

ÁREA ACADÉMICA DE COMUNICACIÓN
ESPECIALIZACIÓN SUPERIOR EN COMUNICACIÓN DIGITAL
Coordinador académico: Pablo Escandón

Versión resumida

Aprobación CES: 23 de enero de 2019

Resolución [RPC-SO-03-No.043-2019](#)

DATOS GENERALES DEL PROGRAMA

Tipo de programa	Especialización
Campo de conocimiento	Amplio: Ciencias sociales, periodismo, información y derecho Específico: Periodismo e información Detallado: Periodismo, comunicación y publicidad
Programa	Especialización en Comunicación Digital
Título que otorga	Especialista en Comunicación Digital
Código del programa	1022-730321H01-P-1701
Aprobación por el Comité de Coordinación Académica UASB	Fecha de aprobación: 10 de junio de 2020 Número de resolución: Resolución No. CCA-R1-VI-01/20
Modalidad de estudios	Semipresencial
Duración	4 trimestres
Número de horas	1.040
Régimen académico de la UASB	De acuerdo con las “Normas de funcionamiento de los programas de posgrado” de la UASB, el estudiante debe acreditar un total de 56 créditos: 32 créditos de docencia y 24 créditos complementarios.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROGRAMA

Objeto de estudio del programa

El programa de Especialización Superior en Comunicación Digital tiene como objeto de estudio el uso de las tecnologías y narrativas digitales, sus implicaciones y usos sociales en lo educativo, social, comunicacional y político.

Las disciplinas y métodos de organización del conocimiento que permitirán abordarlo son la convergencia digital, la expansión de los mensajes en múltiples medios y la cultura participativa de los prosumidores (transmedia), así como las hipermediaciones y la inmersividad digital, el *big data*, el gobierno abierto y la resistencia social mediante plataformas colaborativas.

El programa se enfocará en las perspectivas teóricas de Manovich, Pavlik, Díaz Noci, Salaverría, Sampredo, sobre la transformación digital de los medios, pasando por la concepción de la Sociedad Red desarrollado por Castells, Trejo Delarbre, Crovi y Maldonado; y bajo los ejes de la cibercultura propuestos por Lévy, De Kerchove y Serres. La Especialización Superior integra estas propuestas teóricas y epistemológicas desde una vertiente crítica y propositiva.

Es necesario entender las prácticas, discursos y narrativas digitales desarrolladas por Jenkins, Ford y Green, en lo transmediático, así como lo propuesto por Scolari, Fernández, Gosciola, Reno e Irigaray de la vertiente latinoamericana como el fundamento de la comunicación convergente, híbrida y fluida que caracterizan a las sociedades complejas y multiculturales. La tecnopolítica es un área de conocimiento nueva que ha sido desarrollada por los teóricos de la Economía Política de la

Comunicación, Bolaño y Sierra, principalmente, desde la visión crítica, y desde la visión más holística y complementaria por Castells, Sassen e Innerarity. Desde Latinoamérica, Waisbord, Luchessi, Cañizález, Villanueva y Becerra integran la perspectiva regional frente a los procesos electorales y comunicación de gobierno, frente a los efectos de desinformación, noticias falsas y manipulación.

Es importante destacar que a partir del surgimiento de la pandemia por el COVID-19 y los procesos de aislamiento y distanciamiento social, la cultura digital se ha expandido en las áreas de educación, información y comunicación, así como en la publicidad, marketing y negocios digitales, por lo cual, es importante establecer parámetros de creación y análisis de contenidos hipermedia y transmediales para proyectos convergentes de información pública, cultura y patrimonio, periodismo y educación, así como la identificación de información falsa y manipulación de los diferentes usuarios en los ecosistemas y plataformas mediáticas, en donde la comunicación política, electoral y de gobiernos requieren transparencia y manejo de datos. Durante la pandemia hemos asistido a una explosión de plataformas, contenidos e información que no ha estado bien orientada de manera estratégica, así como la información pública y mediática en canales oficiales y sociales, por lo cual es imprescindible que el trabajo ético en situaciones de crisis esté orientado a la comunicación digital y a su impacto en la sociedad, como uso y apropiación de plataformas, que han sido domesticadas por comunidades y se han explotado indiscriminadamente. En escenarios de post pandemia, la comunicación digital, tan utilizada durante el tiempo del aislamiento social, es la llamada a reorganizar los espacios sociales y proponer alternativas de desarrollo económico con miras a reorganizar las acciones erráticas y potenciar las exitosas y así establecer un ecosistema mediático y de contenidos que aporten a la resiliencia social y aplanen la brecha digital, informacional y económica post pandemia.

Objetivo general

La Especialización Superior en Comunicación Digital tiene por objetivo general analizar sobre la transformación que la cultura y la economía digital ha provocado en la Sociedad Red, a partir de la situación sanitaria y de aislamiento social provocadas por el COVID-19, sus repercusiones mediáticas en usuarios y creadores de contenidos informativos, educativos, culturales, patrimoniales y de entretenimiento, así como las estrategias comunicativas de información pública, desinformación y manipulación en plataformas mediáticas por parte de gobiernos, movimientos sociales y políticos, desde una perspectiva crítica y de colaboración multidisciplinaria para promover alternativas de lucha contra la infodemia y manipulación informativa en medios digitales, potenciar el emprendimiento social, educativo, mediático y político.

La Especialización Superior forma profesionales especialistas en Comunicación Digital, bajo los preceptos ciberculturales de colaboración, multimedialidad, innovación y complementariedad en el uso de tecnología digital y social con la finalidad de configurar comunidades deliberativas que incidirán en el desarrollo social y económico mediante el uso y desarrollo crítico y coherente de las plataformas mediáticas, tras la crisis de la pandemia de la COVID-19, con miras a dar soluciones de los efectos mediáticos, sociales y educativos que generó esta recesión debido al confinamiento y contracción de las actividades socio-económicas. De esta manera, el especialista en comunicación digital fomenta la ciudadanía digital, comprendida como innovación social, colaboración multidisciplinaria y democracia, a partir de la generación de contenidos y aplicaciones en plataformas mediáticas que fomenten la transparencia informativa, la convergencia mediática, la inclusión de comunidades excluidas y la lucha contra la discriminación generada por los discursos de odio por parte de movimientos y grupos políticos.

Perfil de ingreso del estudiante

Los aspirantes al programa deben tener título de tercer nivel en el campo amplio de Ciencias

Sociales, periodismo, información y derecho. Se aceptarán profesionales que tengan los siguientes títulos: periodismo, comunicación, comunicación corporativa, ciencias políticas y sociales, lingüística, literatura y artes; educación, diseño, producción audiovisual y publicidad, administración, economía, relaciones internacionales, cine, animación, multimedia y sonido.

También se aceptarán profesionales de otros campos que demuestren competencias profesionales y/o experiencia en: comunicación, periodismo, producción audiovisual y radiofónica, gestión de proyectos comunicacionales, docencia universitaria y de segunda enseñanza, creación artística, imagen corporativa, gestión y administración de redes sociales, comercio y negocios, programación informática, marketing digital, marketing político, comunicación política, comunicación institucional y corporativa.

Los aspirantes al programa deben estar formados en: Comunicación y medios masivos. Narrativas y escritura para medios. Publicidad. Comunicación institucional. Producción audiovisual. Comunicación visual. Periodismo. Comunicación corporativa, relaciones y negocios internacionales; administración y gestión de redes digitales. Comunicación y asesoría política, imagen pública, administración pública, comunicación estratégica, campañas electorales, gestión de gobierno.

Perfil de salida

El graduado del programa de Especialización Superior estará en capacidad de:

-) Analizar los ecosistemas digitales existentes en el contexto de pandemia y postpandemia mediante propuestas de mejoramiento y rediseño de plataformas mediáticas basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.
-) Aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital, la convergencia mediática, la economía digital y la cibercultura, mediante la aplicación de metodologías colaborativas y participativas para construir contenidos para la generación de proyectos digitales orientados a la resiliencia post pandemia en entornos y ambientes diversos.
-) Crear contenidos digitales, que mitiguen la crisis mediática, los conflictos educativos y acerquen a las comunidades de usuarios del sector cultural y social, pensados para varias plataformas y usuarios, que generen conversación y participación con narrativas hipermedia, multimedia y transmedia, en plataformas móviles y estacionarias, con adecuada estrategia comunicacional y de oportunidad, con apoyo en modelos híbridos de comunicación.
-) Integrar los preceptos de la cibercultura, la inclusión de comunidades excluidas y la lucha contra la discriminación generada por los discursos de odio por parte de movimientos y grupos políticos como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, para aplanar la brecha informacional, disminuir la infoxicación y combatir la desinformación, originadas por la pandemia de la COVID-19.

Líneas de investigación del programa

Producción, circulación, consumo y recepción digital

Plantea una discusión y análisis sobre la evolución, transformación y crisis de producción, circulación, consumo y recepción de contenidos digitales en las plataformas mediáticas durante la pandemia de COVID-19.

Digitalización e institucionalidad

Plantea el estudio de los procesos acelerados de digitalización, provocados por la pandemia del COVID-19, en las diferentes instituciones sociales, por lo cual es fundamental investigar cómo se

están produciendo estas transformaciones para establecer procesos de mejora en situaciones similares de emergencia social y sanitaria.

Comunicación digital e infodemia

Plantea el estudio de las prácticas discursivas de exclusión de comunidades vulnerables, los discursos de odio, la infoxicación y la información falsa en plataformas mediáticas digitales.

Requisitos de titulación

De conformidad con las normas de funcionamiento de los programas de posgrado de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador para obtener el título de Especialista en Comunicación Digital se requiere:

-) Aprobar todas las asignaturas del plan de estudios del programa, con una calificación no inferior a 7/10.
-) Asistir al menos al 70% de las clases dictadas en cada asignatura.
-) Aprobar el examen complejo en el plazo de tres meses contados a partir de la finalización de la fase docente, con una nota mínima de siete sobre diez. Para graduarse, el estudiante rendirá un examen complejo (final) que comprenderá los contenidos de las asignaturas cursadas, a través de la evaluación del manejo teórico y/o la solución de casos prácticos.

MALLA CURRICULAR

						Componente de docencia		Componente otras actividades		Total
Unidades curriculares	Ámbitos curriculares	Campos de formación	Asignatura o módulo	Trim es- tre	Crédit os UASB	Horas aula	Horas trabaj o colaborativo	Horas práctic as de aprendizaje	Horas trabajo autónomo	Horas asignatura
Básica	Teórico-conceptual	Formación epistemo- lógica	Teorías de la comunicación	1	4	40	5	50	25	120
	Metodológico		Ciberspacio y crítica de la sociedad digital.	2	4	40	5	50	25	120
Disciplinar o Multidisciplinar	Temático	Formación profesional avanzada	Dimensiones éticas y legales de la Comunicación	2	4	40	5	50	25	120
			Marketing y publicidad	1	4	40	3	50	27	120
			Escritura para entornos digitales	2	4	40	3	50	27	120
	Metodológico		Cultura digital, medios y política.	3	4	40	3	50	27	120
			Análisis y visualización de datos	3	4	40	3	50	27	120
Titulación	Investigación con fines de graduación	Investigación avanzada	Escritura académica y metodologías de investigación	1	4	40	0	50	30	120
			Trabajo de graduación	4 -5	24				80	80
					56	320	27	400	293	1040

PLAN DE ESTUDIOS

Asignatura	Resultado de aprendizaje	Descripción de la asignatura
Teorías de la comunicación	<p>Analizar los ecosistemas digitales existentes en el contexto de pandemia y postpandemia mediante propuestas de mejoramiento y rediseño de plataformas mediáticas basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.</p> <p>Integrar los preceptos de la cibercultura, la inclusión de comunidades excluidas y la lucha contra la discriminación generada por los discursos de odio por parte de movimientos y grupos políticos como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, para aplanar la brecha informacional, disminuir la infoxicación y combatir la desinformación, originadas por la pandemia de la COVID-19.</p>	<p>Objetivo general (enfoque problemático, interrogativo) Confrontar las teorías de la comunicación digital, su evolución e impacto en la sociedad post pandemia, como modelos de interpretación del mundo y de creación de contenidos mediáticos para la resiliencia social.</p> <p>Contenido general En esta asignatura se analizará el paso de las sociedades industriales a las sociedades posindustriales basadas en la valorización del conocimiento, la comunicación y la memoria. Las diferentes teorías de la comunicación se contextualizarán en su momento histórico, económico y social para comprender los procesos sociales diversos. Y se confrontarán con la situación de la pandemia y la postpandemia. Se analizará el papel central que tiene la comunicación, eje transversal de cualquier actividad humana, en el contexto de la nueva economía, el mercado y la tecnopolítica en la postpandemia.</p> <p>Relación con líneas de investigación Línea 2: Digitalización e institucionalidad. Línea 3: Comunicación digital e infodemia.</p>
Ciberspacio y crítica de la sociedad digital.	<p>Analizar los ecosistemas digitales existentes en el contexto de pandemia y postpandemia mediante propuestas de mejoramiento y rediseño de plataformas mediáticas basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.</p> <p>Crear contenidos digitales, que mitiguen la crisis mediática, los conflictos educativos y acerquen a las comunidades de usuarios del sector cultural y social, pensados para varias plataformas y usuarios, que generen conversación y participación con narrativas hipermedia, multimedia y transmedia, en plataformas móviles y estacionarias, con adecuada estrategia comunicacional y de oportunidad, con apoyo en modelos híbridos de comunicación.</p> <p>Integrar los preceptos de la cibercultura, la inclusión de comunidades excluidas y la lucha contra la discriminación generada por los discursos de odio por parte de movimientos y grupos políticos como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, para aplanar la brecha informacional, disminuir la infoxicación y combatir la desinformación, originadas por la pandemia de la COVID-19.</p>	<p>Objetivo general: Analizar los fundamentos epistemológicos y conceptuales que plantean las hipermediaciones, la digitalización y la semiosis social entre las interfaces y el ser humano, en el contexto de la economía digital y la sociedad del conocimiento, como opción de salida en la post pandemia.</p> <p>Contenido general: La asignatura analiza críticamente los nuevos paradigmas en el estudio de las tecnologías de la comunicación y la información partiendo procesos de digitalización crecientes en todas las instancias del circuito comunicativo desde la creación, producción, circulación así como las instancias del consumo y la recepción. Se analizará las nuevas maneras de propagación de construcción de discursos y propagación de mensajes así como los nuevos modelos de consumo, recepción y usos que está planteando la cultura participativa modulada por las comunicación digital e interacción en red. Durante la pandemia y antes, la irrupción de las “fake news”, como producto de la utilización mercantil y manipuladora de los perfiles de usuarios en los medios sociales, fueron práctica cotidiana de desinformación. Esta materia reflexiona sobre la realidad práctica de la ciudadanía digital y las prácticas “ingenuas” de los usuarios como sujetos manipulados por influenciadores y “líderes de opinión”, a partir de la construcción de hechos falsos, pero verosímiles en la virtualidad, durante la pandemia.</p> <p>Relación con líneas de investigación:</p>



		Línea 2: Digitalización e institucionalidad. Línea 3: Comunicación digital e infodemia.
Dimensiones éticas y legales de la Comunicación	<p>Analizar los ecosistemas digitales existentes en el contexto de pandemia y postpandemia mediante propuestas de mejoramiento y rediseño de plataformas mediáticas basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.</p> <p>Aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital, la convergencia mediática, la economía digital y la cibercultura, mediante la aplicación de metodologías colaborativas y participativas para construir contenidos para la generación de proyectos digitales orientados a la resiliencia post pandemia en entornos y ambientes diversos.</p> <p>Integrar los preceptos de la cibercultura, la inclusión de comunidades excluidas y la lucha contra la discriminación generada por los discursos de odio por parte de movimientos y grupos políticos como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, para aplanar la brecha informacional, disminuir la infoxicación y combatir la desinformación, originadas por la pandemia de la COVID-19.</p>	<p>Objetivo general (enfoque problemático, interrogativo) Estudiar los fundamentos éticos y los aspectos legales globales de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, así como sus relaciones en los cuerpos legales y normativos de los países latinoamericanos en torno a gobernanza de Internet, Ley de Acceso a la Información, Medios y Comunicación., así como el manejo de datos públicos y privados durante la pandemia, por parte de empresas y gobiernos.</p> <p>Contenido general En esta asignatura se abordarán los temas de Ley Orgánica de Comunicación, Código Ingenios y su relación con la normativa mundial y global en torno a temas de gobernanza de Internet, derechos digitales, canon digital, privacidad y anonimato, así como acuerdos éticos de comunidades informáticas de desarrollo y colectivos hackers. Además, en el contexto de pandemia, se analizarán los decretos económicos y de restricción de derechos que potenciaron el control y desarrollo de plataformas digitales.</p> <p>La sociedad en Red tiene normas mundiales de aplicación, con la digitalización y las redes informáticas. La gobernanza de Internet es una actividad en la que intervienen empresas privadas, gobiernos y corporaciones transnacionales. El origen colaborativo y de libertad de Internet tienen su fundamento en la ética hacker y en la diversidad de comunidades conectadas.</p> <p>La manipulación de contenidos, la fabricación de información falsa y el uso de métodos y herramientas de neurociencias para moldear pensamiento y orientar actitudes es analizado desde la perspectiva de la innovación como elemento de control de la opinión pública.</p> <p>Relación con líneas de investigación</p> <p>Línea 3. Comunicación digital e infodemia.</p>
Marketing y publicidad	<p>Analizar los ecosistemas digitales existentes en el contexto de pandemia y postpandemia mediante propuestas de mejoramiento y rediseño de plataformas mediáticas basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.</p> <p>Aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital, la convergencia mediática, la economía digital y la cibercultura, mediante la aplicación de metodologías colaborativas y participativas para construir contenidos para la generación de proyectos digitales orientados a la resiliencia post pandemia en entornos y ambientes diversos.</p> <p>Crear contenidos digitales, que mitiguen la crisis mediática, los conflictos educativos y acerquen a las comunidades de usuarios del sector cultural y social, pensados para varias plataformas y usuarios, que generen conversación y participación con narrativas hipermedia, multimedia y transmedia, en plataformas móviles y estacionarias, con adecuada estrategia</p>	<p>Objetivo general (enfoque problemático, interrogativo) Conocer herramientas de mercadeo y promoción en entornos y ecosistemas digitales para atraer lectoría, usuarios y venta de productos y contenidos, durante la pandemia y propuestas de negocio en la postpandemia.</p> <p>Contenido general La asignatura propone que el estudiantes conozca las estrategias más adecuadas para establecer contenidos bajo los preceptos de la comunicación comercial o de marketing, aplicada a los ambientes digitales, con la finalidad de posicionar un producto o servicio de una institución, persona u organización, partiendo de su identidad y diferenciación como marca en el mercado y su contexto más próximo, para desarrollar potencialidades y generar propuestas diferentes de comunicación integrada en el escenario de la postpandemia, con la finalidad de proponer y generar proyectos integrales de negocio digital que ayuden a la sustentabilidad de un negocio e imagen política de un gobierno descentralizado, así como la forma adecuada de</p>



	comunicacional y de oportunidad, con apoyo en modelos híbridos de comunicación.	enviar contenidos políticos y sociales en tiempo de campañas sociales y electorales. Relación con líneas de investigación Línea 1: Producción, circulación, consumo y recepción digital Línea 2: Digitalización e institucionalidad.
Escritura para entornos digitales	<p>Analizar los ecosistemas digitales existentes en el contexto de pandemia y postpandemia mediante propuestas de mejoramiento y rediseño de plataformas mediáticas basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.</p> <p>Aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital, la convergencia mediática, la economía digital y la cibercultura, mediante la aplicación de metodologías colaborativas y participativas para construir contenidos para la generación de proyectos digitales orientados a la resiliencia post pandemia en entornos y ambientes diversos.</p> <p>Crear contenidos digitales, que mitiguen la crisis mediática, los conflictos educativos y acerquen a las comunidades de usuarios del sector cultural y social, pensados para varias plataformas y usuarios, que generen conversación y participación con narrativas hipermedia, multimedia y transmedia, en plataformas móviles y estacionarias, con adecuada estrategia comunicacional y de oportunidad, con apoyo en modelos híbridos de comunicación.</p> <p>Integrar los preceptos de la cibercultura, la inclusión de comunidades excluidas y la lucha contra la discriminación generada por los discursos de odio por parte de movimientos y grupos políticos como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, para aplanar la brecha informacional, disminuir la infoxicación y combatir la desinformación, originadas por la pandemia de la COVID-19.</p>	<p>Objetivo general (enfoque problemático, interrogativo) Crear contenidos multimedia, hipermedia y multiformato para plataformas digitales: cibermedios y medios sociales, así como para dispositivos móviles, con la finalidad de crear conversación en torno a los efectos nocivos y potencialidades creativas durante la pandemia, así como narrar digitalmente sobre la postpandemia en una lógica de hibridez tecnológica.</p> <p>Contenido general La asignatura analiza la forma clásica de escritura: informativa, narrativa, descriptiva, argumentativa, para reconocer las mutaciones y adaptaciones para los entornos multimediales. Desde la práctica y la usabilidad se establecen itinerarios de “escritura-creación” de contenidos para ser difundidos de acuerdo a usuarios, temáticas y plataformas, partiendo de una concepción transmedia de complementariedad y estructuración de mundos narrativos expandidos en escenarios de pandemia y postpandemia, como ejercicios narrativos de resiliencia y opciones novedosas para complementar procesos educativos, culturales, patrimoniales y de entretenimiento.</p> <p>Relación con líneas de investigación Línea 1: Producción, circulación, consumo y recepción digital</p>
Cultura digital, medios y política.	<p>Analizar los ecosistemas digitales existentes en el contexto de pandemia y postpandemia mediante propuestas de mejoramiento y rediseño de plataformas mediáticas basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.</p> <p>Aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital, la convergencia mediática, la economía digital y la cibercultura, mediante la aplicación de metodologías colaborativas y participativas para construir contenidos para la generación de proyectos digitales orientados a la resiliencia post pandemia en entornos y ambientes diversos.</p> <p>Integrar los preceptos de la cibercultura, la inclusión de comunidades excluidas y la lucha contra la discriminación generada por los discursos de odio por parte de movimientos y grupos políticos como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, para aplanar la brecha informacional, disminuir la infoxicación y combatir la desinformación, originadas por la pandemia de la COVID-19.</p>	<p>Objetivo general (enfoque problemático, interrogativo) Conocer los procesos de elaboración informativa, tecnopolítica y su difusión efectiva en entornos digitales y analógicos que aplanen la curva de la desinformación y la manipulación informativa generada durante la pandemia por el COVID-19.</p> <p>Contenido general La asignatura analiza la relación existente entre los ecosistemas políticos y mediáticos, y la manera cómo estos se expresan y se plasman en las plataformas analógicas y digitales de difusión de información, de vinculación a causas políticas, sociales e ideológicas, con la configuración de redes y comunidades de acción tanto digital como analógica para incidir en la realidad y los movimientos sociales. Además la materia analiza los procesos ético-políticos relacionados con los medios sociales y el uso de las bases de datos y datos privados en los procesos políticos electorales relacionados con la manipulación. La materia estudia los efectos de la desinformación por plataformas mediáticas durante la pandemia y propone correcciones éticas y profesionales sobre el manejo adecuado</p>



		<p>de la información durante la postpandemia, con la integración social de los diferentes actores.</p> <p>La materia estudia los procesos de tecnopolítica aplicados durante la pandemia, sus efectos positivos y deficiencias.</p> <p>Relación con líneas de investigación</p> <p>Línea 1: Producción, circulación, consumo y recepción digital</p> <p>Línea 2: Digitalización e institucionalidad.</p> <p>Línea 3. Comunicación digital e infodemia.</p>
Análisis y visualización de datos	<p>Analizar los ecosistemas digitales existentes en el contexto de pandemia y postpandemia mediante propuestas de mejoramiento y rediseño de plataformas mediáticas basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.</p> <p>Crear contenidos digitales, que mitiguen la crisis mediática, los conflictos educativos y acerquen a las comunidades de usuarios del sector cultural y social, pensados para varias plataformas ya usuarios, que generen conversación y participación con narrativas hipermedia, multimedia y transmedia, en plataformas móviles y estacionarias, con adecuada estrategia comunicacional y de oportunidad, con apoyo en modelos híbridos de comunicación.</p>	<p>Objetivo general (enfoque problemático, interrogativo)</p> <p>Construir narrativas visuales informativas y periodísticas bajo la concepción de Big Data, con el manejo de bases de datos públicas y minería de datos, a partir de la información sobre los casos de COVID-19 y su proyección postpandemia.</p> <p>Contenido general</p> <p>La asignatura propone que los estudiantes aprendan a acceder a bases de datos, trabajar con la data, realizar curación de contenidos y valores, para expresarlos visualmente en diversas plataformas mediáticas con la generación informativa de gráficos interactivos mediante el uso de software. Se privilegiará el acceso a data sets públicas y de código abierto, así como al uso de plataformas libres, sobre crisis sanitaria y social, en torno al COVID-19.</p> <p>Relación con líneas de investigación</p> <p>Línea 1: Producción, circulación, consumo y recepción digital</p>
Escritura académica y metodologías de investigación	<p>Analizar los ecosistemas digitales existentes en el contexto de pandemia y postpandemia mediante propuestas de mejoramiento y rediseño de plataformas mediáticas basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.</p> <p>Aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital, la convergencia mediática, la economía digital y la cibercultura, mediante la aplicación de metodologías colaborativas y participativas para construir contenidos para la generación de proyectos digitales orientados a la resiliencia post pandemia en entornos y ambientes diversos.</p> <p>Crear contenidos digitales, que mitiguen la crisis mediática, los conflictos educativos y acerquen a las comunidades de usuarios del sector cultural y social, pensados para varias plataformas ya usuarios, que generen conversación y participación con narrativas hipermedia, multimedia y transmedia, en plataformas móviles y estacionarias, con adecuada estrategia comunicacional y de oportunidad, con apoyo en modelos híbridos de comunicación.</p> <p>Integrar los preceptos de la cibercultura, la inclusión de comunidades excluidas y la lucha contra la discriminación generada por los discursos de odio por parte de movimientos y grupos políticos como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, para aplanar la brecha informacional, disminuir la infoxicación y combatir la desinformación, originadas por la pandemia de la COVID-19.</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Conocer las diferentes metodología de análisis digital sobre información en torno al COVID-19 en escenarios virtuales e híbridos de comunicación.</p> <p>Contenido general</p> <p>Debate sobre los problemas sociales y académicos de la comunicación digital en torno al COVID-19 y las metodologías más apropiadas para su estudio, difusión y construcción de contenidos de acción-investigación.</p> <p>Análisis de los estudios sobre comunicación y salud, comunicación digital e infodemia, comunicación pública y tecnopolítica, manipulación informativa en redes digitales.</p> <p>Relación con líneas de investigación</p> <p>Línea 1: Producción, circulación, consumo y recepción digital</p> <p>Línea 2: Digitalización e institucionalidad.</p> <p>Línea 3. Comunicación digital e infodemia.</p>



Trabajo de titulación	<p>Analizar los ecosistemas digitales existentes en el contexto de pandemia y postpandemia mediante propuestas de mejoramiento y rediseño de plataformas mediáticas basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.</p> <p>Aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital, la convergencia mediática, la economía digital y la cibercultura, mediante la aplicación de metodologías colaborativas y participativas para construir contenidos para la generación de proyectos digitales orientados a la resiliencia post pandemia en entornos y ambientes diversos.</p> <p>Crear contenidos digitales, que mitiguen la crisis mediática, los conflictos educativos y acerquen a las comunidades de usuarios del sector cultural y social, pensados para varias plataformas y usuarios, que generen conversación y participación con narrativas hipermedia, multimedia y transmedia, en plataformas móviles y estacionarias, con adecuada estrategia comunicacional y de oportunidad, con apoyo en modelos híbridos de comunicación.</p> <p>Integrar los preceptos de la cibercultura, la inclusión de comunidades excluidas y la lucha contra la discriminación generada por los discursos de odio por parte de movimientos y grupos políticos como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, para aplanar la brecha informacional, disminuir la infoxicación y combatir la desinformación, originadas por la pandemia de la COVID-19.</p> <p>Líneas de investigación Línea 1: Producción, circulación, consumo y recepción digital</p> <p>Línea 2: Digitalización e institucionalidad.</p> <p>Línea 3. Comunicación digital e infodemia.</p>	Preparación y presentación del examen complejo, que comprende la resolución de casos prácticos basados en los conocimientos adquiridos en el programa de Especialización Superior.
-----------------------	---	--

Resumen: DGA, julio de 2020