo actuado y emite su dictamen con criterio favorable;

Que en virtud del artículo 22 del Estatuto de la Universidad, la Rectora integrará el Consejo Superior de la Universidad;

Que la presente medida se dicta en uso de las atribuciones conferidas por el artículo 24 del Estatuto de la Universidad y el Reglamento interno del Consejo Superior.

Por ello,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PILAR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Aprobar la creación de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Nacional de Pilar, en el ámbito de la Facultad de Desarrollo Humano.

ARTÍCULO 2°.- Aprobar el plan de estudio de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Nacional de Pilar, que como anexo único forma parte de la presente Resolución, a todos los efectos.

ARTÍCULO 3°.- Instruir a la Secretaría Académica a que, a través de la Dirección de Gestión Curricular, realice las gestiones necesarias ante la Dirección Nacional de Gestión Universitaria (DNGU) a los efectos de obtener la acreditación de la carrera y su correspondiente validez nacional del título de Licenciado/a en Comunicación emitido por esta Universidad.

ARTÍCULO 4°.- Registrar, comunicar y archivar.

RESOLUCIÓN C.S. N° 049 / 2026

Mariano Fernández Ameghino
Secretaría Consejo Superior
UNIVERSIDAD NAC. DE PILAR

Elizabeth D. Wanger
Rectora
UNIVERSIDAD NAC. DE PILAR

Anexo único

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN

1. Denominaciones generales

Denominación de la propuesta: Licenciatura en Comunicación

Certificación a otorgar: Licenciado/a en Comunicación

Modalidad de la propuesta: presencial

Duración de la propuesta: 4 años (8 cuatrimestres)

Horas de interacción pedagógica: 2.276 horas

Cantidad de créditos: 240

2. Fundamentación

La Universidad Nacional de Pilar busca impulsar y fomentar el desarrollo social, productivo, tecnológico, sanitario y educativo a nivel local, regional y nacional, mediante la producción de conocimiento y las innovaciones científico-tecnológicas, garantizando el derecho de las personas a la educación superior, el compromiso social con su comunidad y formación académica de calidad.

En línea con estos principios, la Universidad Nacional de Pilar se compromete a brindar una oferta académica integral e innovadora, tanto en el contenido como en el formato y en el enfoque pedagógico.

La propuesta académica se basa en un exhaustivo diagnóstico socio-económico articulado con las prospectivas de los sectores que serán clave en el desarrollo nacional de la Argentina que viene, atendiendo principalmente a las emergentes necesidades del sector productivo, sanitario y social, y al constante cambio tecnológico en el cual se encuentra inmersa nuestra sociedad.

Las distintas propuestas de formación que se dictan en la universidad y su diseño surgen a partir de la convicción por formar profesionales no sólo para la sociedad que habitamos hoy, sino para la sociedad del futuro y con una impronta profundamente humanista.

La Licenciatura en Comunicación de la Universidad Nacional de Pilar reviste una importancia fundamental en el contexto educativo, científico y comunicativo del país. En la era de la información, la cultura algorítmica y la convergencia mediática, la comunicación se constituye como una disciplina científica y profesional esencial para la investigación, producción y gestión estratégica de nuevas narrativas a través de múltiples plataformas. Esta formación de grado no

sólo robustece la industria de la comunicación a nivel local y regional, sino que contribuye activamente al enriquecimiento de la cultura, la creatividad y la innovación tecnológica en la sociedad argentina en su conjunto, promoviendo un futuro comunicativo más inclusivo, diverso, soberano y federal. La propuesta académica de la Licenciatura se integra de manera colaborativa e interdisciplinaria en el entorno universitario. De este modo, la carrera tiene como objetivo preparar a profesionales capaces de concebir, investigar, diseñar, producir y liderar de forma estratégica narrativas transmedia y discursos que se desplieguen a través de diferentes canales. Esto abarca desde plataformas digitales, redes sociales y medios tradicionales, hasta la analítica de audiencias, la gestión comunitaria, el desarrollo de inteligencias artificiales y entornos especulativos de interacción humana. En la actualidad, la formación en el campo de la comunicación digital en Argentina suele encontrarse fragmentada o limitada a programas técnicos de corta duración centrados exclusivamente en la capacitación instrumental y en el uso operativo de herramientas de software. Frente a este escenario, la Licenciatura propone una propuesta superadora mediante un trayecto de grado de cuatro años de duración. Esto permite garantizar una rigurosa formación epistemológica, metodológica y sociológica que promueva la comprensión crítica de la economía política de la comunicación, los ecosistemas de plataformas y las dinámicas socioculturales contemporáneas. Contar con graduados/as con una visión humanista y analítica es indispensable para liderar la transformación de las políticas públicas de inclusión digital, soberanía tecnológica y diseñar los futuros posibles de la comunicación en nuestra sociedad.

3. Objetivos

- Formar profesionales y realizadores capaces de diseñar, dirigir e implementar estrategias comunicacionales y narrativas transmedia creativas e innovadoras, respondiendo de manera proactiva y crítica a un entorno mediático, algorítmico y tecnológico en constante transformación.

- Fortalecer el desarrollo de políticas y propuestas tendientes a la inclusión digital y la soberanía tecnológica, a partir del aporte de graduados/as capacitados para investigar, diagnosticar e intervenir en el territorio desde un enfoque epistemológico complejo, situado y problematizado.

- Impulsar y liderar espacios de investigación científica, producción multimodal, innovación y creatividad; que articulen las ciencias sociales

con las tecnologías emergentes y las dinámicas de la cultura digital contemporánea.

- Gestionar y optimizar de forma integral las estrategias de comunicación y la analítica de datos en distintos ámbitos públicos, privados y comunitarios, promoviendo una perspectiva ética, humanista y de construcción ciudadana.

4. Perfil del/la egresado/a

El/la egresado/a de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Nacional de Pilar será un/a profesional de grado con una sólida formación epistemológica, metodológica y humanista, altamente preparado/a para liderar, investigar y transformar los procesos comunicacionales contemporáneos en el ecosistema de plataformas, entornos algorítmicos y medios digitales. Estará capacitado/a para diseñar, dirigir y evaluar estrategias de comunicación complejas y narrativas transmedia que involucren activamente a las audiencias mediante dinámicas interactivas, éticas y significativas. Asimismo, poseerá una mirada crítica y situada que lo/la habilitará para diagnosticar problemáticas socioculturales, gestionar proyectos en el territorio y protagonizar debates y acciones orientadas al diseño de políticas públicas de inclusión digital y soberanía tecnológica.

Por lo tanto, el/la licenciado/a de la Universidad Nacional de Pilar poseerá:

- Capacidad de dirección estratégica y conceptual: Conocimientos profundos sobre teorías de la comunicación, economía política de las plataformas y cultura algorítmica, que le permitirán diseñar, gestionar y coordinar narrativas transmedia complejas y estrategias de comunicación integrales en el ámbito público, privado y comunitario.

- Competencia metodológica y analítica: Idoneidad para formular y conducir investigaciones científicas aplicadas en ciencias sociales mediante el uso de metodologías nativas digitales tales como la etnografía virtual, social listening (proceso de monitorear, recopilar y analizar las conversaciones públicas que ocurren en internet sobre una marca, industria, competidores o temas específicos), análisis de redes y visualización crítica de datos para comprender el comportamiento de usuarios y audiencias.
- Criterio de gestión técnico-estética: Saberes integrales sobre las lógicas de producción multimodal, semiótica de interfaces y narrativas

interactivas, que le permitirán supervisar y coordinar equipos interdisciplinarios de diseño, realización audiovisual, automatización y desarrollo tecnológico.

- Liderazgo de proyectos situados y compromiso ético: Capacidad para formular, administrar y auditar proyectos comunicacionales complejos, integrando la dimensión territorial con la virtual bajo estrictos parámetros éticos de privacidad, accesibilidad, derechos humanos y equidad social.

5. Alcance del título

El/la egresado/a de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Nacional de Pilar estará plenamente facultado/a para:

- Dirigir, diseñar y evaluar de forma integral campañas comunicacionales complejas y estrategias político-institucionales en ecosistemas mediáticos y plataformas digitales.

- Coordinar y supervisar de manera estratégica la adopción, implementación y optimización de herramientas tecnológicas, entornos algorítmicos y lenguajes multimodales para la creación, curaduría y distribución de contenidos transmedia.

- Planificar, gestionar y liderar organizaciones, consultoras, emprendimientos independientes, unidades de comunicación corporativa y servicios de comunicación multimedial, tanto en el sector público, privado como socio-comunitario.

- Concebir, formular y auditar proyectos de investigación aplicada y consultoría estratégica que integren la analítica de datos, el estudio de audiencias y la comunicación situada en el territorio.

- Diseñar, desarrollar y dirigir proyectos de innovación sociotecnológica, nuevos medios y políticas públicas orientadas a la inclusión digital y la soberanía comunicacional.

6. Requisitos de ingreso

Acreditar estudios secundarios completos y finalizar el Curso Preuniversitario de bienvenida (CPB). Excepcionalmente, los mayores de 25 años que no posean

título secundario, según lo establece el Artículo 7° de la Ley de Educación Superior 24.521, podrán ingresar siempre que demuestren los conocimientos necesarios a través de las evaluaciones que realice la universidad.

7. Organización general del plan de estudios

La carrera está conformada por 4 campos de formación que se complementan y articulan:

- **Campo de formación general (CFG)**
- **Campo de formación básica (CFB)**
- **Campo de formación específica (CFES)**
- **Campo de prácticas y desarrollo profesional (CPDP)**

Campo de Formación General (CFG)

Este campo de formación es común a todas las carreras de la universidad.

ASIGNATURAS DEL CFG			
ASIGNATURAS	**RÉGIMEN DE CURSADO**	**HORAS SEMANALES**	**CARGA HORARIA TOTAL**
Taller de lectura y escritura académica	Cuatrimestral	2	32
Introducción a la cultura digital	Cuatrimestral	2	32
Elementos para la comprensión de lengua extranjera	Cuatrimestral	2	32
Elementos para la comunicación en lengua extranjera	Cuatrimestral	2	32
Seminario a elección I	Cuatrimestral	2	32
Seminario a elección II	Cuatrimestral	2	32

Seminario de formación general a elección

El seminario de formación general es obligatorio y los/as estudiantes deben elegir entre una variada oferta de propuestas. Tienen como objetivo ampliar los horizontes culturales de los/as estudiantes en función de sus propios intereses y de modo tal de traspasar los límites de la formación específica elegida.

Campo de formación básica (CFB)

ASIGNATURAS DEL CFB			
ASIGNATURAS	**RÉGIMEN DE CURSADO**	**HORAS SEMANALES**	**CARGA HORARIA TOTAL**
Introducción a la comunicación digital	Cuatrimestral	4	64
Mercadotecnia y contenidos digitales	Cuatrimestral	4	64
Problemáticas contemporáneas y medios de comunicación	Cuatrimestral	3	48

Campo de formación específica (CFES)

ASIGNATURAS DEL CFES			
ASIGNATURAS	**RÉGIMEN DE CURSADO**	**HORAS SEMANALES**	**CARGA HORARIA TOTAL**
Introducción al diseño digital interactivo	Cuatrimestral	4	64
Taller de escritura creativa para plataformas digitales	Cuatrimestral	6	96
Comunicación y derechos	Cuatrimestral	3	48
Taller de edición de sonido para piezas digitales	Cuatrimestral	6	96
Taller de comunicación estratégica y gestión de contenidos	Cuatrimestral	6	96
Taller de producción audiovisual	Cuatrimestral	6	96
Sociología de la cultura y redes digitales	Cuatrimestral	6	96
Semiótica de interfaces y narrativas digitales	Cuatrimestral	6	96
Antropología de los ecosistemas digitales	Cuatrimestral	4	64
Economía política de la comunicación	Cuatrimestral	6	96
Comunicación política y opinión pública	Cuatrimestral	6	96
Historia de los medios y cultura de plataformas	Cuatrimestral	4	64
Analítica digital, datos y audiencias	Cuatrimestral	6	96

Laboratorio de prácticas territoriales y comunicación situada	Cuatrimestral	6	96
Inteligencia artificial, cultura algorítmica y diseño de futuros	Cuatrimestral	6	96
Epistemología y metodologías de investigación	Cuatrimestral	4	64

Campo de prácticas y desarrollo profesional (CPDP)

ASIGNATURAS DEL CPDP			
ASIGNATURAS	**RÉGIMEN DE CURSADO**	**HORAS SEMANALES**	**CARGA HORARIA TOTAL**
Taller de formulación y desarrollo de proyectos sociocomunitarios	Cuatrimestral	4	64
Taller de producción y narrativa transmedia I	Cuatrimestral	6	96
Taller de producción y narrativa transmedia II	Cuatrimestral	4	64
Práctica profesional: realización de proyectos de comunicación digitales	Cuatrimestral	4	64
Laboratorio de proyecto integrador	Cuatrimestral	2	32
Proyecto integrador: comunicación y futuro	Cuatrimestral	4	64
Práctica profesional: comunicación estratégica y digital	Cuatrimestral	6	96

7.1 Estructura curricular

LICENCIADO/A EN COMUNICACIÓN

Cod PE	Asignatura	Régimen de cursada	Hs. IP				Hs. TAE	Hs. TTE	CRE
			Semanal	Teórica	Práctica	Total			
1ER AÑO									
1ER CUATRIMESTRE									
1	Introducción a la comunicación digital	Cuatrimestral	2	32	32	64	111	175	7
2	Taller de producción y narrativa transmedia I	Cuatrimestral	6	32	64	96	129	225	9
3	Taller de lectura y escritura académica	Cuatrimestral	2	16	16	32	93	125	5
4	Introducción a la cultura digital	Cuatrimestral	2	16	16	32	93	125	5
2DO CUATRIMESTRE									
5	Introducción al diseño digital interactivo	Cuatrimestral	4	32	32	64	111	175	7
6	Taller de escritura creativa para plataformas digitales	Cuatrimestral	6	32	64	96	129	225	9
7	Mercadotecnia y contenidos digitales	Cuatrimestral	4	32	32	64	111	175	7
8	Comunicación y derechos	Cuatrimestral	2	16	16	32	93	125	5
2DO AÑO									
3ER CUATRIMESTRE									
9	Taller de producción y narrativa transmedia II	Cuatrimestral	4	32	32	64	111	175	7

10	Taller de edición de sonido para piezas digitales	Cuatri mestral	6	32	64	96	129	225	9
11	Problemáticas contemporáneas y medios de comunicación	Cuatri mestral	2	16	16	32	93	125	5
12	Elementos para la comprensión de lengua extranjera	Cuatri mestral	2	16	16	32	93	125	5
13	Taller de formulación y desarrollo de proyectos sociocomunitarios	Cuatri mestral	4	16	48	64	111	175	7
4TO CUATRIMESTRE									
14	Taller de comunicación estratégica y gestión de contenidos	Cuatri mestral	6	32	64	96	129	225	9
15	Taller de producción audiovisual	Cuatri mestral	6	32	64	96	129	225	9
16	Seminario a elección I	Cuatri mestral	2	32	-	32	93	125	5
17	Práctica profesional: realización de proyectos de comunicación digitales	Cuatri mestral	4	16	8	64	111	175	7
3ER AÑO									
5TO CUATRIMESTRE									
18	Sociología de la cultura y redes digitales	Cuatri mestral	6	48	48	96	129	225	9

19	Semiótica de interfaces y narrativas digitales	Cuatri mestral	6	48	48	96	129	225	9
20	Antropología de los ecosistemas digitales	Cuatri mestral	4	32	32	64	111	175	7
6TO CUATRIMESTRE									
21	Economía política de la comunicación	Cuatri mestral	6	48	48	96	129	225	9
22	Comunicació n política y opinión pública	Cuatri mestral	6	48	48	96	129	225	9
23	Historia de los medios y cultura de plataformas	Cuatri mestral	4	32	32	64	111	175	7
24	Laboratorio de proyecto integrador	Cuatri mestral	2	-	32	32	93	125	5
4TO AÑO									
7TO CUATRIMESTRE									
25	Analítica digital, datos y audiencias	Cuatri mestral	6	-	96	96	129	225	9
26	Laboratorio de prácticas territoriales y comunicación situada	Cuatri mestral	6	-	96	96	129	225	9
27	Elementos para la comunicación en lengua extranjera	Cuatri mestral	2	16	16	32	93	125	5
28	Proyecto integrador:	Cuatri mestral	4	-	64	64	111	175	7

	comunicación y futuro								
8VO CUATRIMESTRE									
29	Inteligencia artificial, cultura algorítmica y diseño de futuros	Cuatri mestral	6	48	48	96	129	225	9
30	Epistemología y metodologías de investigación	Cuatri mestral	4	48	48	64	111	175	7
31	Seminario a elección II	Cuatri mestral	2	32	-	32	93	125	5
32	Práctica profesional: comunicación estratégica y digital	Cuatri mestral	6	-	96	96	129	225	9
33	Experiencias formativas acreditables (EFA)				100	100	100	200	8
2276							3724	6000	240

Hs. IP: Horas de interacción pedagógica
Hs. TAE: Horas de trabajo autónomo del/de la estudiante
Hs. TTE: Horas de trabajo total del/de la estudiante
CRE: Créditos. Unidad de tiempo total de trabajo académico

8. Contenidos mínimos

Introducción a la comunicación digital

Perspectiva comunicacional. La comunicación como herramienta para la comprensión de la realidad socio-cultural y política y la generación de propuestas de cambio. Perspectivas teórico/metodológicas sobre la planificación y gestión de procesos comunicacionales. Comunicación para el cambio social. Desarrollo de herramientas y técnicas para la planificación y gestión de la comunicación en los procesos comunicacionales. Características de la comunicación digital. desintermediación, inmediatez y omnicanalidad.

Investigación de la percepción, la cognición y la motivación humanas en el contexto de la comunicación. Análisis de las influencias y del impacto en las audiencias y la efectividad de los mensajes. Persuasión, empatía, la teoría de la comunicación. Modalidades de la comunicación no verbal: Proxémica, kinésica, paralingüística, entre otras.

Taller de producción y narrativa transmedia I

Concepto de estrategia y comunicación estratégica. Etapas de pre-producción: Definición de objetivos. Concepto de interfaz, soportes y lenguajes. Decisiones clave para pensar una estrategia transmedia. La producción transmedia: selección de dispositivos y plataformas.Guión transmedia. Construcción de relatos: contenidos y procesos de un guión. Conjunción texto/imagen. Hipertexto. Mapas de navegación y diagramación.

Taller de lectura y escritura académica

Introducción a la lectura y escritura académica. Lectura exploratoria, lectura comprensiva, lectura crítica. Tipos textuales. Géneros discursivos académicos: artículos científicos, ensayos académicos, informes académicos. Estrategias de lectura académica: comprensión de textos académicos, identificación de la estructura del texto, identificación de las ideas principales y de otras voces. Estrategias de escritura académica: planificación, redacción y revisión de un texto académico. Reglas de citado: normas APA. Prácticas de lectura y escritura.

Introducción a la cultura digital

Web 2.0. - Web 3.0. Lectura y escritura en la nube: hipertextualidad e hipermedialidad. Búsqueda de información: criterios, análisis e interpretación de fuentes de información. Escritura colaborativa. Nuevas formas de producir conocimiento en las redes. Comunidad de práctica. Lenguaje audiovisual: producción e interpretación. Narrativas transmedia: convergencia de formatos. Convergencia tecnológica. Inteligencia artificial. La identidad y la subjetividad en el ecosistema digital.

Introducción al diseño digital interactivo

Importancia del diseño interactivo en la comunicación digital. Diseño visual para medios digitales. Principios de diseño gráfico digital. Narrativa digital y storytelling. Modos de color de las imágenes RGB y CMYK. Síntesis de contenido. Jerarquización, equilibrio. Contexto tecnológico y software de diseño de interfaz. Diseño Centrado en Usuario (UX), metodologías y procesos de diseño de sistemas. Introducción al análisis heurístico y la usabilidad. Accesibilidad, diseño

de interfaces, metodología y diseños de sistemas. Herramientas y software de diseño: canva, Adobe, otras. La noción de experiencia, la creación de experiencias, la experiencia del usuario UX e IA.

Taller de escritura creativa para plataformas digitales

Creación y exploración de textos para diferentes entornos y plataformas digitales, web, redes sociales, presentaciones y otros formatos digitales. Narrativa web. Optimización para motores de búsqueda, Creación de contenido viral y el uso estratégico. Trabajo colaborativo y prácticas de escritura. Redacción y escritura creativa para plataformas. Referencias culturales y literarias, de la poesía a la crónica narrativa. Uso de la IA para mejora de sus textos e impacto en redes. Funcionamiento de las plataformas y el estudio de sus oportunidades para comunicar, especialmente de la función del texto en los tipos de piezas y comunicaciones generadas para redes. Estructura básica de la noticia. Descripción, narración, crónica de suplantación, crónica narrativa, crónica de no ficción, otros géneros literarios y recursos expresivos. Sistema SEO y SEM, predictibilidad y algoritmos.

Mercadotecnia y contenidos digitales

Herramientas de mercadotecnia digital medición de impacto y resultados de los contenidos digitales. Los medios análogos y digitales de comunicación y representación. La circulación de contenidos en la era de la información. Lo digital como proceso de construcción de sentido. Clasificación de los contenidos digitales. Creación, difusión y almacenamiento de contenidos en el entorno digital. Estrategias de producción y distribución de contenidos en plataformas digitales. la planificación de medios, planificación de estrategias de contenidos, el rol del community manager como generador de contenidos digitales. Desafíos y oportunidades de la comunicación digital. Tipos de contenidos digitales: gifs animados, infografías, piezas para redes, medios digitales, La competencia por la atención. Articulación de lenguajes en medios. Fenómenos digitales. Principales plataformas de mercadotecnia, su funcionalidades y diferencias. El fenómeno viral.

Comunicación y derechos

Los derechos, conceptos y características. Marco jurídico nacional e internacional. Sistemas de protección internacionales: sistema universal y sistema interamericano. Declaración Universal de los DDHH. El sistema de Naciones Unidas y los sistemas regionales. Corte Interamericana de Derechos Humanos. Derechos humanos en las sociedades del presente. Comunicación y

género. Deconstrucción de discursos hegemónicos en términos de disputa y producción de sentidos. Derechos y sus dimensiones jurídico-políticas. Significaciones coyunturales. Relación democracia-memorias. Identidades y diversidades en los medios de comunicación.

Taller de producción y narrativa transmedia II

Gestión de contenidos. Guión transmedia. Etapas, contenidos y procesos de un guión. Conjunción texto/imagen. Hipertexto. Mapas de navegación y diagramación. Construcción de relatos. El rol del comunicador en la construcción de relatos. Desafíos en el nuevo ecosistema de medios y plataformas.

Taller de edición de sonido para piezas digitales

Teoría general del sonido. Espectro sonoro. Unidades de medición y variables. Hertz, decibel, longitud de onda. Sistemas de grabación analógicos y digitales. Micrófonos direccionales y omnidireccionales. Edición de sonido y proceso de mezcla, mono, estéreo y surround. Ecualización. Balance. Niveles. Narrativas sonoras. Construcción y armado de la banda sonora. Fuentes diegéticas y extradiegéticas. Creación de los ambientes y simulación de los espacios. Folley. Voz off. Sincronismo.

Problemáticas contemporáneas y medios de comunicación

Desarrollo de los medios masivos de comunicación. Historia de internet. El impacto del desarrollo tecnológico en nuestros procesos sociales, políticos y culturales. Medios como tecnología e ideología, actores y sujetos de transformaciones sociales. Economía política de la comunicación. Conformación de los mercados mediáticos y culturales. Validación y explicitación de fuentes y citas. Contextualización de la información. Periodismo digital y periodismo tradicional. Nuevas pantallas, la televisión y YouTube. Herramientas para el rastreo y visualización de la información. Proceso de gestión de medios digitales. Nuevas tendencias y emergentes en el ecosistema mediático contemporáneo. Escuelas de comunicación, interaccionismo simbólico, estudios culturales, comunicación estratégica. Lecturas coyunturales a partir de escuelas comunicacionales.

Elementos para la comprensión de lengua extranjera

El inglés como lengua franca en el ámbito académico y profesional. Introducción a las herramientas digitales para el acceso, la comprensión y la corrección de textos en inglés: diccionarios en línea, traductores e IA. Aplicación de

herramientas digitales para la traducción y la comprensión de textos complejos. Introducción al análisis del discurso: conceptos clave y aplicaciones al inglés académico. Análisis de géneros textuales especializados: artículos científicos, informes técnicos, presentaciones, etc. Identificación de estructuras discursivas y elementos lingüísticos propios de cada género. Uso de corpus lingüísticos para el análisis de textos especializados. Estrategias de lectura para la comprensión global de textos escritos en inglés: skimming y scanning, palabras clave, índices tipográficos, palabras conceptuales y estructurales, organización textual, anticipación y predicción. Referentes contextuales: anafóricos y catafóricos; elipsis. Morfología: sufijos y prefijos. Categoría de palabras. Estructura de la información en la definición. Instrucción. Relaciones lógicas entre proposiciones: adición, contraste, causa y efecto, enumeración. Tiempos verbales simples. Accesibilidad a las lenguas extranjeras a través de las plataformas de aprendizaje en línea (MOOCs, LMS), las aplicaciones móviles para aprendizaje de lenguas y los podcasts educativos. Claves y herramientas para el acceso y comprensión de recursos multimedia (vídeos, podcasts), así como de conferencias online: transcripciones/subtítulos interactivos, slow-motion, escucha activa, simulaciones.

Taller de formulación y desarrollo de proyectos sociocomunitarios

Fundamentos conceptuales y epistemológicos de los métodos de investigación. Pensamiento epistémico y pensamiento teórico. Pensamiento complejo. La construcción del pensamiento científico. Los diseños de investigación en el campo disciplinar y las técnicas de relevamiento de información. La prospectiva estratégica para el planeamiento de proyectos sociocomunitarios. Diseño y desarrollo de proyectos vinculados al campo profesional. Experiencias de desarrollo de proyectos sociocomunitarios. Estrategias y herramientas de gestión de proyectos. Conducción y liderazgo. Trabajo en equipo. Comunicación. Políticas públicas vinculadas a los proyectos. Promoción e integración en redes comunitarias, académicas, científicas, etc.

Taller de comunicación estratégica y gestión de contenidos

La comunicación estratégica. Modelos de planificación y gestión de contenidos e identidades digitales. Proyectos híbridos y multidisciplinarios. Creación de contenido digital y su difusión en redes sociales y plataformas en línea. Pensamiento estratégico y planificación integrada de contenidos digitales. La gestión de perfiles en redes sociales. Estrategias de marketing digital, analítica web y la optimización para alcanzar audiencias en línea. Comunicación en las organizaciones, comunicación interna, comunicación institucional,

comunicación Enactiva.

Taller de producción audiovisual

Diseño de plan de trabajo y realización. Etapas de la producción: preproducción, producción y posproducción. El proceso de producción de mensajes. Guión. Producciones informativas, educativas y de entretenimiento. Uso de celulares cómo herramienta de trabajo. El lenguaje audiovisual como herramienta de comunicación.

Seminario a elección I

Las/os estudiantes deberán cursar un seminario de formación general entre los que se presentan en el anexo del presente diseño.

Práctica profesional: realización de proyectos de comunicación digitales

Delimitación del objeto comunicacional con fines de planificación. Problemas del campo comunicacional, especificidad y multiplicidad. Programas y proyectos de comunicación. Evaluación previa al diseño del plan. Propuesta metodológica para definir un proyecto estratégico de comunicación. Organización de actividades. Programación de estructura operacional: Pert y Gantt. La posición del comunicador: diseñador de planes normativos; gestionador de planes estratégicos Tipos de evaluación estratégica. Criterios para selección: momento que se realiza, quién la lleva adelante y su naturaleza. Modelos de evaluación de comunicación. Diseño de los objetivos del plan de evaluación de acuerdo al tipo y modelo de evaluación.

Sociología de la cultura y redes digitales

Transformaciones socioculturales en el ecosistema digital. Teorías contemporáneas de la cultura y la comunicación. Plataformas digitales y nuevas formas de socialización. Economías de la atención. Polarización, cámaras de eco y fragmentación de públicos. Producción de subjetividades en redes. Cultura participativa y dinámicas colaborativas.

Semiótica de interfaces y narrativas digitales

Introducción a las principales corrientes de la semiótica general y sus herramientas analíticas para el estudio de los sistemas de significación. El signo, los procesos de producción de sentido y los modelos teórico-metodológicos aplicados a los lenguajes contemporáneos. Semiótica contemporánea aplicada a medios digitales. Interfaces y arquitectura del sentido. UX (experiencia de usuario), diseño de interacción y construcción ideológica de la experiencia

digital. Narrativas transmedia. Discursos algorítmicos y circulación multimodal del sentido. Producción simbólica en plataformas.

Antropología de los ecosistemas digitales

Antropología. Antropología digital y etnografía virtual. Comunidades online y culturas de plataforma. Vínculos híbridos y formas contemporáneas de presencialidad. Ritualidad digital. Algoritmos y vida cotidiana. Tecnologías, cuerpo e imaginación social. Análisis de los procesos de subjetivación e identidad en entornos hiperconectados y su impacto en los lazos comunitarios. Exploración de herramientas metodológicas transversales orientadas a promover el humanismo y el encuentro en la diversidad cultural.

Economía política de la comunicación

Economía política de la comunicación. Industrias culturales y plataformas digitales. Soberanía tecnológica. Regulación de plataformas, datos personales y neutralidad de la red. Legislación nacional e internacional. Concentración y monopolios digitales. Debates sobre ciudadanía digital y estructuras comunicacionales contemporáneas para analizar conglomerados mediáticos y límites legislativos. Soberanía tecnológica. Políticas nacionales de la comunicación.

Comunicación política y opinión pública

Transformaciones de la comunicación política en plataformas digitales. Campañas, activismo y microsegmentación. Fake news (difusión de información falsa que se hace pasar por contenido periodístico), fact-checking (proceso periodístico que investiga la veracidad de declaraciones, noticias virales y datos que circulan en el debate público). Análisis crítico de fenómenos de polarización, violencia discursiva y los llamados 'discursos de odio' (comunicaciones o comportamientos que estigmatizan, discriminan o incitan a la violencia contra una persona o grupo en plataformas digitales). Opinión pública digital. Estrategias de construcción de agenda y framing (encuadre mediático). Agenda y Agencia. Psicología del comportamiento, conductismo y manipulación mediática.

Historia de los medios y cultura de plataformas

Historia sociológica de los medios. Historia de los medios masivos y digitales. Transformaciones tecnológicas y culturales de la comunicación y del ser humano. Del broadcasting (transmisión masiva de señales de audio o video a una audiencia amplia de forma simultánea a la lógica de plataformas). Evolución de las audiencias y la esfera pública. Concentración mediática y Big Tech (empresas de tecnología más grandes e influyentes del mundo). Perspectivas latinoamericanas sobre medios y cultura.

Laboratorio de proyecto integrador

Diseño y formulación del trabajo final integrador. Construcción del problema de investigación o intervención. Prospectiva y evaluación de impacto. Metodologías proyectuales. Integración teórico-práctica de los contenidos de la carrera.

Analítica digital, datos y audiencias

Métricas digitales y análisis de comportamiento de usuarios. Social listening (proceso de monitorear, recopilar y analizar las conversaciones públicas que ocurren en internet sobre una marca, industria, competidores o temas específicos). Visualización de datos. Analítica web y plataformas sociales. Introducción a minería de datos y automatización de procesos. Interpretación crítica de indicadores. Aplicación estratégica de datos para el diseño de campañas comunicacionales transmedia y la optimización de contenidos en entornos competitivos. Análisis crítico de la microsegmentación, la privacidad de los usuarios y los dilemas éticos en la gestión de grandes volúmenes de información.

Laboratorio de prácticas territoriales y comunicación situada

Diseño de intervenciones comunicacionales en territorio. Comunicación comunitaria y trabajo colaborativo. Técnicas corporales y dinámicas grupales. Producción situada. Experiencias híbridas entre presencialidad y virtualidad. Estrategias de mediación social y cultural. Herramientas transversales para promover el humanismo y encuentro.

Elementos para la comunicación en lengua extranjera

Habilidades conversacionales en inglés. Fluidez, pronunciación y vocabulario. Comunicación Interpersonal. Conversaciones Cotidianas: presentaciones, intercambio de información personal. Comunicación Técnica: conversaciones en situaciones específicas. Reuniones presenciales y virtuales, congresos y conferencias. Debate y discusión: argumentación y persuasión. Estructura de argumentos, técnicas de persuasión. Debates sobre temas de actualidad. Presentación oral: técnicas de presentación. Organización de contenido, uso de recursos visuales.

Proyecto integrador: comunicación y futuro

Producción de una investigación original o de un proyecto comunicacional complejo acompañado de memoria crítica y fundamentación teórica. Defensa pública del mismo.

Inteligencia artificial, cultura algorítmica y diseño de futuros

IA generativa y comunicación. Automatización de contenidos. Curaduría algorítmica y prompt engineering (Construcción de instrucciones para modelos generativos). Ética y sesgos de la inteligencia artificial. Deepfakes (videos, imágenes o audios generados o alterados mediante inteligencia artificial), verificación y crisis de verdad. Prospectiva estratégica y diseño de futuros posibles. Ficción y no ficción especulativa. Las narrativas emergentes.

Epistemología y metodologías de investigación

Epistemología y conocimiento conectado: Debates contemporáneos sobre virtualidad, interactividad y estatuto científico de la comunicación en la era de las plataformas. Vínculos conceptuales entre tecnologías, subjetividad, inteligencia artificial, algoritmos y producción social del conocimiento. Metodologías nativas digitales: Diseños de investigación cualitativos, cuantitativos e híbridos adaptados a ecosistemas digitales. Etnografía digital y virtual para el estudio de comunidades online, audiencias transmedia, consumos culturales y culturas de plataforma. Giro algorítmico y métodos aplicados: técnicas de relevamiento digital: social listening (proceso de monitorear, recopilar y analizar las conversaciones públicas que ocurren en internet sobre una marca, industria, competidores o temas específicos), rastreo y scraping de datos (técnica para extraer información de forma automática de sitios web y redes sociales para analizar mensajes, tendencias y opiniones públicas) . Introducción a la minería de datos, semiótica de interfaces, análisis de narrativas multimodales e interpretación crítica y visualización de indicadores. Ética y territorio: Ética de la investigación en plataformas: privacidad, consentimiento, protección de datos y sesgos de la IA. Articulación metodológica entre la investigación virtual y la comunicación situada en el territorio.

Seminario a elección II

Las/os estudiantes deberán cursar un seminario de formación general entre los que se presentan en el anexo del presente diseño.

Práctica profesional: comunicación estratégica y digital

Inserción profesional en instituciones públicas, privadas, comunitarias o culturales. Desarrollo de proyectos situados. Tutorías académicas y seguimiento institucional. Aplicación práctica de herramientas analíticas, estratégicas y proyectuales. Planificación, ejecución y evaluación de intervenciones comunicacionales específicas orientadas a resolver problemáticas reales del entorno socio-productivo y cultural. Diagnóstico organizacional, mapeo de actores clave y diseño de estrategias multimedia, transmedia o de comunicación situada, según los requerimientos específicos del espacio de inserción.

Sistematización de la práctica mediante la elaboración de informes diagnósticos preliminares, bitácoras de campo y una memoria técnica final que integre los fundamentos teóricos de la carrera con la experiencia empírica. Proceso formativo acompañado por un sistema dual de tutorías periódicas y personalizadas a cargo de un docente orientador de la universidad y un supervisor institucional en el centro de práctica. Desarrollo de competencias profesionales clave asociadas al liderazgo de equipos, la ética en el manejo de la información, la toma de decisiones estratégicas, la adaptabilidad tecnológica y el compromiso con la comunidad.

Experiencias formativas acreditables

Las/os estudiantes deberán participar de experiencias formativas acreditables (EFA), actividades que promueven la construcción de saberes, habilidades, competencias y aptitudes que se espera que se desarrollen como parte del perfil de egreso.

SEMINARIOS DE FORMACIÓN GENERAL ELECTIVOS

Descubrimientos científicos recientes

Introducción a la ciencia: definición de ciencia, métodos científicos, tipos de ciencia. Elementos del pensamiento científico. Descubrimientos científicos recientes y relevantes en diferentes áreas: Física, química, biología, medicina, ingeniería, biotecnología. Impacto de los descubrimientos científicos en la sociedad: impacto social, económico, tecnológico, ambiental. Descubrimientos científicos en el campo de la física, en el campo de la química, en el campo de la biología, en el campo de la salud, en el ámbito de la ingeniería. Nuevas tecnologías para el avance científico tecnológico.

Ciencia, tecnología y sociedad

Introducción a la ciencia, la tecnología y la sociedad: Definición de ciencia, tecnología, sociedad, interacción entre ciencia, tecnología y sociedad. Historia de la ciencia y la tecnología: Los principales avances científicos y tecnológicos a lo largo de la historia, el impacto de la ciencia y la tecnología en la sociedad. La naturaleza del conocimiento científico y tecnológico, la ética de la ciencia y la tecnología. Políticas de ciencia y tecnología: financiamiento de la ciencia y la tecnología, sus regulaciones. El sistema científico tecnológico en Argentina.

Música y ritmos populares

Introducción a la música popular argentina: Definición de música popular. Historia de la música popular argentina: los orígenes de la música popular argentina, sus principales períodos, los principales artistas y grupos de la música popular argentina. Géneros musicales populares argentinos: el tango, el folclore, la cumbia, el rock. Las nuevas tendencias de música popular. Los instrumentos musicales más utilizados en Argentina. La danza en la música popular argentina: principales danzas. Fiestas populares argentinas. Apreciación musical y expresión artística.

Itinerarios musicales

Música y sociedad. La música como fenómeno social y cultural. La música en las diferentes culturas. La música como expresión de emociones y sentimientos. Los principales períodos de la historia de la música. Los compositores y obras más importantes de cada período. Los géneros musicales más relevantes. Análisis musical: los elementos básicos de la música; el análisis de obras musicales. La

escucha activa de música. La interpretación musical. La creación musical.

Itinerarios artísticos

Introducción a los conceptos básicos del arte: definición de arte, historia del arte, géneros artísticos, técnicas artísticas. Análisis de obras de arte: Desarrollo de habilidades para la apreciación y el análisis de obras de arte, tanto visuales como escénicas. Conocimiento de diferentes manifestaciones artísticas: Pintura, escultura, arquitectura, música, danza, teatro, cine. Arte y sociedad: la función del arte en la sociedad, el contexto histórico y social de las obras de arte, manifestaciones artísticas en diferentes culturas, el diálogo entre las culturas a través del arte, etc. El impacto de la tecnología en el arte, las nuevas formas de creación artística.

Cultura visual y expresión artística contemporánea

Introducción a la cultura visual. El papel de la cultura visual en la sociedad. La cultura visual como herramienta de comunicación. Elementos y tipos de cultura visual. Expresión artística contemporánea. Identificación de las tendencias artísticas contemporáneas. Medios y técnicas artísticas contemporáneas. Análisis de obras de arte contemporáneas. Práctica artística. Experimentación con diferentes medios y técnicas artísticas. Creación de obras de arte personales. La cultura visual como herramienta de expresión y transformación social.

Mundo Literatura

¿Qué es la literatura? ¿Por qué un texto es literario? Acercamiento a la diversidad de temas, argumentos y propuestas estéticas que conforman los recursos literarios. Introducción a la potencialidad y riqueza de lo literario en la búsqueda del sentido de manera abierta e inconclusa: ambigüedades, vacíos, paradojas e interrogaciones. Análisis de obras con énfasis en el disfrute y la interpretación participativa.

Cine y Teatro: los clásicos

Construcción del placer estético. Introducción al conocimiento del lenguaje cinematográfico. ¿Qué es el cine? La mirada del espectador. El montaje como medio significante. Las distintas escuelas cinematográficas de la historia y sus influencias. Análisis de obras con énfasis en el disfrute y la interpretación participativa. Selección filmografía mundial y argentina. Introducción al conocimiento del lenguaje teatral. Circuitos teatrales de Ciudad de Buenos Aires y Zona Norte: teatro oficial, teatro independiente, teatro comunitario. Análisis de obras con énfasis en el disfrute y la interpretación participativa. Selección de

obras en cartel al momento de la cursada. Selección de obras virtualizadas.

Introducción al pensamiento nacional

Historia del pensamiento nacional argentino. Sus principales corrientes de pensamiento: el pensamiento liberal, el pensamiento conservador, el pensamiento radical, el pensamiento socialista, el pensamiento peronista. El concepto de nación en las diversas vertientes de pensamiento. Los principales exponentes del pensamiento nacional argentino: Juan Bautista Alberdi, Domingo Faustino Sarmiento, José Hernández, José de San Martín, Juan Manuel de Rosas, Hipólito Yrigoyen, Juan Domingo Perón, Arturo Jauretche, las mujeres socialistas (Julieta Lanteri, Elvira Rawson, Raquel Camaña). Las relaciones entre el pensamiento nacional argentino y el pensamiento latinoamericano. El pensamiento nacional argentino en la actualidad: las continuidades y las rupturas. Los nuevos desafíos.

Realidad Pilar

Conocer el Partido de Pilar: ubicación, características socio-demográficas, características geográficas. Sus localidades. Historia del Partido de Pilar: los orígenes, los principales acontecimientos históricos. El tratado del Pilar. Economía: principales sectores económicos, principales empresas, el empleo, las posibilidades de desarrollo de la localidad. La población, la educación, la salud, la cultura, el deporte. El entramado social y comunitario de Pilar. Gobierno del Partido de Pilar: la estructura del gobierno, sus competencias, los principales actores políticos. Los principales problemas del distrito y su abordaje.

Derechos humanos: memoria presente

Incorporación de la perspectiva de derechos humanos en la formación. Intersectorialidad y transversalidad de los derechos humanos. Concepto y evolución de los derechos humanos a nivel global y en Latinoamérica. Golpes de Estado en Argentina. Terrorismo de Estado. Responsabilidad empresaria: los casos de Ford y Mercedes Benz. El legado de Memoria, Verdad y Justicia. El genocidio, como práctica social y los discursos negacionistas. Vinculación entre violaciones a los derechos humanos del pasado y del presente. Interseccionalidad: derechos de las mujeres y colectivos LGBTTQ, derechos indígenas, derechos de lxs trabajadorxs, derechos de personas con discapacidad como derechos humanos. Derechos humanos e inteligencia artificial. Políticas integrales con perspectiva de derechos humanos en el ámbito público y privado. Aportes desde la práctica profesional al fortalecimiento de la ciudadanía desde la perspectiva de derechos humanos interseccional.

Malvinas: una causa nacional

Los derechos soberanos argentinos. Historia, presente y futuro. Colonialismo y geopolítica. Fundamentos históricos, políticos, jurídicos y geográficos. El Atlántico sur y la Antártida. Integración territorial. Mapa bicontinental. América Latina y el contexto internacional. Procesos de colonización y descolonización en el siglo XX. Concierto internacional de Naciones Unidas. El conflicto bélico de 1982. Laberinto patriótico. Dictadura y Democracia. Malvinas en el siglo XXI. Recursos naturales, políticas de defensa, actores intervinientes. La causa Malvinas en la Universidad.

Mariano Fernández Ameghino
Secretaría Consejo Superior
UNIVERSIDAD NAC. DE PILAR

Elizabeth D. Wanger
Rectora
UNIVERSIDAD NAC. DE PILAR