

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 Superior
Campo de conocimiento	Amplio: Ciencias sociales, periodismo, información y derecho Específico: Periodismo e información Detallado: Periodismo, comunicación y publicidad
Programa	Especialización Superior en Comunicación Digital
Título que otorga	Especialista Superior en Comunicación Digital
Código del programa	1022-730321H01-P-1701
Aprobación por el Comité de Coordinación Académica UASB	Fecha de aprobación: 09 de abril de 2018 Número de resolución: Resolución CCA-R1-IV-01/18
Modalidad de estudios	Presencial
Duración	4 trimestres
Número de horas	1040
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, 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 son las disciplinas de la comunicación digital que se abordarán. El programa se enfocará en las perspectivas teóricas de Manovich, Pavlik, Díaz Noci, Salaverría, Orihuela, sobre la transformación digital de los medios, pasando por la concepción de la Sociedad Red desarrollado por Castells, Trejo Delarbre 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. Es necesario entender las prácticas, discursos y narrativas digitales desarrolladas por Jenkins, Ford, Green, en lo transmediático, así como Scolari, Pardo, Cobo, Gosciola e Irigaray de la vertiente latinoamericana como el fundamento de la comunicación convergente, híbrida y fluida que caracterizan a las sociedades complejas y multiculturales. De su lado, la tecnopolítica es un área de conocimiento nueva que ha sido desarrollada por los teóricos de la Economía Política de la Comunicación, desde la visión crítica, y

desde la visión más holística y complementaria por Manuel Castells y Saskia Sassen. Desde Latinoamérica tenemos a autores como Waisbord, Luchessi, Puyosa, Rincón, Cañizález y otros.

Objetivo general

La Especialización Superior en Comunicación Digital tiene por objetivo general: analizar la transformación digital de la Sociedad Red y sus repercusiones en usuarios, creadores de contenidos y estrategias comunicacionales digitales para políticos y gobiernos, desde una perspectiva crítica para establecer alternativas a los modelos existentes de creación, difusión de contenidos y uso de información digital, debido a que el ecosistema mediático ya no se circunscribe a los entornos tradicionales y la búsqueda de información radica en las plataformas y espacios digitales e informáticos, que requieren un tratamiento específico en la visualización, redacción y producción de contenidos. La Especialización Superior forma profesionales especialistas en Comunicación Digital bajo los preceptos ciberculturales de colaboración, multimedialidad 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 de las herramientas informáticas. De esta manera, el especialista en comunicación digital fomenta la ciudadanía digital, comprendida como espacio de transparencia, participación y veeduría sociales, desde la generación de contenidos y aplicaciones.

Perfil de ingreso del estudiante

Los aspirantes al programa preferentemente deben tener título de tercer nivel en 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, sonido, artes liberales, diseño industrial, turismo, historia, antropología, relaciones públicas.

Los aspirantes al programa deben estar formados en: Comunicación y medios masivos. Publicidad. Comunicación institucional. Producción audiovisual y radiofónica. Comunicación visual. Diseño de productos. Periodismo. Comunicación corporativa, relaciones y negocios internacionales. Asesoría política, administración pública, campañas electorales, gestión de gobierno, mercadeo, enseñanza, edición de textos.

Se espera que el postulante tenga competencias profesionales en comunicación y periodismo, producción audiovisual y radiofónica, administración de redes sociales, comunicación institucional y corporativa, asesoría política.

Perfil de salida

Al finalizar los estudios de la Especialización Superior en Comunicación Digital, los estudiantes:

Saber:

Podrán aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital y la cibercultura para construir contenidos digitales en entornos y ambientes diversos.

Saber hacer:

Crearán contenidos digitales pensados para varias plataformas y usuarios, que generen conversación y participación en ambientes hipermedia, multimedia y transmedia.

Saber conocer:

Analizarán los ecosistemas digitales existentes en su contexto mediante propuestas de mejoramiento y rediseño basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.

Ser:

Integrarán los preceptos de la cibercultura como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, mediante la aplicación de metodologías colaborativas y participativas.

Líneas de investigación del programa

Las líneas de investigación del programa:

Línea 1: Producción, circulación, consumo y recepción digital

Plantea una discusión sobre las dimensiones contemporáneas de la comunicación, atravesadas por 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.

Línea 2: Dimensiones sociales, culturales, económicas, políticas y educativas de la digitalización

Los procesos crecientes de digitalización, transmediatización, uso de big data, convergencia y movilidad de la comunicación están transformando todas las esferas de la práctica humana a un ritmo acelerado. Hasta la actualidad siguen inexplorados los cambios que estos nuevos paradigmas de la comunicación traen a los individuos y las sociedades. De allí que sea fundamental investigar los aspectos sociales, económicos, culturales, políticos, cognitivos y educativos que traen las tecnologías digitales en el contexto de sociedades complejas y cambiantes.

Línea 3. Comunicación digital para el cambio social, la diversidad y la interculturalidad

Plantea el estudio de las transformaciones que traen los discursos y las tecnologías digitales, transmedia, convergentes, de código abierto y móviles en las prácticas sociales, culturales y políticas en sociedades caracterizadas por modelos de comunicación estandarizados, jerárquicos, momediáticos y monoculturales. Esta línea busca abrir una reflexión sobre las reconfiguraciones que plantean las tecnologías digitales para la construcción del vínculo social, la redefinición de las identidades y las culturas en medio de disputas de poder y autoridad entre movimiento sociales y Estado.

Trabajo de titulación

De acuerdo con la normativa institucional, para su graduación, el estudiante puede optar por rendir un examen complejo o realizar un trabajo de titulación. En el primer caso, se trata de la aplicación de un examen escrito para que el estudiante desarrolle los conocimientos adquiridos durante el itinerario de estudios.

El trabajo de titulación puede ser:

Trabajo práctico: (Producto) prototipo digital que consistente en crear contenido digital original e innovador en temas periodístico, educativo, político, corporativo, de marketing, electoral, cultural y/o de gobierno, bajo una lógica de participación activa del usuario.

Propuesta de intervención: consistente en modificar y/o mejorar un contenido digital periodístico, educativo, político, corporativo, de marketing, electoral, cultural y/o de gobierno existente, bajo una lógica de participación activa del usuario.

MALLA CURRICULAR

						Componente de docencia		Componente otras actividades		Total
Unidades curriculares	Ámbitos curriculares	Campos de formación	Asignatura o módulo	Trimestre	Créditos UASB	Horas aula	Horas trabajo colaborativo	Horas prácticas de aprendizaje	Horas trabajo autónomo	Horas asignatura
Básica	Teórico-conceptual	Formación epistemológica	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	Descripción de la asignatura	Resultados del aprendizaje
Teorías de la comunicación	<p>Objetivo general (enfoque problemático, interrogativo) Estudiar las teorías de la comunicación, su evolución e impacto en las sociedades, como modelos de interpretación del mundo y de creación de contenidos mediáticos.</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. Se analizará el papel central que tiene la comunicación, eje transversal de cualquier actividad humana, en el contexto de la nueva economía.</p> <p>Relación con líneas de investigación Línea 2: Dimensiones sociales, culturales, económicas políticas y educativas de la digitalización.</p>	<p>Podrán aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital y la cibercultura para construir contenidos digitales en entornos y ambientes diversos. Integrarán los preceptos de la cibercultura como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, mediante la aplicación de metodologías colaborativas y participativas.</p>



Ciberspacio y crítica de la sociedad digital	<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.</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. Con la irrupción de las “fake news” como producto de la utilización mercantil y manipuladora de los perfiles de usuarios en los medios sociales, 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.</p> <p>Relación con líneas de investigación: Línea 2: Dimensiones sociales, culturales, económicas, políticas y educativas de la digitalización.</p>	<p>Podrán aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital y la cibercultura para construir contenidos digitales en entornos y ambientes diversos.</p> <p>Integrarán los preceptos de la cibercultura como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, mediante la aplicación de metodologías colaborativas y participativas.</p>
Dimensiones éticas y legales de la Comunicación	<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.</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, cánon digital, privacidad y anonimato, así como acuerdos éticos de comunidades informáticas de desarrollo y colectivos hackers.</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 Línea 3: Comunicación digital para el cambio social, la diversidad y la interculturalidad.</p>	<p>Podrán aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital y la cibercultura para construir contenidos digitales en entornos y ambientes diversos.</p> <p>Integrarán los preceptos de la cibercultura como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, mediante la aplicación de metodologías colaborativas y participativas.</p>
Marketing y publicidad	<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.</p> <p>Contenido general La asignatura propone que el estudiantes conozca las estrategias más adecuadas para establecer contenidos bajo los preceptos de la comunicación</p>	<p>Crearán contenidos digitales pensados para varias plataformas y usuarios, que generen conversación y participación en ambientes hipermedia, multimedia y transmedia.</p> <p>Analizarán los ecosistemas digitales existentes en su contexto mediante propuestas de mejoramiento y rediseño</p>



	<p>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.</p> <p>Relación con líneas de investigación Línea 1: Producción, circulación, consumo y recepción digital. Línea 3: Comunicación digital para el cambio social, la diversidad y la interculturalidad</p>	<p>basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.</p>
Escritura para entornos digitales	<p>Objetivo general (enfoque problemático, interrogativo) Crear contenidos multimedia, hipermedia y multiformato para plataformas digitales: cybermedios y medios sociales, así como para dispositivos móviles.</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.</p> <p>Relación con líneas de investigación Línea 1: Producción, circulación, consumo y recepción digital.</p>	<p>Podrán aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital y la cibercultura para construir contenidos digitales en entornos y ambientes diversos. Crearán contenidos digitales pensados para varias plataformas y usuarios, que generen conversación y participación en ambientes hipermedia, multimedia y transmedia. Integrarán los preceptos de la cibercultura como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, mediante la aplicación de metodologías colaborativas y participativas.</p>
Cultura digital, medios y política	<p>Objetivo general (enfoque problemático, interrogativo) Conocer los procesos de elaboración informativa y su difusión efectiva en entornos digitales y analógicos.</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.</p> <p>Relación con líneas de investigación Línea 1: Producción, circulación, consumo y recepción digital. Línea 3: Comunicación digital para el cambio social, la diversidad y la interculturalidad</p>	<p>Podrán aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital y la cibercultura para construir contenidos digitales en entornos y ambientes diversos. Crearán contenidos digitales pensados para varias plataformas y usuarios, que generen conversación y participación en ambientes hipermedia, multimedia y transmedia. Analizarán los ecosistemas digitales existentes en su contexto mediante propuestas de mejoramiento y rediseño basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.</p>
Análisis y visualización de datos	<p>Objetivo general (enfoque problemático, interrogativo) Construir narrativas visuales informativas y periodísticas bajo la concepción de Big Data, con el manejo de bases de datos públicas y minería de datos.</p> <p>Contenido general 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.</p> <p>Relación con líneas de investigación</p>	<p>Crearán contenidos digitales pensados para varias plataformas y usuarios, que generen conversación y participación en ambientes hipermedia, multimedia y transmedia. Analizarán los ecosistemas digitales existentes en su contexto mediante propuestas de mejoramiento y rediseño basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.</p>



	Línea 1: Producción, circulación, consumo y recepción digital. Línea 3: Comunicación digital para el cambio social, la diversidad y la interculturalidad	
Escritura académica y metodología de investigación	<p>Objetivo general</p> <p>Estudiar la epistemología y metodología del área de conocimiento propia del programa de especialización superior.</p> <p>Contenido general</p> <p>Debate sobre los problemas epistemológicos y metodológicos del área de conocimiento en que trabaja el programa de la Especialización Superior en Comunicación Digital. Características y producción del discurso científico. Discusión sobre la naturaleza de la investigación en comunicación digital. Fundamentos para la elección metodológica orientada a proyectos digitales. Orientación para la definición del trabajo de titulación.</p> <p>Relación con líneas de investigación</p> <p>Línea 1: Producción, circulación, consumo y recepción digital</p> <p>Línea 2: Dimensiones sociales, culturales, económicas, políticas y educativas de la digitalización.</p> <p>Línea 3. Comunicación digital para el cambio social, la diversidad y la interculturalidad.</p>	<p>Podrán aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital y la cibercultura para construir contenidos digitales en entornos y ambientes diversos.</p> <p>Crearán contenidos digitales pensados para varias plataformas y usuarios, que generen conversación y participación en ambientes hipermedia, multimedia y transmedia.</p> <p>Analizarán los ecosistemas digitales existentes en su contexto mediante propuestas de mejoramiento y rediseño basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.</p> <p>Integrarán los preceptos de la cibercultura como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, mediante la aplicación de metodologías colaborativas y participativas.</p>
Trabajo de graduación	<p>Objetivo general</p> <p>Desarrollar con los estudiantes las metodologías y procedimientos necesarios para realizar un proyecto de investigación-creación en el área de conocimiento propia de la Especialización Superior en Comunicación Digital.</p> <p>Contenido general</p> <p>Este componente del itinerario de la Especialización Superior es la fase final y no comprende horas de clase, sino trabajo autónomo del estudiante.</p> <p>Examen complejo o final. Comprende la resolución de casos prácticos basados en los conocimientos adquiridos en el programa de Especialización Superior.</p> <p>Trabajo práctico para creación de prototipo de un producto digital innovador y una propuesta de intervención consistente en modificar y/o mejorar un contenido digital; ambos en temáticas periodística, educativa, política, corporativa, de marketing, electoral, cultural y/o de gobierno existente, bajo una lógica de participación activa del usuario.</p>	<p>Podrán aplicar los métodos y herramientas de la comunicación digital y la cibercultura para construir contenidos digitales en entornos y ambientes diversos.</p> <p>Crearán contenidos digitales pensados para varias plataformas y usuarios, que generen conversación y participación en ambientes hipermedia, multimedia y transmedia.</p> <p>Analizarán los ecosistemas digitales existentes en su contexto mediante propuestas de mejoramiento y rediseño basados en procesos de análisis, evaluación y crítica de la comunicación digital y entornos socio culturales.</p> <p>Integrarán los preceptos de la cibercultura como ejes transversales en los diferentes proyectos de comunicación digital, mediante la aplicación de metodologías colaborativas y participativas.</p>

Resumen: DGA, agosto 2019