



ANEXO I a la Resolución CD Nº 1164/16
CARRERA DE POSGRADO
“MAESTRÍA EN COMUNICACION DIGITAL INTERACTIVA – MODALIDAD A
DISTANCIA”

1. Denominación

Plan de Estudios de la carrera de posgrado de *“Maestría en Comunicación Digital Interactiva – Modalidad a Distancia”*.

2. Fundamentación

La expansión a nivel mundial de los medios digitales de comunicación produjo cambios profundos en las prácticas y rutinas de la producción de todos y cada uno de los aspectos de la vida en el siglo XXI. Cuando hablamos de comunicación digital estamos hablando del mayor grado de conexión entre las personas en la historia de la humanidad. La hipercomunicación atraviesa cada nodo del complejo entramado sociocultural, afectivo, educativo, económico y político. Todo está mutando constantemente a gran velocidad, y hay muchas cosas que replantear como las formas organizacionales, la inserción en el mercado laboral que incluye escenarios renovados tanto en beneficios como en posibilidades de precarización, el uso del lenguaje, la construcción de los relatos, distribución de los contenidos, formas de lectura, corrimiento y desaparición de las fronteras profesionales, el surgimiento de nuevas figuras, perfiles y espacios, la aparición de nuevas formas de participación social, económica y política.

El fenómeno de escala global avanza, y aunque a nuestro ámbito regional suelen llegar tardíamente las mutaciones que en estos temas se producen, la brecha es cada vez más pequeña y los recursos mayores. Es hora de pensar a futuro e intentar por una vez, prever las situaciones y anticipar tomas de posición.

El surgimiento de la llamada web 2.0, con la inclusión de espacios de expresión que permiten la producción y publicación colectiva, colaborativa, descentralizada y simple a través de blogs y wikis, la irrupción del *videoblogging* y *podcasting* (video y audio disponible bajo demanda), las formas de etiquetar y categorizar la información (folksonomías, nubes de etiquetas) y la potenciación de las comunidades y redes sociales y fundamentalmente la aparición y desarrollo de las comunicaciones móviles



siguen transformado la sociedad en su faz comunicativa que es, nada más y nada menos, que la forma de percibir y participar este mundo.

Pero lo que hay detrás de esas redes son personas. Entonces, la web 2.0 no es un mero recurso tecnológico sino la forma que adoptan los lazos sociales contemporáneos. La humanidad ha tejido redes sociales desde sus inicios. Las nuevas tecnologías de comunicación bien utilizadas sólo permiten potenciar esas redes, ampliando, por lo tanto, el concepto de sociabilidad. Es hora de pensar cómo aprovechamos las nuevas tecnologías de la información y comunicación para generar mayor y mejor sociabilidad; vale decir, mayor o mejor potencial de comunicación desde y hacia los usuarios, mayor y mejor uso de la *"capa social"*.

El poder de estas redes autogestionadas ya cuenta con importantes ejemplos a nivel mundial. Uno de los primeros casos paradigmáticos de las *"multitudes inteligentes"* fue la reacción social que provocó el 11M en España, en donde se pudo ver la acción organizada de un grupo de personas reunidas rápidamente a través del uso de los mensajes de texto de los teléfonos móviles y distribución viral, que provocaron la caída electoral del candidato oficialista a la presidencia.

La lógica convergente se funda en la digitalización del procesamiento, almacenamiento, difusión y recepción de la información y en el tendido de redes de comunicación. La conversión de todo tipo de datos analógicos a digitales, y la posibilidad de archivarlos, editarlos, y acceder a sus contenidos desde un dispositivo único ha significado una revolución comunicativa que no logramos vislumbrar en su magnitud por el sólo hecho de estar insertos en su cotidianeidad.

Esta nueva lógica de convergencia representa un cambio cultural, no reducida exclusivamente a la concepción de un proceso tecnológico que aglutina múltiples funciones mediáticas en un único dispositivo.

Será difícil insertarse en el mundo para quien no pueda comprender que asistimos a procesos simultáneos de convergencia, ya no sólo digital ni mediática, sino social entre las esferas empresaria, política, profesional, de contenidos y desarrollo tecnológico.

Esta narración transmediática está referida a una nueva estética que surge como respuesta a la convergencia de los medios, plantea nuevas exigencias a los consumidores y depende fundamentalmente de la participación activa de las comunidades de conocimientos.

Estos procesos de convergencia alteran la relación entre las tecnologías, la industria del infoentretenimiento, los diferentes mercados, los géneros y el público.



En el momento en que todo esto comenzaba a suceder en el mundo, los medios masivos de comunicación “tradicionales” estaban mayoritariamente en manos de grandes empresas multimediales. Las empresas periodísticas que hasta fines del siglo XX se especializaban en un tipo de medio (gráfico, radial o audiovisual) habían empezado a converger, ya sea por fusión entre empresas o absorción de unas a otras en poderosos “multimedios”. Ahora bien, la posibilidad de reunir a todos esos medios en uno, significó en la etapa inicial una excelente noticia para las grandes empresas de comunicación, la ecuación económica que habían hecho aún antes de la masificación de los medios digitales cerraba el círculo virtuoso.

Pero, tal como advertimos, este proceso comprende otras lógicas además de la tecnológica. La convergencia permitió abrir el juego a la posibilidad de generar contenidos informativos por fuera de los medios masivos, atravesando así otras dimensiones como las políticas de gobierno y regulaciones, el desarrollo comercial, la infraestructura, el contenido, los dispositivos y los nuevos consumidores, convertidos en “*prosumidores*” es decir productores-consumidores.

El nuevo ecosistema social se nutre de usuarios “*prosumidores*” con habilidades “*multitarea*”. Impactan en el mercado laboral la realidad del teletrabajo y la flexibilización de horarios permitida por la ubicuidad de las redes, cuyos nodos son una importante masa de jóvenes nativos digitales incorporándose con voz y voto al juego de la interacción social. En ese panorama aparecen las ‘burbujas de tiempo’ donde los nuevos medios y dispositivos móviles están destinados a jugar un rol protagónico. La situación actual está cada vez más dominada por actividades intermitentes de comunicación interpersonal y de entretenimiento. El ocio se escurre entre bloques productivos, en los tiempos de espera, en el desplazamiento de un lugar a otro. El ocio se volvió intersticial.

El antiguo paradigma sobre el que estaban programadas nuestras mentes era el de la linealidad del alfabetismo y el nuevo modo exige aprender a pensar y percibir de manera no lineal. La televisión tal como la conocemos es una especie en vías de extinción, que ya comienza ser reemplazada por el entretenimiento bajo demanda, y tendrá que ceder lugar a contenidos audiovisuales digitales de entretenimiento e información de producción espontánea y diversificada a través de las redes. El *infoentretenimiento* es una modalidad de trasmisión de conocimientos en la que deberemos ser competentes para insertar nuestros mensajes.

La nueva dinámica de interacción social entre personas hiperconectadas y muchas veces sobreocupadas, genera el reemplazo del tradicional descanso lineal por una serie de pausas mínimas que minan permanentemente el -antes irrompible- cerco del espacio laboral y/o educativo. El incesante tráfico de mensajes e intercambios breves por distintas vías requiere de una nueva pedagogía del hacer.



Hemos llegado al momento en que es tan inconcebible realizar muchas tareas sin la asistencia de una computadora, como que esa computadora esté desconectada de la red mundial. No hay manera de volver el tiempo atrás. Por otro lado, la altísima penetración social de una tecnología como los teléfonos celulares, que son cada vez más parecidos a las computadoras personales, hace vislumbrar muy cerca el momento en que ambos dispositivos, ya fusionados en uno solo, sean una extensión tecnológica de cada persona.

En ese momento –incluso más que ahora– un tiempo de espera, un traslado de un lugar a otro, significarán un espacio temporal en que inevitablemente comunicación interpersonal y entretenimiento se conjugarán simultáneamente de manera ubicua e indisoluble. La vida comienza a ser una secuencia de transiciones entre brevedades e intermitencias de todo tipo, naturaleza y origen.

Todos debemos reeducarnos en este sentido. La lectura tiende a ser ubicua, transmediática y sobre todo tiende a ser experiencial. Si desde la academia, varios venían proponiendo una pedagogía de la imagen, hoy ya deberíamos proponer una pedagogía del *hacer* y del *ser* en entornos de lectura multimedial e interactiva.

Muchas personas comienzan a comprender que las nuevas reglas del juego marcan que aislarse puede ser nocivo para el desarrollo personal y profesional. Comienza a cobrar cada vez más fuerza la idea del conocimiento colaborativo, construido en redes, que ya ha dado muestras de su poderío en la era de la conectividad (estar todo el tiempo conectado al menos a un dispositivo, es decir estar atado a algo fijo), y tiene un potencial enorme frente a la creciente hiperconectividad (estar potencialmente conectado todo el tiempo a través de al menos un dispositivo o una red).

El conocimiento colaborativo, entre otras cosas implica repensar la dinámica de la política que tendrá que ajustarse a formas de democracia nuevas y más reales, con mayor grado de participación ciudadana, lo que implica reconstruir modos de ciudadanía y cohesión social influenciados por la manera en que se desenvuelven las plataformas de redes sociales virtuales para personas reales.

Existe un desplazamiento hacia los nuevos medios digitales, interactivos *online*, con una preeminencia de aquellos que facilitan el acceso a redes sociales y a contenidos audiovisuales, dado que el compartir este tipo de contenidos es una de las actividades principales en estas redes. Es cada vez mayor la proporción de usuarios de internet que utilizan la mensajería instantánea de las redes sociales antes que el correo electrónico, ya sea para contactos de tipo personal como profesional, haciendo de este tipo de comunicación un espacio que no distingue lo personal de lo profesional, lo privado de lo público.



La Internet, inicialmente creada con fines militares y con el simple propósito de transmitir y permitir almacenar información entre varios puntos para descentralizar un centro de mando, en manos de la gente ha dado lugar al nacimiento de la web 2.0 o web social, que como ya dijimos no se trata de un simple avance tecnológico, sino de una nueva forma de sociabilidad sustentada en una filosofía que implica un modo de apropiación social de la tecnología que va a contramano de cualquier poder institucionalizado hasta ahora conocido.

La transformación se profundizará con la inminente popularización de servicios integrados de sociabilidad 2.0 a través de los dispositivos móviles. Ese será el momento de quiebre definitivo de los compartimentos estancos que antes se llamaban “ámbitos” educativo, laboral, de esparcimiento. A partir de ahora todos estos espacios coexisten en uno solo que es la vida mediatizada a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Por eso nos proponemos ver a la educación como un espacio de comunicación, dentro de un nuevo ecosistema cultural gestado en esta era de la información y el conocimiento.

2.1. Antecedentes

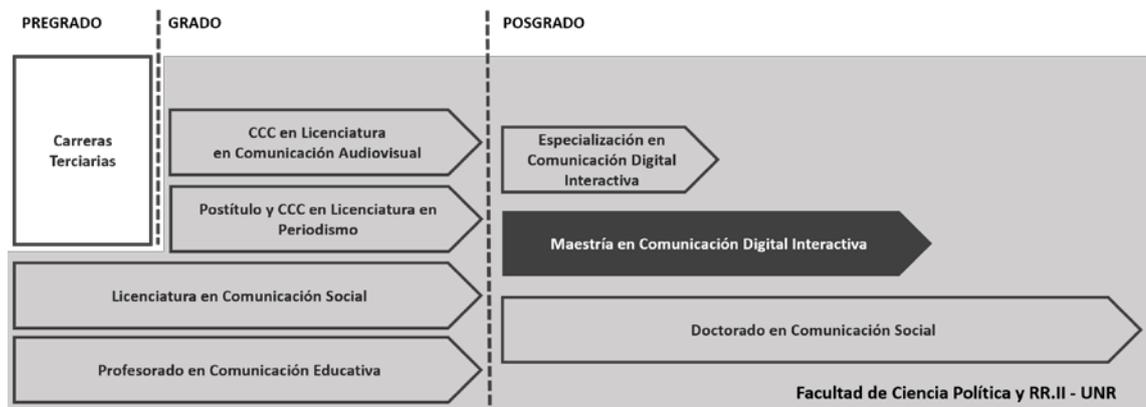
Este proyecto de carrera a distancia se basa en la experiencia desarrollada a partir de la *Especialización en Comunicación Digital Interactiva*, aprobada por Res. CD N° 0519/08 de la Facultad de Ciencia Política y RR.II., Res. CS UNR N° 306/2008 y Res. CONEAU N° 962/14 que funciona desde el 2009, y la *Maestría en Comunicación Digital Interactiva* en su modalidad presencial, aprobada por Res. CD N° 559/11 de la Facultad de Ciencia Política y RR.II., Res. CS UNR N° 178/12, Res. CS UNR N° 651/13 y Res. CONEAU N° 11.126/12 - Dictamen CONEAU Sesión N° 388/13, que se dicta desde el 2013 siendo pionera en su tipo en Argentina como en América Latina.

Junto a las tradicionales carreras de grado, la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales ha implementado, recientemente, el dictado del *Profesorado en Comunicación Educativa*, aprobado por Res. CD N° 2586/14 y Res. CS UNR N° 1075/2014. También se dicta en la institución el *Postítulo de Formación Universitaria en Comunicación Audiovisual con articulación al título de grado de Licenciado en Comunicación Audiovisual*, aprobado por Res. CD N°0174/03 de la Facultad de Ciencia Política y RR.II., Res. CS UNR N° 353/03 de la UNR y por Res. Min. N°245/04 del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación; y el *Postítulo de Formación Universitaria en Periodismo y Comunicación con articulación al título de grado de Licenciado en Periodismo* en Aprobados por Res. C.D. 1882/02 - Res. C.S. 749/02 y Res. Min. N° 302/03 del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación.

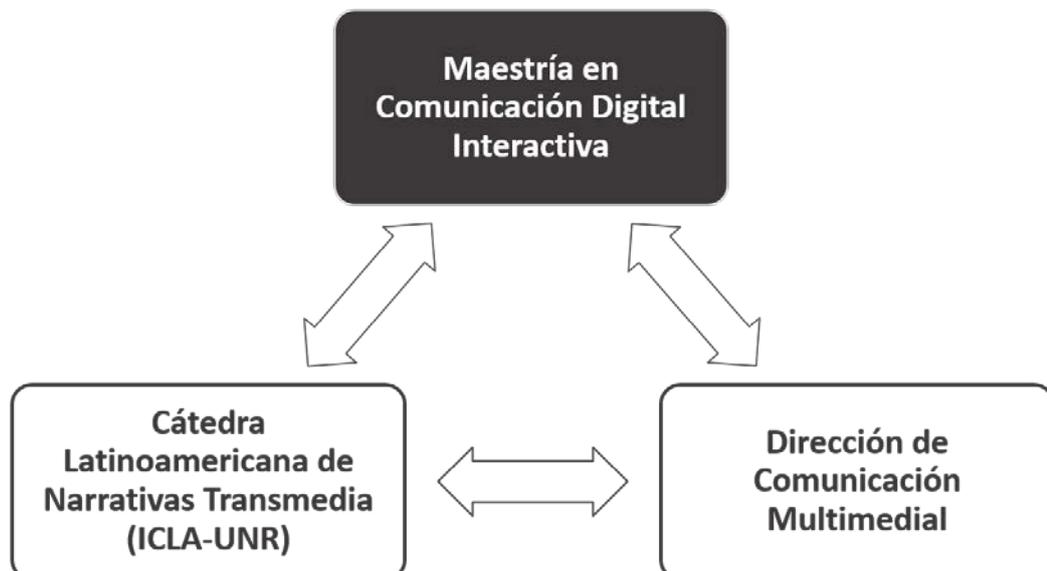


La presente Maestría, de carácter profesionalizante, se inserta, por tanto, en un universo educativo compuesto, fundamentalmente, por graduados licenciados en Comunicación Social, Periodismo y Comunicación Audiovisual, y profesores en Comunicación Educativa.

El esquema que se presenta a continuación pone de manifiesto la organización de dicho universo educativo, en el marco de la oferta académica propia de la *Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales* de la Universidad Nacional de Rosario.



Por otra parte, la *Maestría en Comunicación Digital Interactiva* trabaja de manera conjunta con la *Cátedra Latinoamericana de Narrativas Transmedia*, radicada en el *Instituto de Cooperación Latinoamericana (ICLA)* de la UNR, Res. CS Nº 4225/2014 y la *Dirección de Comunicación Multimedial*, perteneciente a la *Secretaría de Comunicación y Medios* de dicha universidad.





Entre los principales propósitos de la Cátedra, conformada por representantes de universidades latinoamericanas, se destaca constituirse como espacio de referencia en la discusión, reflexión e investigación en torno a nuevas formas narrativas. En consonancia con la *Maestría en Comunicación Digital Interactiva*, la Cátedra busca potenciar las relaciones interuniversitarias e institucionales, compartiendo experiencias de investigación y producción. Docentes y estudiantes de la carrera pueden encontrar allí un ámbito propicio para el desarrollo de sus actividades académicas.

Del mismo modo, la Dirección de Comunicación Multimedial de la UNR (encargada de diseñar y gestionar contenidos de comunicación digital para la institución, así como de emprender proyectos innovadores para múltiples plataformas) ha logrado conformar un espacio de trabajo donde los maestrandos participan activamente. En conjunto, han encarado la dirección, coordinación, diseño y desarrollo de contenidos para diplomaturas dictadas bajo modalidad educación ubicua (*mobile learning*), una experiencia pionera en Argentina en la incorporación de dispositivos móviles para la educación superior.

En este marco, la tríada conformada por la Dirección de Comunicación Multimedial, la Cátedra Latinoamericana de Narrativas Transmedia y la *Maestría en Comunicación Digital Interactiva* permite complementar instancias académicas, de investigación, de producción y práctica profesional.

3. Objetivos de la carrera

Son objetivos de la carrera *Maestría en Comunicación Digital Interactiva*:

- Desarrollar pensamiento crítico y conocimientos específicos en el campo de la comunicación interactiva y transmedia.
- Formar profesionales capacitados para diseñar, producir, gestionar y evaluar proyectos de comunicación digital interactiva y transmedia en ámbitos de convergencia tecnológica y cultural.
- Explorar las potencialidades comunicativas de nuevos soportes y plataformas emergentes, con especial énfasis en la innovación narrativa y tecnológica y en el diseño de experiencias de usuario.
- Impulsar la investigación científica en comunicación digital interactiva y transmedia, desde una mirada interdisciplinaria, así como el desarrollo, la producción y publicación de estudios locales y latinoamericanos en el campo.



4. Características de la Carrera:

4.1. Nivel

Posgrado

4.2. Modalidad

A distancia

4.3. Tipo de Maestría

Maestría Profesional

4.4. Plan de Estudios

Semiestructurado

4.5. Acreditación

Quienes cumplimenten los requisitos establecidos en el presente Plan de Estudios obtendrán el título de *"Magister en Comunicación Digital Interactiva"*.

4.6. Perfil del egresado

El *Magister en Comunicación Digital Interactiva*, será un profesional universitario con formación de posgrado y experiencia profesional capacitado para:

- Operar críticamente en la dimensión comunicativa de la trama social compleja.
- Generar nuevos escenarios de diálogo y redes participativas en entornos virtuales.
- Contribuir a la generación de modelos de producción colaborativos, abiertos, cooperativos y distribuidos.
- Diseñar, producir, gestionar y evaluar proyectos hipermedia.
- Integrar proyectos de Investigación, desarrollo e innovación (I + D + i) en comunicación digital interactiva.
- Conformar equipos interdisciplinarios para la producción de proyectos digitales hipermedia y transmedia.
- Producir contenidos digitales interactivos para diferentes entornos hipermedia y transmedia.

4.7. Requisitos de Inscripción

Podrán ser admitidos a la *Maestría en Comunicación Digital Interactiva*:



- a) Los graduados universitarios con títulos en Comunicación Social, Ciencias de la Comunicación, Comunicación Audiovisual, Periodismo u otros estudios de grado vinculados al campo de la comunicación, obtenidos en universidades nacionales o provinciales, públicas o privadas, legalmente reconocidas.
- b) Los graduados en universidades extranjeras oficialmente reconocidas en sus respectivos países, que posean títulos equivalentes a los indicados en el inciso anterior, debidamente certificados. Su admisión no significará reválida del título de grado.
- c) Quienes no posean título universitario específico en Comunicación Social, Ciencias de la Comunicación, Comunicación Audiovisual, Periodismo o similar o no tengan título universitario de grado, y hayan cursado carreras afines, de más de cuatro años de duración, en instituciones argentinas nacionales o provinciales, estatales o privadas legalmente reconocidas por las autoridades educativas correspondientes, de acuerdo a lo establecido por la Ley de Educación vigente en su artículo 39 bis. Su admisión no significará reválida del título de grado.

Para los aspirantes encuadrados en el punto b. y c. se prevé la realización de un curso obligatorio de nivelación con dos módulos: *“Teorías de la Comunicación”* y *“Lenguajes de los Medios de Comunicación”*.

Para los postulantes extranjeros de habla no española será requisito de admisión acreditar conocimiento idóneo del español.

Para la inscripción a la carrera de *“Maestría en Comunicación Digital Interactiva”* los postulantes deberán presentar:

- Solicitud de admisión consignando datos personales;
- Copia legalizada (anverso y reverso) del título universitario;
- Currículum Vitae completo con carácter de declaración jurada;
- Constancias los antecedentes declarados en el currículum en formato PDF
- Escrito con una extensión máxima de dos carillas en el cual se expliquen las expectativas por las cuales desea cursar esta carrera de posgrado.

La inscripción de los postulantes será resuelta por la *Comisión Académica* de la carrera de *“Maestría en Comunicación Digital Interactiva”*, previo análisis de las presentaciones, mediante resolución fundada. En caso de considerarse oportuno, la Comisión Académica de la carrera podrá solicitar al postulante una entrevista personal, de forma presencial o por tecnología mediada, como así también las certificaciones legalizadas correspondientes.



El cupo será establecido por la Comisión Académica, para cada cohorte de acuerdo con la disponibilidad de la infraestructura requerida para el buen desarrollo de la carrera.

5. Organización del Plan de Estudios

5.1. Áreas y módulos:

El presente Plan de Estudios está organizado en base a cinco áreas, que comprenden diferentes módulos.

El plan tiene por objetivo profundizar y actualizar los conocimientos, habilidades y aptitudes relativos a la problemática de la comunicación digital interactiva en sus diferentes escenarios de aplicación. De allí la convergencia de:

- el **Área de los lenguajes** como espacio curricular donde se desarrollan las capacidades expresivas y creativas a través de la experimentación con los distintos lenguajes y narrativas.
- el **Área teórica-epistemológica** como recorrido curricular que permite acceder a los supuestos epistemológicos que dan origen a las distintas construcciones teóricas.
- el **Área de producción** como desarrollo de la producción digital interactiva a partir de los diferentes saberes y roles específicos de un trabajo multimedia.
- el **Área electiva** como recorrido específico del ámbito de intervención profesional que aporta elementos teóricos, narrativos y metodológicos, que el maestrando optará de una oferta que la carrera implementará en cada período electivo.
- el **Área de integración** como espacio transversal de articulación de los diferentes módulos.

Dichas áreas comprenden los siguientes módulos:

Área de los lenguajes	Narrativas Transmedia
	Redacción para Medios Digitales
	Lenguajes de Programación
	Guión Transmedia
Área teórica-epistemológica	Comunicación Digital I
	Comunicación Digital II
	Regulaciones y Derecho en Comunicación
	Metodología de la Investigación



Área de producción	Diseño Digital Interactivo
	Laboratorio I: I+DOC - Webdocs y Documentales Transmedia
	Laboratorio II: Experimentación Digital
	Televisión Digital
Área electiva	Seminario Electivo I
	Seminario Electivo II
	Seminario Electivo III
Área de integración	Gestión de Proyectos
	Taller de Proyecto



5.2. Módulos y contenidos mínimos:

1.1.1. Narrativas Transmedia

Narrativas Transmedia. Diferencias entre transmedia, *crossmedia*, multiplataforma, merchandising y productos licenciados. La influencia de Henry Jenkins. Introducción a los nuevos formatos narrativos. *Transmedia Storytelling*. Estructuras y formas narrativas. *Transmedia Brainstorming*. Estrategias de co-creación multiplataforma. Nuevas ventanas, nuevas posibilidades (*Second Screens*).

Diseñar para todas las pantallas. La identidad visual y el diseño de interacción en las estrategias transmedia. Nuevas formas narrativas en la red: *fanfiction*, *webdocs*, *webseries*, *movisodios* y producción colaborativa. Transmedia para móviles y georreferencialidad. Relaciones e influencias entre las redes sociales y la televisión. La nueva televisión. Dinamización de contenidos de TV a través de redes sociales.

1.2.1. Comunicación Digital I

La Convergencia o la nueva utopía tecnológica. La Convergencia Tecnológica. La lógica de la Convergencia Cultural. La Convergencia de Medios. Nueva Economía. La burbuja



.com. Impacto en las lógicas sectoriales. Factores que (re)configuran el mercado. Instrumentaciones de la Convergencia. Los *triplayers* y los *cuatriplayers*. La coexistencia de medios y las soluciones híbridas. Nuevas estrategias de producción y difusión. Las Industrias Culturales en la era de la interactividad. El consumo cultural en la Convergencia de Medios. Convergencia y Movilidad.

1.3.1. Diseño Digital Interactivo

Entornos virtuales e interactivos. El lenguaje multimedia. Arquitectura de la información. Diferentes fases de la producción multimedia. De la idea a la producción. Planificación, diseño y desarrollo desde la perspectiva del usuario. Indización de contenidos. Estilos y paradigmas para el diseño de interfaces. Estrategia de diseño. Diseño de metáforas. Diseño mediante estilos. Accesibilidad. Guías y estándares. Usabilidad y evaluación. Métodos de evaluación. Prototipado.

1.4.1. Laboratorio I: I+DOC - Webdocs y Documentales Transmedia

Historia del Cine Documental: Cine informativo. Realismo poético. Documental social. Documental poético. Sinfonías urbanas. Documental político ('30 y '40). Documental de montaje. Documental militante europeo. Documental en la Alemania nazi. Documental bélico 2da. Guerra Mundial. Cine institucional y educativo de la Guerra Fría.

Documental de postguerra (años '50, '60 y '70): *Free cinema*, *Candid eye*, *Cinema verité*. *Direct cinema*. Entrevista y docudrama. Observador participante. Documental en primera persona. Cine autobiográfico. *Personality films*. Narrador-protagonista. Documental reconstruido / dramatizado. *Mockumentary* (falso documental). El tercer cine y la experiencia latinoamericana.

Principios y Dimensiones de una producción digital interactiva. *Webdocs* y *I-docs*: Etapas de la Producción. Aplicaciones y herramientas para la producción y desarrollo.

Documental Transmedia: Tipologías, Desarrollo y Ejecución. Narrativas espaciales y medios locativos.

1.5.1. Redacción para Medios Digitales

Características de los contenidos digitales. Hipertextualidad, Multimedialidad e Interactividad. 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.



1.6.2. Lenguajes de Programación

Introducción al HTML (*Hyper Text Markup Language*): Apariencia, funcionalidad y bloques de texto. Listas. Hiperenlaces. Elementos multimedia. Tablas. Formularios. Marcos. Metatags. Introducción a la Programación en JavaScript. Creación de hojas de estilo en cascada (*Cascading Style Sheets, CSS*).

Introducción a la Programación en PHP. MySQL. Generación dinámica de contenidos multimedia.

1.7.2. Guión Transmedia

Planificación. Historias, plataformas y tecnologías aplicadas al diseño transmedia. La biblia transmedia. Definición de Tramas. Definición de Plataformas. Diseño de Interacción. Remisiones Narrativas entre plataformas. Fases del Guión Transmedia. Experiencias de usuarios. Escritura multicapas.

1.8.2. Comunicación Digital II

El medio digital interactivo. La digitalización. Los pioneros del medio digital y la tecnología digital. La consolidación del programa interactivo. El hipermedia, el multimedia y el caso de Internet. El hipertexto: orígenes, conceptos y desarrollo. Conceptos clave relacionados con la ecología de los medios. McLuhan y sus precursores. Los padres fundadores. La nueva generación. Nueva ecología de los medios. La Mediamorfosis según Roger Fidler.

1.9.2. Laboratorio II: Experimentación Digital

Espacio de experimentación colaborativa multisoporte, multiplataforma y transmedia, donde los alumnos propondrán y desarrollarán proyectos de investigación narrativa, lenguajes y técnicas híbridas.

2.10.1. Metodología de la Investigación

Desarrollo y fundamentación de las principales corrientes metodológicas y técnicas de investigación, tanto cualitativa como cuantitativa. El proceso de investigación. Etapas del proceso de investigación en Ciencias Sociales. Elección, delimitación del objeto y el campo de la investigación. Formulación del problema a investigar. Técnicas de recolección, procesamiento y análisis de los datos. La construcción y validación de herramientas. Procesamiento y sistematización de la información cualitativa. Triangulación metodológica. Discusión de las distintas metodologías y técnicas referidas a la investigación y sus posibles aplicaciones al desarrollo de la tesis.



2.11.1. Seminario Electivo I

Espacio curricular de profundización temática. El maestrando podrá elegir el módulo de Seminario Electivo de la lista propuesta por la dirección y la coordinación pedagógica de la carrera para cada año lectivo, en orientación con su propuesta de Proyecto.

2.12.1. Regulaciones y Derecho en Comunicación

Los sujetos del derecho en comunicación. Declaraciones, garantías y derechos constitucionales. Libertad de Expresión. Servicio público y servicio privado: El rol del Estado. Marco regulatorio de los medios. Economía de los Medios y controles públicos. Contenidos y controles públicos. Marco regulatorio de las telecomunicaciones. El marco jurídico de la Convergencia. Derecho de acceso a la información. Derecho del consumidor. Propiedad intelectual. Derechos de autor y derechos conexos. Propiedad Intelectual. Licencias públicas y creativas. Los sistemas *Creative Commons*. Cesión de derechos de comunicación pública. Problemáticas vinculadas a la distribución y consumo de contenidos en Internet. Marco normativo que rige el trabajo del comunicador. Ética y valores en la práctica comunicacional.

2.13.1. Gestión de Proyectos

Paradigmas de planificación y desarrollo. Definición y características generales de un proyecto comunicación y cultura: multidisciplinariedad, creatividad, innovación y recursos humanos. Del enfoque analítico al enfoque sistémico: la complejidad del problema, análisis versus síntesis. Método y fases de un proyecto: la importancia del método, la diversidad y pluralidad de los métodos. Método del Marco lógico. El proceso de diseño detallado: análisis morfológico, funcional, estructural, de funcionamiento, tecnológico, económico, comparativo, relacional, de contextualización cultural. La estimación de costos y tiempos. La gestión de la incertidumbre: fortalezas y limitaciones de los métodos. La evaluación, los informes de avance, seguimiento y cierre. Innovación y prospectiva. Estudio de casos.

2.14.2. Seminario Electivo II

Espacio curricular de profundización temática. El maestrando podrá elegir el módulo de Seminario Electivo de la lista propuesta por la dirección y la coordinación pedagógica de la carrera para cada año lectivo, en orientación con su propuesta de Proyecto.

2.15.2. Televisión Digital

Entorno de medios digitales. Formatos de archivo y compresiones. Estructura de la TV: productores, agregadores/distribuidores y *broadcasters*. Digitalización, multiplicación de canales y demanda de contenidos.



La competencia y los holdings en TV paga: CATV, MMDS, DTH e IPTV. Los grupos regionales. *Triple play* y concentración.

Los modelos de TV digital (ATSC, DVB, ISDB) y su impacto. HDTV vs. Mayores canales. *Broadcasting* móvil. Interactividad.

Cine digital y HDTV. Nuevas modelos de producción y exhibición. Nuevas redes de distribución digital y la importancia del contenido alternativo.

IPTV y TV interactiva. El hogar digital: FTTH, media servers, dispositivos e interactividad. Personalización: lo que yo quiero, cuando yo quiero y como yo quiero.

Online TV: Sistemas P2P, VOD, TV y redes sociales. YouTube. Publicidad interactiva: rich media banners, publicidad telescópica. Hipertelevisión: nueva configuración del dispositivo televisivo.

2.16.2. Seminario Electivo III

Espacio curricular de profundización temática. El maestrando podrá elegir el módulo de Seminario Electivo de la lista propuesta por la dirección y la coordinación pedagógica de la carrera para cada año lectivo, en orientación con su propuesta de Proyecto.

2.17.2. Taller de Proyecto

El Proyecto: su lógica y estructura. Características generales del trabajo de Proyecto de maestría. Pautas de elaboración y presentación del plan. La formulación del tema, del problema y de los objetivos de investigación. 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 ubicación del problema en el contexto de teorías y perspectivas epistemológicas. La estrategia metodológica. Especificidad del abordaje de lo comunicacional en lo vinculado a lo digital interactivo en los diferentes ámbitos de aplicación. Cronograma de actividades.

Al inicio de este taller se deberá presentar la propuesta del Proyecto aprobado por la Comisión Académica.

Durante el desarrollo de este espacio curricular se instrumentará una Tutoría para el seguimiento del Proyecto. Paralelamente se deberá dar cuenta semanalmente del estado de avance de aquél en una Bitácora en línea (Blog de la Plataforma) creada a tal fin hasta la entrega del Proyecto.



5.3. Otros requisitos del Plan

18. Actividades complementarias y de investigación

(Aclaración: Se llevarán a cabo durante el segundo año de desarrollo en ambos semestres)

La *Maestría en Comunicación Digital Interactiva* contempla la realización de una serie de actividades de apoyatura para el desarrollo de la investigación y la consecución tanto de la propuesta del Proyecto como del documento del Proyecto en sí mismo. Estas actividades consistirán en el seguimiento y orientación de los maestrandos/as.

El maestrando/a deberá acreditar 60 hs. a través de la participación obligatoria en dos Foros de Discusión de Proyectos, realizados por la carrera en el tercer y cuarto semestre, organizados por la Coordinación Pedagógica y el grupo de tutores. El maestrando/a podrá optar de realizar uno de los encuentros en forma virtual, participando a través de la plataforma de videoconferencia y el otro de forma presencial, en el orden que lo establezca.

Las restantes 100 hs. se acreditarán a través de diferentes actividades de investigación y trabajos, a saber:

- Ponencias en congresos, jornadas, coloquios, vinculados con la especialidad.
- Dictado de charla/conferencia, vinculadas con la especialidad.
- Exposición de "comentario" en foros, paneles, mesas redondas vinculados con la especialidad.
- Actividades realizadas como miembro de un proyecto de investigación grupal vinculado con la especialidad, y acreditado en organismos académicos pertinentes.
- Postulación de proyectos de desarrollo de producciones multimedia, interactivas, transmedia, presentados a organismos gubernamentales (locales, provinciales y nacionales), internacionales, ONGs, etc.

La presentación de las certificaciones que acrediten la realización de estas actividades se efectuará a través de:

- Informes escritos presentados a la Comisión Académica con detalle y evaluación de las actividades realizadas durante la asistencia a congresos, jornadas, conferencias, mesas redondas, foros. Se acreditará además de las horas que indique el certificado, un total relativo a las horas de elaboración del informe.
- Informes escritos presentados a la Comisión Académica con las actividades realizadas como miembro de un proyecto de investigación grupal vinculado con



la especialidad, y acreditado en organismos académicos pertinentes. Dicho informe deberá contar con el aval del director del equipo de investigación y acreditará el total de horas que evalúe la Comisión en cada caso.

Estas actividades serán pautadas y supervisadas por la Coordinación Pedagógica y podrán realizarse a lo largo del cursado de la Maestría, hasta la presentación del Proyecto.

19. Proyecto

La carrera de posgrado de “*Maestría en Comunicación Digital Interactiva*” finaliza con la presentación del Proyecto, cuyo objetivo es la incorporación de los conocimientos específicos en un trabajo de investigación-acción donde se describa, analice, evalúe y plantee una propuesta integral para resolver una situación problemática comunicacional de índole digital en los diferentes ámbitos de intervención profesional.

El Proyecto será de carácter individual y estará compuesto por dos (2) producciones asociadas: una producción digital y un documento escrito referente a la misma que articule los saberes adquiridos durante la cursada de la carrera.

La producción digital podrá ser de carácter multimedial, transmedial, ubicua, móvil, monosoporte o multisoporte, para una plataforma o multiplataforma. Según la complejidad del Proyecto, características, dimensiones, alcance, diseño, desarrollo, nivel de programación y recursos, el maestrando podrá presentar una demo o maqueta de la misma.

La producción escrita será un documento donde el/la maestrando/a dará cuenta de las perspectivas teóricas y dimensiones comunicativas, educativas y tecnológicas abordadas en el proyecto, así como de su marco teórico-conceptual-referencial, objetivos, estado del arte, bibliografía, definición y estudio de audiencias, metodología, estrategia comunicacional y sustentabilidad del mismo.

El plazo máximo para la presentación del Proyecto será de doce (12) meses contados a partir de la aprobación de la totalidad de los módulos establecidos en el presente Plan de Estudios.

La escritura del Proyecto, será realizada en lengua española.

El Proyecto será evaluado por un Jurado conformado por especialistas de reconocida trayectoria en el tema. Una vez evaluada la presentación escrita, el maestrando/a deberá cumplimentar la instancia de defensa oral.



Al término del segundo semestre, el/la maestrando/a deberá proponer a la Comisión Académica su Proyecto. La Comisión deberá expedirse dentro de los quince (15) días de recibida la propuesta de Proyecto. Para la presentación y el desarrollo del mismo, el/la maestrando/a deberá contar con un Director/a y/o Co-Director/a que podrá ser profesor/a de esta carrera de Posgrado o académico nacional o extranjero de reconocida trayectoria, propuesto por el/la alumno/a y aceptado por la Comisión.

La defensa del Proyecto será en forma presencial.

5.4. Evaluación:

Los módulos serán aprobados luego de cumplimentadas las siguientes instancias evaluativas:

- del proceso de enseñanza-aprendizaje
- de la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes
- del desenvolvimiento en actividades de trabajo y reflexión grupal y
- de las producciones

Todas estas instancias de evaluación consideran tanto los aspectos cognitivos como los actitudinales puesto que no sólo monitorean y valoran los logros en el plano del conocimiento, sino que también permiten observar y significar el accionar de los/las maestrandos/as en materia de participación y compromiso con su propio aprendizaje.

Para cada módulo se prevé, asimismo, la producción de un trabajo final de acuerdo a lo establecido por cada cátedra en los plazos fijados a tal fin. Dichos plazos contemplarán la posibilidad de una segunda instancia de evaluación en caso de que la primera resultara no satisfactoria, o que el/la maestrando/a decida directamente presentarlo en esta.

También será necesario, para la aprobación de cada módulo, haber alcanzado la condición de alumno regular, que se logrará con la asistencia y participación en los encuentros virtuales sincrónicos (videoconferencias) y asincrónicos (foros de debate, correos, chats) que se propongan en cada caso, así como con el cumplimiento de las entregas de trabajos, actividades, informes de lectura u otras obligaciones que a tal efecto establezca cada cátedra. Dicha participación no podrá ser menor al 75% (setenta y cinco por ciento).

La propuesta educativa de esta carrera considera diferentes instancias de evaluación. La primera de ella es la evaluación diagnóstica, destinada a indagar en los conocimientos previos que los alumnos poseen. Para ello, los docentes y tutores pueden valerse de las herramientas de comunicación y mensajería que la plataforma provee,



fundamentalmente del correo electrónico, el chat, los foros y el desarrollo de actividades iniciales de cada módulo.

Esta información permite a los docentes adecuar las actividades y la bibliografía o materiales didácticos a las características del grupo de trabajo. Del mismo modo, posibilita ofrecer a aquellos alumnos que lo requieran material informativo adicional o apoyo pedagógico complementario. Además, brinda la posibilidad un proceso de aprendizaje personalizado.

En los diversos módulos que componen la carrera se propondrán actividades destinadas a la evaluación formativa de cada alumno: trabajos prácticos y trabajos integradores que no podrán resolverse con un simple "copiar y pegar", sino que demandarán producciones propias, procesamiento de información y reflexión sobre los contenidos trabajados durante el módulo, así como la elaboración de conclusiones, la resolución de problemas, la fundamentación de respuestas.

Las evaluaciones periódicas que surjan de estas actividades serán con devolución de correcciones de parte de los docentes a cargo y los tutores. Con alta frecuencia de entrega de actividades e informes de lectura se alcanzará un elevado conocimiento de las características (potencialidad, dificultades de aprendizaje, etc.), avances y logros de cada estudiante. Este conocimiento exhaustivo resulta fundamental para distinguir si cada alumno consigue los resultados esperados y alcanza los objetivos de formación planteados en cada módulo. Será responsabilidad de los tutores el monitoreo de entregas de actividades y avances, así como la elaboración de informes para el docente, destinados a la evaluación del desempeño de los estudiantes durante el desarrollo del correspondiente módulo.

Por otra parte, el Proyecto final y su evaluación, que incluye una defensa presencial, está pensado como instancia de síntesis e integración de los contenidos abordados en cada una de las materias.

6. Asignación horaria y correlatividades:

PRIMER SEMESTRE

Código	Módulo	Carga Horaria	Correlatividades
1.1.1.	Narrativas Transmedia	30 hs.	
1.2.1.	Comunicación Digital I	30 hs.	
1.3.1.	Diseño Digital Interactivo	30 hs.	
1.4.1.	Laboratorio Multimedia I: I+DOC - Webdocs y Documentales Transmedia	50 hs.	



SEGUNDO SEMESTRE

Código	Módulo	Carga Horaria	Correlatividades
1.5.2.	Redacción para Medios Digitales	30 hs.	1.2.1
1.6.2.	Lenguajes de Programación	30 hs.	1.3.1.
1.7.2.	Guión Transmedia	30 hs.	1.1.1.- 1.3.1.
1.8.2.	Comunicación Digital II	30 hs.	1.2.1.
1.9.2.	Laboratorio Multimedia II: Experimentación Digital	40 hs.	1.4.1.

Total horas Primer Año	300 hs.	
------------------------	---------	--

TERCER SEMESTRE

Código	Módulo	Carga Horaria	Correlatividades
2.10.1.	Metodología de la Investigación	30 hs.	1.8.2.
2.11.1.	Seminario Electivo I	30 hs.	
2.12.1.	Regulaciones y Derecho en Comunicación	30 hs.	1.8.2.
2.13.1.	Gestión de Proyectos	30 hs.	1.7.2. – 1.9.2.

CUARTO SEMESTRE

Código	Módulo	Carga Horaria	Correlatividades
2.14.2.	Seminario Electivo II	30 hs.	2.11.1.
2.15.2.	Televisión Digital	30 hs.	1.6.2. - 1.9.2.
2.16.2.	Seminario Electivo III	30 hs.	2.11.1.
2.17.2.	Taller de Proyecto	60 hs.	2.10.1. – 2.12.1. – 2.13.1.

Total horas Segundo Año	270 hs.	
-------------------------	---------	--

18.	Actividades complementarias y de investigación	160 hs.	
-----	--	---------	--

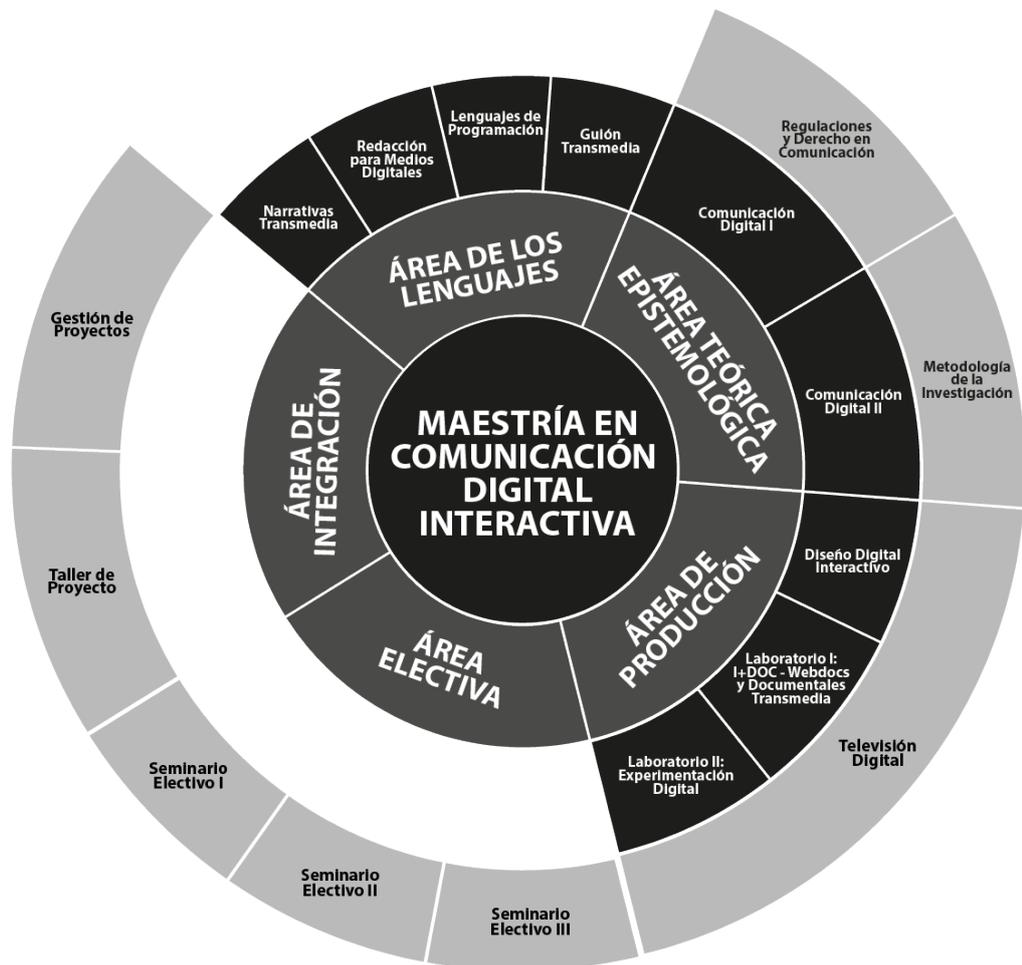
19.	Proyecto		1.1.1 a 2.17.2.
-----	----------	--	-----------------



TOTAL DE HORAS		
Actividades vinculadas con los núcleos formativos.	570 hs.	
Actividades complementarias y de investigación.	160 hs.	
TOTAL DE HORAS DE LA CARRERA	730 hs.	



MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DIGITAL INTERACTIVA





7. Modelo Educativo

La educación ha sufrido grandes cambios tanto en la forma de circulación y apropiación del conocimiento, como en desarrollos de nuevos espacios y formas de intervención docente, a partir del desarrollo tecnológico.

Es necesario reflexionar de manera crítica sobre los rumbos del desarrollo tecnocomunicacional y evaluar las posibilidades de intervención en el mismo. El sistema educativo no puede desentenderse del entorno social en el que se encuentra inmerso, por lo que el tipo de tecnología comunicacional que decida utilizar y promover, debe ser coherente con el tipo de sociedad para el que educa.

De ahí que, si se considera que la comunicación debe ser entendida como proceso y producto de las diferentes prácticas sociales, donde las dimensiones básicas son la socialidad, la ritualidad y la tecnicidad, es fundamental que éstas sean fortalecidas para la construcción de escenarios para el diálogo.

En este sentido el gran objetivo es la búsqueda de la horizontalidad comunicativa, en una puesta de igualdad desde el concepto de *Emirec* (la oportunidad de ser alternativamente emisores y receptores) a través de una propuesta dialógica.

Se cuenta con tecnologías que permiten crear escenarios de diálogo para desarrollar procesos de aprendizaje con énfasis en el grupo, a través de esfuerzos colaborativos entre profesores y estudiantes, donde el conocimiento es concebido como construcción colectiva en espacios horizontales y abiertos.

Poder desarrollar esta propuesta requiere de un posicionamiento diferente al modelo contenidista (lineal) cuyo fin es transmitir información: ya no se trata de enseñar, sino como acto de interrelación desde un modelo pedagógico cuyo sentido es educar: *la mediación pedagógica*. Un modelo educativo concebido desde la participación, la creatividad, la expresividad y la relacionalidad

Esto es pensar la relación docente-alumno desde una perspectiva descentralizada, en redes hipervinculares, entendiendo la relación enseñanza-aprendizaje como un proceso de construcción conjunta entre los alumnos y el docente.

Por eso se propone integrar la educación desde una mirada comunicacional y que incluya a la tecnología, no desde la razón instrumental sino como diálogos que potencian nuestras posibilidades expresivas. La tecnología como lenguaje construye mundos posibles.



Desde esta perspectiva se debe posibilitar la formación de capacidades para operar en esta nueva dinámica hacia la construcción de espacios educomunicativos, democráticos, participativos, entendiendo por educomunicación a la interacción de la comunicación en la educación. Reconocida en 1979 por la UNESCO como *“educación en materia de comunicación”*, la educomunicación incluye *“todas las formas de estudiar, aprender y enseñar”*, en el contexto de la utilización de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas científicas.

Este es un campo de intervención cultural y social autónomo, cuyo núcleo constitutivo es la relación transversal entre educación y comunicación. Un campo que no está delimitado, sino en permanente construcción y que está atravesado por el continuo proceso de cambio social e innovación tecnológica.

Si la tecnología está en desarrollo permanente (fase *beta*) y tan implicada en la comunicación interpersonal, hay que comenzar a olvidarse de modelos educativos con énfasis en los resultados y comenzar a imbricarse en los procesos educomunicativos de modo experiencial para comprenderlos.

Seguir replicando un modelo educativo comunicacional desfasado en el tiempo, es insistir inútilmente con una lógica de sociabilidad y comunicación lineal que quedó en la historia del siglo XX para destinatarios activos que pronto dejarán de comprenderla, porque cada vez están más acostumbrados a la participación, al diálogo, a la construcción de conocimiento colaborativo en red. Se trata de un modo de transformación social que no llegó para quedarse, sino que llegó para transformarse constantemente al ritmo de las nuevas sociedades hiperconectadas.

En este modelo educativo y comunicacional en el cual se inscribe esta propuesta, la idea central radica en la construcción de escenarios para el diálogo. Se trata de un modelo educativo que pone énfasis en el proceso y enaltece valores comunitarios, solidarios, cooperativos y colaborativos, a través de la mediación pedagógica.

El docente es concebido como un asesor pedagógico, mediador que debe facilitar el autoaprendizaje, la construcción de conocimientos, la actitud investigativa y la participación del alumno.

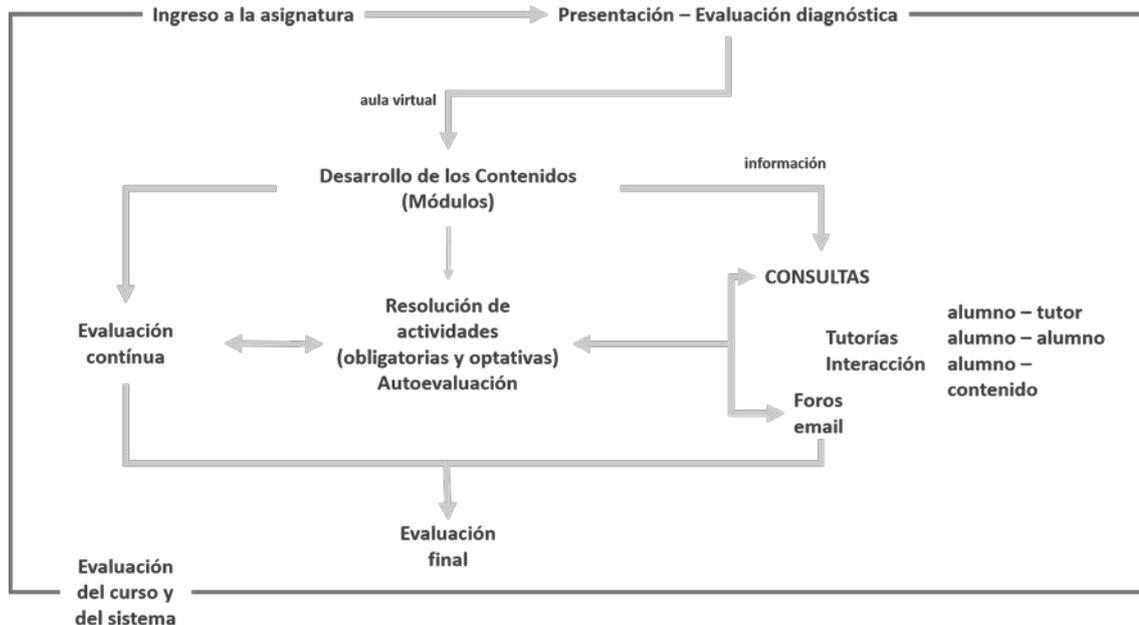
Deja de ser el "portador" de los contenidos, el que media entre los conocimientos a enseñar y la actividad de aprendizaje del alumno. Su función, a través de las tutorías, es guiar y cooperar en los procesos de estructuración de los nuevos conocimientos, complementando y apoyando el estudio independiente, respetando, en la medida de lo posible, el ritmo del destinatario.

La comunicación didáctica se establece de esta forma, mediante el lenguaje, la información y las distintas actividades diseñadas para promover el aprendizaje



compartido, a través de materiales escritos, audiovisuales y multimediales en un entorno tutorial en ambientes virtuales donde se establecen espacios de comunicación sincrónica y asincrónica.

7.1. Diagrama del Modelo Pedagógico-Comunicacional



8. Interacción Docente-Alumnos

La acción tutorial no es entendida sólo como la tarea de responder preguntas o atender consultas; sino como el espacio donde los estudiantes, con el acompañamiento de los docentes a cargo y tutores amplían y profundizan los propios conocimientos a través de un proceso activo de investigación e intercambios. Esto supone revisar y promover modificaciones en el programa de trabajo para satisfacer las exigencias del grupo particular, tanto respecto a los temas como a las metodologías de trabajo y tiempos de aprendizaje.

En ese contexto, los docentes a cargo y tutores, junto a la coordinación de la carrera (Director, Coordinador Pedagógico, Coordinador Tecnológico y Secretario Técnico), están capacitados para comprender las lógicas de las interacciones y procesos necesarios para potenciar en el espacio virtual la producción de significaciones, generando prácticas que permitan desarrollar el modelo educativo-comunicacional propuesto.



La participación activa del estudiante es una de las claves fundamentales en el desarrollo de la propuesta pedagógica. El aula virtual cuenta con herramientas de comunicación sincrónicas y asincrónicas que facilitan la interactividad entre docente-alumnos y alumnos-alumnos.

Las evaluaciones de las diferentes experiencias relevadas permiten reconocer las dificultades de los alumnos para la apropiación de los espacios de comunicación, mostrando mayor nivel de participación aquellos que cotidianamente utilizan mail, chat o foros. En este sentido, la acción de los tutores representa una guía para que los estudiantes se sientan estimulados a comunicarse a través de estas herramientas.

En la propuesta didáctica, las herramientas de comunicación constituyen uno de aspectos destacables ya que se considera que la configuración del espacio virtual de aprendizaje borra de este modo los límites espacio-temporales, creando la idea de presencialidad en la distancia, generando la posibilidad de interacción entre los actores involucrados y extendiendo el espacio áulico para configurar un “aula sin muros”.

A cada tutor de módulo se asignará un máximo de entre 25 y 30 alumnos, con una cantidad de horas variable. En promedio, cada tutor dedica 7 horas semanales en contacto con la plataforma y se estiman 5 horas más para la elaboración de informes, corrección y devolución de las actividades de evaluación formativa, la animación de foros y la propuesta de actividades complementarias, de ser necesarias.

Cabe recordar que en un aula virtual se realizan actividades de elaboración conjunta y de discusión grupal como foros y otros; se promueve la consulta a bibliotecas, el análisis y discusión de casos, la tarea de elaboración de proyectos, etc., por lo que la relación tutorial puede ser en algunos momentos 1 a 1, en otros, 1 a un grupo, en otros, 1 a todos, pudiéndose dedicar, en algunos casos, el tiempo del tutor a la orientación y apoyo de grupos y no de alumnos individuales, por lo que los tiempos que cada alumno individual recibe de orientaciones y apoyo son mayores.

Mediante la publicación de contenidos, consignas y enunciados de trabajos, el profesor presentará la asignatura y describirá la forma de trabajo, proporcionando elementos que encuadran a la misma dentro del programa de la Carrera. El mismo profesor expondrá, en una presentación multimedia introductoria, los temas que se consideran más importantes o que justifican explicaciones orales. Asimismo, tendrá a su cargo el desarrollo de videoconferencias (instancia de comunicación sincrónica) para abordar los principales conceptos de cada unidad del módulo en cuestión.

Para cada módulo se efectuará la entrega de trabajos integradores, los que conformarán la evaluación final, de tipo globalizadora, necesaria para la aprobación de la asignatura.



9. Entornos de aprendizaje

Todas las unidades de cada uno de los módulos tendrán los siguientes elementos:

Textos base: se constituyen como textos de entrada a cada unidad del módulo. Pensados hipertextualmente y producidos por la cátedra, se trata de textos que establecen relaciones entre los principales temas, conceptos y categorías teóricas abordados en la unidad. A partir de enlaces, los textos bases permiten ampliar y derivar la lectura hacia textos fuentes y bibliografía ampliatoria, seleccionada también por el equipo de cátedra. Los textos base orientan el aprendizaje y funcionan como mapas textuales para el pensamiento, estableciendo, asimismo, conexiones con actividades, foros de debate y trabajos prácticos que motorizan la comprensión y la aprehensión de los conceptos.

Videoconferencia: el docente de cada módulo tendrá a su cargo la realización videoconferencias, es decir, una instancia de comunicación sincrónica donde se expondrán los elementos centrales correspondientes a contenidos y saberes propios del módulo. Cada videoconferencia incluirá, también, un tiempo dedicado a preguntas, comentarios y consultas de estudiantes. Se prevé la realización de una videoconferencia por cada unidad del Módulo de una duración de 120 minutos. La asistencia de los/as maestrandos/as a la videoconferencia será obligatoria, constituyendo la presencia en el espacio virtual uno de los indicadores para cumplimentar la condición de alumno regular de la asignatura.

Microvideo educativo: para cada unidad temática se producirá también una píldora de video, de intención educativa, en formato breve, pensada para adaptarse al consumo en las pantallas de dispositivos móviles. Las ideas expuestas en estos microvideos funcionarán complementariamente a los textos base y al conjunto de la bibliografía obligatoria y ampliatoria específica de cada unidad. Los videos serán producidos con técnicas de animación gráfica (*motion graphics*) y locución en off y podrán descargarse y/o reproducirse directamente en la plataforma Moodle.

Presentación por unidad: cada docente preparará, también, una presentación multimedia para cada unidad. Dicha presentación propondrá un recorrido temático por la unidad, presentando sucintamente los contenidos centrales de la materia y estableciendo relaciones de jerarquía y relevancia entre ellos. Dicha presentación permitirá a los estudiantes acceder a una visualización global de la unidad, explorando los ejes centrales. Será un contenido recursivo, que los estudiantes podrán volver a consultar permanentemente mientras avanzan con los contenidos bibliográficos y audiovisuales de la unidad.

Audiovisuales complementarios: a los formatos anteriores se sumarán videos y audios complementarios, conteniendo entrevistas a académicos especialistas en la materia,



ejemplos de producciones, estudios de casos, videotutoriales y otros contenidos afines al recorrido temático propuesto.

Bibliografía: estará conformada por libros, artículos, capítulos de libros seleccionados por el equipo docente de cada asignatura, consignando textos de lectura obligatoria y textos de lectura ampliatoria, así como orden de lectura sugerida. Dicha bibliografía estará disponible para descargar y/o leer directamente en la plataforma Moodle.

Actividades: serán diseñadas para poner en práctica los contenidos desarrollados en el módulo, a partir del planteamiento de situaciones problemáticas para resolver, instancias de reflexión y producción, consignas de trabajo y preguntas disparadoras. La resolución de actividades será multimedia, de realización individual o grupal, según propuesta de los docentes de la asignatura.

Foro de consulta de la unidad: constituirá el espacio de comunicación principal para despejar dudas en torno a los conceptos tratados en la unidad, hacer consultas y comentarios sobre las lecturas, videos y presentaciones que constituyen la propuesta académica. Las conversaciones podrán ser generadas por los estudiantes y moderadas por los tutores.

Foro de actividades: será el espacio de publicación de consignas de actividades y entrega de resoluciones, así como intercambio de mensajes relativos a las mismas. Las conversaciones serán generadas por los docentes tutores. La participación de los estudiantes en la resolución de las actividades será considerada como indicador para cumplimentar las condiciones de regularidad de cada materia.

10. Plataforma

La plataforma utilizada para el desarrollo de la Maestría será Moodle, un sistema de gestión de entornos virtuales de aprendizaje, de distribución libre, que permite a educadores y tutores la creación y administración de comunidades educativas en línea. Su diseño está basado en las propuestas de la pedagogía constructivista, dando lugar a procesos cooperativos y conectivos entre pares. El sistema posibilita tanto las interacciones grupales como las conversaciones privadas docente-estudiante y estudiante-estudiante, al tiempo que genera insumos para la evaluación del desempeño académico de los alumnos.

Moodle permite la gestión de diferentes roles de usuario, entre los que se cuentan:

- *Usuario administrador:* con capacidad de instalación, decisión sobre arquitectura de información y personalización del entorno. Administra y gestiona los accesos del resto de los perfiles. Crea cursos y categorías e instala complementos para el sistema.



- *Usuario profesor*: puede crear, modificar y borrar actividades o recursos dentro del curso al que se encuentre asignado. Puede inscribir, calificar a los estudiantes y comunicarse con ellos de forma personal o grupal.
- *Usuario profesor sin permiso de edición*: puede calificar y responder consultas, sin agregar contenido ni modificar la propuesta educativa del módulo al que fue asignado.
- *Usuario estudiante*: puede visualizar los contenidos del módulo donde fue inscripto, realizar las actividades, revisar los recursos, participar en foros y establecer comunicación con los participantes al curso y el equipo docente, sin modificar los contenidos que forman parte de la propuesta educativa.
- *Usuario invitado*: solo puede visualizar los contenidos de la plataforma, sin participar en ella ni modificar publicaciones.

La plataforma incluye una serie de módulos que pueden instalarse y personalizarse para adaptarse correctamente a la propuesta educativa de la presente *Maestría en Comunicación Digital Interactiva*. Entre ellos se cuentan: módulo de tareas, de consulta, de foro, de diario, de cuestionario, de recursos (multimedia), de encuesta, de publicación personal (blog), de wiki y de taller.

Para el caso de las videoconferencias, se utilizará *Adobe Connect*, que dispone de un entorno que permite compartir archivos, aplicaciones, pizarra y del escritorio. Las salas son configurables como privadas o públicas, con acceso a invitados o solo a usuarios registrados, con un sistema de notificaciones a estos últimos.

El sistema permite realizar la grabación de las videoconferencias y lo fundamental es la accesibilidad desde cualquier sistema operativo y dispositivo.

Finalmente, la plataforma se adapta también a los consumos móviles. Gracias a la aplicación oficial *Moodle Mobile* es perfectamente posible acceder a los contenidos del aula virtual a través de dispositivos *Android*, *iOS* y *Windows Phone*. Se trata de los sistemas operativos móviles más populares en el mundo y, en especial, en América Latina. La aplicación móvil es gratuita y permite a estudiantes y docentes participar activamente de los procesos a través de prácticas de *mobile learning*.

10.1. Configuración mínima equipo informático:

El/la maestrando/a podrá acceder a los cursos a través de una computadora con capacidad multimedia y webcam, donde pueda utilizar navegador, cliente de correo y conexión a Internet.

También podrá acceder desde una tableta y/o un *smartphone*, que tengan conexión a internet.