

Ministerio de Educación y Cultura
Provincia de Salta

RESOLUCIÓN N° 008 -

SALTA, 17 MAR 2026

**COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO
EDUCATIVO**
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

VISTO, las actuaciones del rubro mediante las cuales la Dirección General de Educación Superior tramita la aprobación de la carrera Tecnicatura Superior en Comunicación Multimedial, con carácter jurisdiccional, para su desarrollo en unidades educativas dependientes de ese organismo, como de la Dirección General de Educación Privada, según corresponda, dependientes del Ministerio de Educación y Cultura a partir del período lectivo 2026; y

CONSIDERANDO:

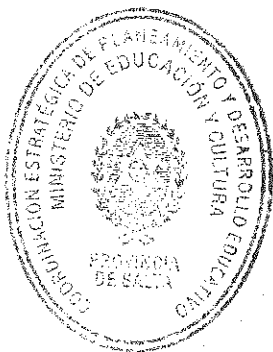
Que, los medios de comunicación y la sociedad atraviesan profundos cambios, en un contexto marcado por la digitalización, la globalización de la información y la multiplicación de dispositivos y plataformas tecnológicas. Esta transformación no solo ha modificado la manera en que se produce y distribuye la información sino también, los modos en que las personas la consumen e interpretan;

Que, ante esta realidad, se evidencia una fuerte demanda de profesionales que no solo dominen los aspectos técnicos, sino también comprendan los procesos sociales y culturales que atraviesan a la comunicación en diversos contextos;

Que, la apertura de esta propuesta formativa en Salta, permitirá que jóvenes del interior de la provincia accedan a una formación técnica de calidad, sin necesidad de emigrar a grandes centros urbanos, reduciendo las brechas territoriales y fortaleciendo los procesos de arraigo local;

Que, los futuros profesionales deben ser capaces de generar proyectos que contribuyan al desarrollo integral y sustentable de sus comunidades, con una mirada crítica, ética y transformadora;

Que, la presente propuesta se enmarca en los lineamientos y criterios establecidos para la Educación Superior en la Ley de Educación nacional N° 26206, la ley Nacional de Educación Superior N° 24521, la Ley N° 26058 de Educación Técnico Profesional, los Acuerdos Federales del Consejo Federal de Educación y la normativa de jurisdicción;



C
DB

...///

Ministerio de Educación y Cultura

Provincia de Salta

///...

RESOLUCIÓN N° 008

- 2 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Que, han tomado debida intervención los órganos técnicos pertinentes de las Direcciones Generales de Educación Superior y de Educación Privada, la Dirección Gral. de Asuntos Jurídicos del MEyC, la Subsecretaría de Planeamiento Educativo y Desarrollo Profesional, y la Secretaría de Gestión Educativa;

Por ello, y en virtud de la Resolución N° 1159/2025-Art.2° del MEyC.

LA COORDINADORA ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

R E S U E L V E:

ARTÍCULO 1°. - Aprobar el Plan de Estudios de la carrera "Tecnicatura Superior en Comunicación Multimedial" con carácter jurisdiccional, que como Anexo forma parte de este instrumento legal, en mérito a las razones expresadas en los considerandos.

ARTÍCULO 2°. - Aprobar, a partir del período lectivo 2026, la implementación de la carrera mencionada en el artículo precedente.

ARTÍCULO 3°. - Establecer que la Dirección General de Educación Superior evaluará anualmente la continuidad de la oferta educativa aprobada en artículo 1° y el cumplimiento de los requisitos exigidos por la normativa vigente, a fin de determinar autorización de funcionamiento de la cohorte respectiva.

ARTÍCULO 4°. - Establecer que queda reservada al Ministerio de Educación y Cultura de la Provincia de Salta y a la Dirección Gral. De Educación Superior, dependiente del mismo, la facultad de limitar la matriculación para el funcionamiento del 1° Año para los siguientes Periodos Lectivos.

ARTÍCULO 5°. - Comunicar, insertar en el Libro de Resoluciones y archivar.



C

Prof. Natalia Guardo Galardo
Coordinadora Estratégica de
Planeamiento y Desarrollo Educativo
Ministerio de Educación y Cultura
Provincia de Salta

RESOLUCIÓN N° 008 -

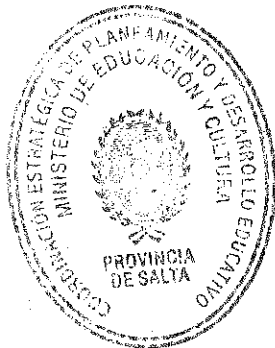
COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO
EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

MINISTERIO DE EDUCACIÓN y CULTURA
Provincia de Salta

Diseño Curricular

TECNICATURA SUPERIOR
EN
COMUNICACIÓN
MULTIMEDIAL



A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized name.

2025

RESOLUCIÓN N° 008

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

AUTORIDADES

Gobernador de la Provincia de Salta
Dr. Gustavo Adolfo Ruberto Sáenz

Vicegobernador de la Provincia de Salta
D. Antonio Oscar Marocco

Ministro de Educación y Cultura
Dra. María Cristina del Valle Fiore Viñuales

Secretaría de Gestión Educativa
Lic. Alejandro Williams Becker

Coordinación Estratégica de Planeamiento y Desarrollo Educativo
Prof. Analía Guardo Gallardo

Dirección General de Educación Superior
Lic. Carlos Delgado

Supervisora General
Prof. Carolina Calderón Ganoa

Secretaría Técnica
Dr. Rubén Clemente

Equipo de Trabajo Curricular Jurisdiccional de Tecnicaturas Superiores
Prof. Natalia Autino

Revisión, corrección y edición
Prof. María José Roca

Redacción de resolución
Prof. Juan José Jiménez



C

RESOLUCIÓN N° 008

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

ANEXO
PLAN DE ESTUDIOS

1. **NIVEL:** Superior
2. **CARRERA:** Tecnicatura Superior en Comunicación Multimedial.
3. **DURACIÓN:** 3 años.
4. **TÍTULO A OTORGAR:** Técnica/o Superior en Comunicación Multimedial.
5. **MODALIDAD:** Presencial.
6. **CARGA HORARIA:** horas reloj: 1968 - horas cátedra: 2624
7. **FAMILIA PROFESIONAL:** Comunicación Social
8. **ANÁLISIS DE LA DEMANDA:**

Los medios de comunicación y la sociedad en su conjunto atraviesan profundos cambios, en un contexto marcado por la digitalización, la globalización de la información y la multiplicación de dispositivos y plataformas tecnológicas. Esta transformación ha modificado no solo la manera en que se produce y se distribuye la información, sino también los modos en que las personas consumen interpretan e interactúan con los contenidos. Ante esta realidad, se hace indispensable contar con profesionales capacitados que comprendan los lenguajes multimediales, que puedan adaptarse a entornos comunicativos diversos y que sean capaces de intervenir activamente en los procesos comunicacionales desde una perspectiva crítica, ética y creativa.

En el plano laboral, la demanda de técnicos en comunicación multimedial ha crecido de forma sostenida en distintos ámbitos: medios tradicionales y digitales, agencias de comunicación, productoras audiovisuales, emprendimientos culturales, ONGs, instituciones educativas, organismos del Estado y empresas privadas. Todas estas organizaciones requieren perfiles que dominen herramientas de diseño gráfico, edición de audio y video, fotografía digital, producción transmedia, redacción profesional, marketing digital, gestión de redes sociales, comunicación institucional y análisis de audiencias. La formación técnica permite, en este sentido, una rápida inserción laboral, con una base sólida tanto práctica como conceptual.



Q

...///

///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 2 -

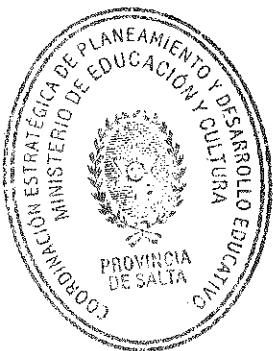
COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Además, la expansión de las redes sociales y la cultura participativa han democratizado el acceso a la producción de contenidos, pero también han generado desafíos vinculados a la circulación de noticias falsas, discursos de odio, sobreinformación y desinformación. Frente a esto, se vuelve urgente formar comunicadores capaces de construir mensajes claros, inclusivos, pertinentes y veraces. Por otro lado, en una sociedad atravesada por el consumo constante de imágenes, sonidos y narrativas multimediales, la formación en comunicación cumple un rol central en la promoción de la alfabetización mediática y digital. Esto significa formar ciudadanos críticos, reflexivos y conscientes de los medios que consumen y producen. En este marco, la comunicación deja de ser solo una herramienta técnica para convertirse también en una práctica transformadora, capaz de visibilizar problemáticas, construir sentido colectivo y fortalecer la participación democrática.

La provincia de Salta tiene una serie de particularidades y características que hace necesario la formación de profesionales capacitados para intervenir en los actuales procesos comunicacionales con una perspectiva situada y transformadora.

Salta se encuentra en un momento de expansión y diversificación en cuanto a sus medios de comunicación. A lo largo del territorio provincial, se multiplican radios comunitarias, canales de televisión local, medios digitales y plataformas de contenido autogestionadas que requieren personal técnico con formación específica en comunicación multimedial. A esto se suma la creciente presencia de emprendimientos culturales, cooperativas de comunicación, proyectos turísticos y medios alternativos que buscan consolidar sus mensajes y alcanzar nuevas audiencias mediante el uso de herramientas digitales. Esta realidad evidencia una fuerte demanda de profesionales que no solo dominen los aspectos técnicos, sino que también comprendan los procesos sociales y culturales que atraviesan a la comunicación en contextos diversos y complejos.

Desde una perspectiva económica y laboral, los perfiles profesionales vinculados a la comunicación multimedial son cada vez más requeridos. Empresas locales, municipios, instituciones educativas, organizaciones de la sociedad civil, espacios de promoción turística, ferias, festivales y eventos culturales demandan técnicos que puedan desarrollar estrategias comunicacionales efectivas, gestionar redes sociales, realizar producciones audiovisuales, diseñar campañas de difusión y acompañar procesos institucionales de comunicación interna y externa. Esta formación técnica no solo amplía las posibilidades de inserción laboral de los y las estudiantes, sino que también les brinda herramientas para el desarrollo de proyectos propios, fomentando el emprendedurismo y la generación de empleo en el territorio.



...///

///...

RESOLUCIÓN Nº

008

- 3 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

En el plano educativo y social, esta oferta contribuye a la democratización del acceso a la información y al fortalecimiento de la ciudadanía crítica. En tiempos donde circulan constantemente noticias falsas, discursos de odio y desinformación, se vuelve indispensable formar comunicadores con responsabilidad ética y compromiso social. La alfabetización mediática y digital es hoy una necesidad urgente, especialmente en contextos donde las desigualdades en el acceso a la tecnología persisten. La carrera contribuye, en este sentido, a generar capacidades en jóvenes y adultos para comprender, producir y analizar contenidos de manera consciente y reflexiva.

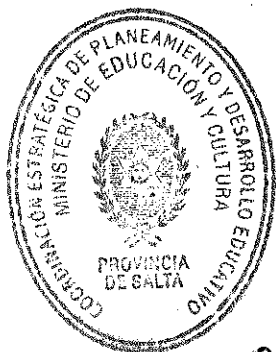
Finalmente, la apertura de esta propuesta formativa en Salta también tiene un valor estratégico desde el punto de vista del desarrollo regional. Permite que jóvenes del interior de la provincia accedan a una formación técnica de calidad sin necesidad de migrar a grandes centros urbanos, reduciendo las brechas territoriales y fortaleciendo los procesos de arraigo local. Además, impulsa la creación de redes de comunicación entre comunidades, instituciones y actores sociales que pueden dinamizar el tejido social y productivo de la provincia.

En síntesis, la Tecnicatura Superior en Comunicación Multimedial en Salta no solo responde a una necesidad del mercado laboral, sino que también se posiciona como una herramienta educativa fundamental para acompañar los procesos de transformación tecnológica, cultural y social que atraviesa la provincia. Su propósito es formar profesionales críticos y creativos, preparados para afrontar los desafíos comunicacionales actuales y construir una comunicación con identidad y perspectiva local.”

1- FUNDAMENTACIÓN

Las decisiones y fundamentos de la Tecnicatura Superior en Comunicación Multimedial se sostienen sobre la base de una articulación entre las transformaciones globales del campo comunicacional y las necesidades concretas del entorno local. En este sentido, la carrera intenta responder tanto a los cambios en los modos de producir y consumir información como a los desafíos específicos de una provincia caracterizada por su diversidad cultural, territorial y social.

Uno de los principales pilares es la pertinencia territorial. Salta posee una heterogeneidad geográfica y cultural marcada; desde zonas urbanas densamente pobladas hasta regiones rurales con menor acceso a servicios, pasando por comunidades originarias con lenguas y tradiciones propias, espacios fronterizos e interacciones interprovinciales.



Q

...///

///...

RESOLUCIÓN N° 008

- 4 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

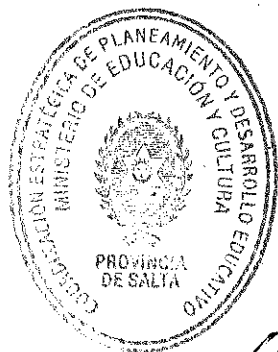
Esta realidad demanda profesionales de la comunicación que puedan interpretar e intervenir en contextos complejos, produciendo mensajes y estrategias comunicativas sensibles a las realidades locales. Así, la carrera se propone formar técnicos que comprendan y valoren la dimensión intercultural de la comunicación, capaces de construir puentes entre distintos sectores sociales y culturales.

Otro de los fundamentos centrales es la necesidad de democratizar el acceso a la producción de contenidos multimediales y a la alfabetización digital. En un escenario marcado por las tecnologías de la información y la comunicación, resulta indispensable que las comunidades puedan no solo acceder a los medios, sino también convertirse en generadoras activas de discursos y narrativas propias. Esto cobra especial sentido en Salta, donde muchos territorios y sectores sociales han sido históricamente marginados del mapa mediático. La formación en comunicación multimedial busca revertir esta situación, brindando herramientas técnicas y conceptuales que empoderen a los estudiantes para convertirse en actores comunicacionales estratégicos en sus propias comunidades.

Asimismo, la transformación del ecosistema mediático constituye otro fundamento clave. La convergencia de medios, la hibridación de formatos y la multiplicación de plataformas digitales han dado lugar a un nuevo escenario profesional en el que se requieren competencias múltiples: redacción periodística, fotografía, diseño gráfico, edición de video, manejo de redes sociales, producción audiovisual, gestión de contenidos digitales, entre otras. Esta tecnicatura responde a esa necesidad de formación polivalente, preparando a los estudiantes para desenvolverse con solvencia en diversos lenguajes y soportes comunicativos, sin perder de vista el análisis crítico de los discursos que circulan.

Desde el punto de vista económico, la tecnicatura también se justifica en función del desarrollo profesional. Hoy, los perfiles comunicacionales son altamente requeridos en áreas tan diversas como la educación, la cultura, el turismo, el desarrollo territorial, el marketing, la comunicación institucional y la gestión pública. Gobiernos locales, escuelas, organizaciones sociales, emprendimientos culturales y empresas necesitan contar con profesionales que puedan diseñar e implementar estrategias comunicacionales acordes a sus objetivos. Esta formación técnica no solo mejora la empleabilidad de los egresados, sino que también estimula la autonomía profesional y el emprendedurismo, elementos fundamentales para dinamizar la economía local y generar proyectos propios con impacto social.

La propuesta se apoya además en principios pedagógicos que orientan toda la trayectoria formativa. El principio de integralidad promueve la articulación entre conocimientos teóricos y prácticos, entre el hacer técnico y el pensar crítico.



...///

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

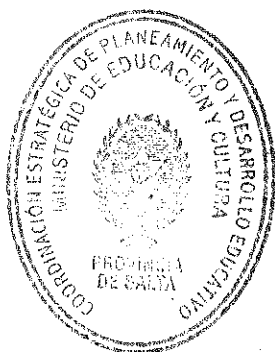
La formación no se limita a la adquisición de herramientas, sino que también busca comprender los procesos sociales, políticos y culturales en los que se inscribe la comunicación. El enfoque interdisciplinario, por su parte, permite abordar la comunicación desde múltiples campos del saber, integrando perspectivas de la sociología, la pedagogía, la estética, la semiótica, la historia, la filosofía y las ciencias tecnológicas.

Otro principio clave es el aprendizaje situado y contextualizado, que reconoce el valor del conocimiento construido desde el territorio y en diálogo con las problemáticas reales de las comunidades. Por eso, la tecnicatura incorpora experiencias prácticas, proyectos colaborativos, actividades en terreno y vínculos con organizaciones sociales y culturales, fomentando un aprendizaje comprometido con el entorno. A esto se suma el desarrollo de la creatividad y la innovación, entendidas no como habilidades accesorias, sino como capacidades centrales para generar nuevas formas de comunicar, nuevas narrativas y nuevas estéticas que representen los mundos posibles de quienes habitan la provincia.

La equidad y la inclusión también constituyen pilares fundamentales de la propuesta. La carrera se orienta a garantizar el acceso de estudiantes provenientes de diversos sectores sociales, promoviendo la igualdad de oportunidades, la perspectiva de género y el respeto por la diversidad cultural y lingüística. Desde esta perspectiva, la comunicación se entiende como un derecho humano y como una herramienta indispensable para la construcción de ciudadanía, participación democrática y transformación social.

Por último, la tecnicatura se alinea con el principio de sustentabilidad y compromiso con el desarrollo local y regional. La propuesta busca formar profesionales que no solo dominan técnicas, sino que también comprenden la comunicación como una práctica vinculada al fortalecimiento de los vínculos sociales, al cuidado del entorno y a la valorización del patrimonio cultural. En este sentido, se promueve la formación de técnicos capaces de generar proyectos que contribuyan al desarrollo integral y sustentable de sus comunidades, con una mirada crítica, ética y transformadora.

En suma, la Tecnicatura Superior en Comunicación Multimedial de Salta se fundamenta en una visión integradora que articula el conocimiento técnico con el compromiso social, el análisis crítico con la intervención creativa, y la especificidad del territorio con las tendencias globales. Se trata de una propuesta formativa profundamente situada, que apuesta a formar profesionales capaces de construir una comunicación con identidad, con sentido social y con capacidad de incidir positivamente en la vida colectiva.



Q

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

2. CAPACIDADES PROFESIONALES MÍNIMAS DE LA FORMACIÓN TÉCNICA SUPERIOR

A partir de lo establecido por Instituto Nacional de Educación Técnica¹, se espera que el Técnico Superior en Comunicación Multimedial desarrolle durante su formación inicial tres tipos de capacidades:

1. **Capacidades básicas:** contribuyen a la concepción integradora y holística del técnico como ciudadano. Por tanto, son claves para su formación general. Funcionan como soporte para las otras más específicas, es decir para las capacidades profesionales básicas y las capacidades profesionales específicas.
2. **Capacidades profesionales básicas:** son el resultado de un primer nivel de especificación de las capacidades básicas. Son generales y comunes a cualquier técnico con independencia de su especialidad.
3. **Capacidades profesionales específicas:** permiten la manifestación de la dinámica profesional de cada uno de los sectores profesionales.

Las capacidades básicas y las capacidades profesionales básicas se desarrollan a continuación, mientras que las capacidades profesionales específicas se encuentran en el apartado de Perfil Profesional.

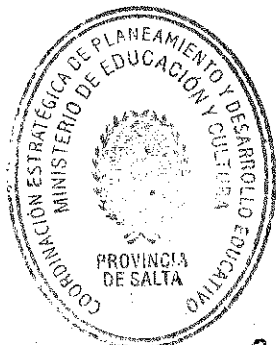
CAPACIDADES BÁSICAS

Capacidades referidas a los procesos cognitivos

Se trata del desarrollo de las capacidades que se requieren para operar con símbolos, representaciones, ideas, imágenes, conceptos, principios, leyes y otras abstracciones. Entre estas, se incluyen las habilidades analíticas, creativas, asociativas y metacognitivas para el razonamiento.

Capacidades referidas al saber hacer

¹ Las capacidades que aquí se incluyen fueron elaboradas por el Instituto Nacional de Educación Técnica para el Nivel Secundario y en base a la Res. CFEyE Nro. 261/2006, la Res. CFE Nro. 17/2007 y la Res. CFE Nro. 47/2008. Estas fueron redefinidas por el equipo de consultores técnicos curriculistas de la Dirección General de Educación Superior en base a las especificidades del Nivel Superior.



COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

Capacidades referidas al saber hacer

Se incluyen aquellas que implican la puesta en acto. Suponen e implican saberes intelectuales y valorativos que se manifiestan en una dimensión pragmática. Comprende habilidades comunicativas, tecnológicas y organizativas.

Capacidades referidas a la participación

Refieren a la participación de la persona como miembro de un grupo en los ámbitos de referencia próximos y en contextos más amplios.

Capacidades referidas a la autoformación

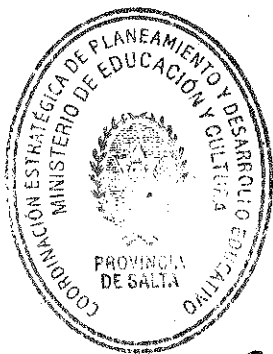
Se trata de la capacidad para comprometerse con el propio proceso formativo. Esto supone analizar las propuestas formativas del instituto y de los espacios que forman parte de las prácticas profesionalizantes, para identificar fortalezas y debilidades. Además, implica que el técnico evalúe el desarrollo de sus capacidades profesionales y académicas para consolidarlas.

CAPACIDADES PROFESIONALES BÁSICAS

Capacidades para interactuar y comunicar

Se espera que el técnico desarrolle las capacidades necesarias para interactuar y comunicarse de manera eficiente y considerando el respeto y el rescate de la cultura y los saberes de las distintas personas y ámbitos en donde se inserta profesionalmente. Esto implica:

- Reconocer a las personas con sus necesidades e intereses, respetando credos, culturas, orígenes y ocupaciones laborales.
- Actuar de acuerdo con principios democráticos y éticos en todos los ámbitos de participación social y profesional.
- Establecer vínculos con empatía.
- Comprender contextos y situaciones.
- Posibilitar la participación de la gente y comprometerse con la comunidad.
- Identificar y diferenciar estrategias creativas y adecuadas a las necesidades y objetivos.
- Trabajar en equipo.
- Comunicar información técnica haciendo uso de un lenguaje claro y ameno.
- Producir informes escritos y orales utilizando lenguaje apropiado a cada circunstancia y destinatario.



COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Capacidades para programar y organizar

Se espera que el técnico desarrolle las capacidades necesarias para formular y desarrollar proyectos significativos y viables. Esto implica:

- Ordenar y planificar eficientemente tanto las actividades propias y las del ámbito de trabajo, como las de los grupos con los que trabaja para garantizar la calidad de su desarrollo en función de los objetivos.
- Programar en función de prioridades, de información relevada y de posibilidades propias.
- Establecer y cumplir cronogramas.
- Analizar costos, recursos y resultados.
- Aplicar mecanismos de evaluación y ejecutar los ajustes y cambios necesarios.
- Verificar las necesidades de materiales, insumos y otros elementos para el desarrollo de una actividad y organizar los procesos de trabajo.

Capacidades para analizar críticamente

Se espera que el técnico desarrolle las capacidades necesarias para identificar causas y formular hipótesis que se correspondan con las situaciones que se presentan. Esto implica:

- Observar, interpretar y evaluar situaciones sin prejuicios y preconceptos y tomar decisiones de acuerdo con los propósitos y consecuencias.
- Actuar de manera analítica y crítica en el uso y la aplicación de la tecnología y de sus efectos económicos, sociales y ambientales.
- Reconocer la responsabilidad de la sociedad en la conservación de los recursos naturales y humanos.

Además, supone:

- Analizar la propia actuación con la intención de mejorarla.
- Formarse una opinión propia, sostenerla con convicción y modificarla cuando la evidencia lo exige.
- Expresar con claridad su opinión.

Capacidades para procesar información

Incluye la capacidad de generar información de distintas características a partir de fuentes distintas y de obtener a partir del relevamiento datos e información para distintos fines. Esto supone:

- Identificar el tipo de información requerida y generar y aplicar los instrumentos necesarios para su relevamiento.



(Handwritten mark)

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

- Identificar y seleccionar fuentes de información.
- Llevar el registro y la documentación de la información relevada.
- Procesar la información, analizarla de acuerdo con los objetivos planteados, usarla cuando fuera necesaria y presentarla de forma adecuada.

Capacidades para resolver problemas

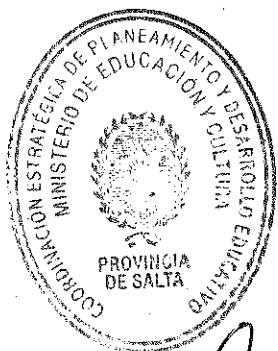
Se espera que el técnico desarrolle capacidades para resolver problemas significativos, articulando saberes de distintos tipos en situaciones concretas. Comprende:

- Aprovechar los recursos disponibles.
- Aplicar generalizaciones en situaciones nuevas.
- Poner en funcionamiento el pensamiento sintético.
- Explorar caminos alternativos en la investigación y en la resolución del problema.
- Adquirir una visión de conjunto de la problemática, pero sin perder visión de los propiedades, procesos y elementos que lo integran.
- Usar de forma creativa y original las tecnologías.

Capacidades para controlar

Se espera que el técnico desarrolle capacidades para controlar los servicios y/o productos y aplicar con responsabilidad social las normas de conservación evitando el desecho innecesario de recursos y materiales, preservando el ambiente y procurando la aplicación de las normas de seguridad e higiene en el trabajo. Comprende:

- Evaluar la productividad, comparando los rendimientos e ingresos obtenidos con lo planificado y detectando las causas de mayores o menores niveles de productividad.
- Elaborar informes de resultados, con el objetivo de modificar el plan de actividades de ser necesario.
- Detectar rápidamente errores posibles y seleccionar los mecanismos de control entre los disponibles en su ámbito de desempeño.
- Elaborar registros para el seguimiento de los proyectos de Diseño gráfico.
- Controlar la aplicación de los planes, normativas y legislaciones.
- Identificar áreas de mejora y cumplir con las normativas ambientales y de higiene y seguridad.



C

///...

RESOLUCIÓN Nº

008

- 10 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

Capacidades para accionar

Se espera que el técnico desarrolle capacidades para producir efectos en las situaciones de trabajo. Comprende:

- Dominar los principios técnicos o conceptuales que orientan las operaciones.
- Manipular objetos y equipos, como componentes, maquinas, implementos, herramientas, instrumentos, instalaciones, entre otras.
- Aplicar metodologías, técnicas y procedimientos que intervienen en los procesos de producción y/o de servicios.
- Conocer y aplicar técnicas de operación.
- Conocer y aplicar la normativa vigente en toda práctica de operación.
- Controlar las etapas o fases de los procesos tecnológicos de la producción o de los servicios.
- Cooperar en el mantenimiento funcional operativo de las distintas tecnologías que intervienen en distintas etapas de la producción y/o de los servicios.

3. PERFIL PROFESIONAL

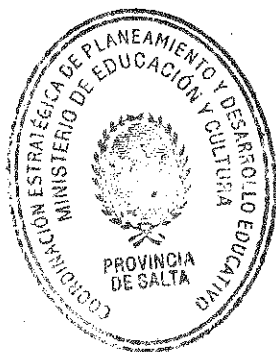
El Técnico Superior en Comunicación Multimedial desarrolla capacidades y competencias para:

1. Analiza de manera crítica y reflexiva comprendiendo diferentes contextos

- Lee, interpreta y contextualiza fenómenos sociales, políticos, económicos y culturales.
- Comprende las distintas audiencias como así también las lógicas de interacción en las prácticas comunicacionales y culturales.
- Identifica problemáticas y necesidades comunicacionales en y de distintos entornos sociales.

2. Producir contenidos multimediales y transmediales

- Diseña y produce contenidos para múltiples plataformas: prensa escrita, radio, televisión, redes sociales, sitios web, podcasts, etc.
- Maneja las herramientas tecnológicas necesarias para la edición de audio, video, imagen y texto.
- Integra lenguajes narrativos diversos (visual, sonoro, verbal, audiovisual) en productos multimediales.



0

...///

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

3. Encargarse de la comunicación institucional y organizacional

- Planifica y ejecuta estrategias de comunicación interna y externa en instituciones públicas, privadas o del tercer sector (entidades privadas, organizaciones sin fines de lucro).
- Diseña campañas publicitarias y/o propagandísticas, boletines, gacetillas, comunicados y materiales de difusión.
- Administra redes sociales y plataformas digitales institucionales.

4. Gestionar proyectos comunicacionales

- Formula, planifica, implementa y evalúa proyectos de comunicación de acuerdo con objetivos específicos y audiencias determinadas.
- Trabaja en equipos interdisciplinarios para lograr una mejor planificación y gestión de los proyectos comunicacionales.
- Gestiona recursos técnicos para el desarrollo de propuestas comunicativas.

5. Actuar de forma ética y con compromiso social

- Desarrolla prácticas responsables desde una perspectiva ética, inclusiva y respetuosa de los derechos humanos.
- Promueve la comunicación como derecho, especialmente en contextos comunitarios y de vulnerabilidad social.
- Reconoce y valora la diversidad cultural, lingüística, de género y generacional.

6. Investigar en comunicación

- Aplica herramientas básicas de investigación social para el diagnóstico y análisis de problemas comunicacionales.
- Recopila y sistematiza información relevante para fundamentar decisiones comunicativas.

7. Comprometerse con el propio proceso formativo y la actualización permanente

- Sigue la evolución de los lenguajes, formatos y plataformas comunicacionales.
- Aprende nuevas herramientas digitales y lenguajes tecnológicos.
- Se adapta a diferentes culturas organizacionales y entornos laborales.



e

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

4. ÁREA OCUPACIONAL

El Técnico Superior en Comunicación Multimedial puede desempeñarse en los siguientes espacios y áreas:

- Medios de comunicación tradicionales y digitales.
- Empresas privadas: área de comunicación, marketing, prensa.
- Organizaciones del Estado municipales, provinciales, nacionales.
- Organizaciones sociales y comunitarias.
- Espacios educativos no formales, culturales y científicos.
- Emprendimientos personales o cooperativos.

5. ALCANCE DEL TÍTULO

El Técnico Superior en Comunicación Multimedial puede realizar las siguientes actividades:

En relación con la producción y realización de contenidos multimediales

- Diseñar, producir y editar contenidos para diversos soportes: audio, video, gráfico, web, redes sociales.
- Utilizar herramientas digitales de edición, diseño y publicación.
- Desarrollar narrativas transmediales adaptadas a diferentes públicos y plataformas.

En relación con la redacción y comunicación periodística

- Colaborar en la redacción de notas, entrevistas, crónicas, informes, columnas de opinión, guiones.
- Colaborar en coberturas periodísticas en diversos formatos (radio, prensa, TV, redes).
- Colaborar en la producción de contenidos noticiosos y de interés general con criterio ético y profesional.



**COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO
EDUCATIVO**
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

En relación con la planificación y gestión de estrategias de comunicación

- Colaborar en el diseño de planes de comunicación institucional u organizacional.
- Colabora en la elaboración de diagnósticos comunicacionales y definir objetivos estratégicos.
- Colaborar en la gestión de la comunicación interna y externa de instituciones públicas o privadas.

En relación con la gestión de redes sociales y plataformas digitales

- Administrar cuentas institucionales o de proyectos en redes sociales.
- Diseñar estrategias de comunicación digital y posicionamiento online.
- Crear contenidos pensados para la interacción con audiencias virtuales.

En relación con el desarrollo de campañas comunicacionales

- Colaborar en la planificación y ejecución de campañas de concientización, difusión o promoción.
- Integrar recursos gráficos, audiovisuales y digitales en piezas efectivas.
- Colaborar en la coordinación de equipos de trabajo para el desarrollo de campañas multimediales.

En relación con la capacitación y acompañamiento comunicacional

- Acompañar procesos comunicativos en organizaciones sociales, formativas o comunitarias.
- Asistir en la mejora de prácticas comunicativas en distintos ámbitos laborales.

En relación con la investigación y análisis de procesos comunicacionales

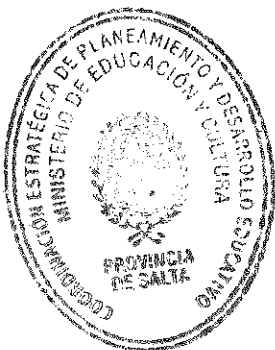
- Aplicar herramientas básicas de investigación social y comunicacional.
- Elaborar informes, encuestas, entrevistas y análisis de medios.
- Colaborar en la evaluación del impacto de acciones comunicativas.

En relación con el asesoramiento técnico y comunicacional

- Colaborar en la asistencia a organizaciones para mejorar su comunicación institucional.
- Orientar en el uso de tecnologías comunicacionales y lenguajes multimediales.

En relación con el desarrollo de proyectos comunicacionales propios

- Empezar medios o servicios propios (blogs, canales, productoras, estudios de diseño).
- Crear productos y servicios comunicativos con fines comerciales, culturales o comunitarios.



[Handwritten signature]

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

6. ANTECEDENTES CONSULTADOS QUE SUSTENTAN LA PROPUESTA

En relación con la educación, se consultaron los siguientes documentos:

- Ley Nacional de Educación Técnico Profesional N°26.058.
- Ley de Educación Superior N°24.521.
- Ley de Educación de la Provincia de Salta N° 7.546.
- Resolución CFE N° 283/2016. Mejora Integral de la Calidad de la Educación Técnico Profesional.
- Resolución CFE N° 295/2016. Criterios para la organización institucional y lineamientos para la organización de la oferta formativa para la educación técnico profesional de nivel superior.
- Resolución CFE N° 175/2012. Mejora continua de la calidad de los entornos formativos y las condiciones institucionales de la Educación Técnico.
- Resolución N° 850/2012 y N° 748/2014 del Instituto Nacional de Educación Tecnológica.
- Proceso de Homologación y Marcos de Referencias de Títulos y certificaciones de la Educación Técnico Profesional (Resolución del CFE N° 261/2006).

En relación con la formación en Comunicación, se consultaron propuestas de otras jurisdicciones. Estas son:

- Documento Base para la Organización Curricular de la Tecnicatura Superior en Comunicación Social orientada al Desarrollo Local, Resolución del Consejo Federal de Educación N° 38/07, Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología.
- Técnico/a Universitario/a en Comunicación Digital Convergente (C.S. N° 0351 - 17 y RESOL-2020-717-APN-ME) de la Universidad Nacional de Jujuy, Plan de Estudios 2021.
- Tecnicatura y Licenciatura en Comunicaciones Sociales, Plan de Estudios 2009, Universidad Católica de Salta.
- Tecnicatura en Comunicación Periodística y Licenciatura en Periodismo, Plan de Estudios 2024, Universidad Católica de Salta.
- Tecnicatura en Comunicación Social con Orientación Multimedial del Instituto de Educación Superior Rodolfo Walsh Res N° 4914 de 2012. Chaco, Resistencia.
- Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Salta.
- Tecnicatura Superior en Comunicación Multimedial Dirección General de Educación Superior de La Plata.



COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

- Licenciatura en Comunicación Social, Escuela de Ciencias de la Información. Universidad Nacional de Córdoba.
- Técnico Universitario en Comunicación Social con Orientación en Comunicación Digital, Universidad Nacional de La Plata.
- Licenciatura en Comunicación Institucional, Universidad Blas Pascal.
- Tecnicatura en Comunicación para Organizaciones Sociales Universidad Nacional de Córdoba.
- Anexo único del Expediente 5812-3.556.843/08 de la Dirección General de Educación y Cultura de la Provincia de Buenos Aires de la carrera de Tecnicatura Superior en Comunicación Social para el Desarrollo.

7. ORGANIZACIÓN CURRICULAR

Los espacios curriculares del presente diseño se distribuyen en cuatro campos de formación cuya perspectiva interdisciplinaria garantiza la formación teórico-práctica del Técnico Superior en Comunicación Multimedial. Estos son:

- Campo de la Formación General (CFG).
- Campo de la Formación de Fundamento (CFF).
- Campo de Formación Específica (CFE).
- Campo de las Prácticas Profesionalizantes (CPP).

Cada campo aporta a la formación técnica saberes generales o específicos que resultan fundamentales para el desempeño laboral y para el ejercicio de una ciudadanía activa. A continuación, desarrollamos cada uno de estos campos.

El Campo de la Formación General incluye saberes que posibilitan la participación activa, reflexiva y crítica en los diversos ámbitos de la vida laboral y sociocultural. De esta manera, colabora en el desarrollo de una actitud ética, crítica y consciente de los cambios sociales y tecnológicos. **El Campo de la Formación de Fundamentos**, en cambio, aborda los saberes científicos, tecnológicos y socioculturales que fundamentan los conocimientos, habilidades, destrezas, valores y actitudes propios del campo profesional en cuestión. Finalmente, **el Campo de la Formación Específica** tiene por objetivo, por un lado, abordar los saberes propios de cada campo profesional y, por otro lado, contextualizar los que se desarrollen como parte del Campo de la Formación de Fundamento.



COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

Por su parte, el **Campo de las Prácticas Profesionalizantes** completa la formación profesional, integra los saberes construidos en los Campos de Formación anteriormente descritos y garantiza la articulación teoría-práctica. Este espacio permite que los estudiantes se acerquen progresivamente a situaciones reales de trabajo, articulando los contenidos, las capacidades y las competencias desarrolladas con los procedimientos propios del ámbito laboral y del ejercicio profesional. Además, fomenta la reflexión crítica sobre la práctica, integrando aportes teóricos tanto de este espacio como de los demás campos del currículo. De esta manera, se busca contextualizar la práctica en la realidad socio-tecnológica concreta, favoreciendo la comprensión de cómo se aplican los conocimientos y habilidades en situaciones profesionales reales. En relación con la secuencia didáctica, se proponen tres momentos diferenciados tanto por su distribución temporal como por las competencias que cada uno pone en juego. Sin embargo, estos se sustentan y se articulan por el marco normativo de la Resolución Ministerial Nº 3124/2012 y por el sentido ético en la práctica profesional.

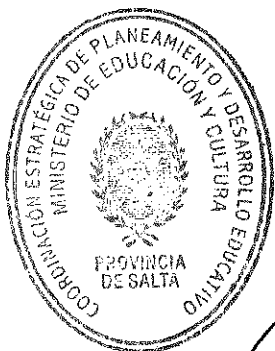
7.1. Definición de los formatos curriculares que integran la propuesta.

Se entiende por formato curricular a la forma de organización que puede adoptar el diseño de una unidad curricular. La incorporación en las planificaciones de cátedra de diferentes formatos permite organizar y potenciar el proceso de enseñanza y aprendizaje y los distintos contenidos de la formación que deben ser acreditadas por los estudiantes. Cada uno de los formatos responde a diversos modos de intervención.

Se definen para la organización de las unidades curriculares los siguientes formatos:

Seminario: se trata del estudio profundo de problemas relevantes para la formación profesional. A partir de la desnaturalización de construcciones preconcebidas, se promueve 1. La reflexión crítica con el fin de que los estudiantes consoliden, amplíen, profundicen, discutan, integren y generalicen los contenidos abordados; 2. La resolución de problemas mediante la utilización de los métodos coherentes con la investigación científica y la rama de saber que se aborde y 3. El desarrollo de su expresión oral, del ordenamiento lógico de los contenidos y del uso de diferentes fuentes del conocimiento.

Taller: busca integrar la práctica con los aportes teóricos en tanto implica la problematización, el análisis y la reflexión sobre la acción, pero a partir de los conceptos de distintos marcos conceptuales. Requiere de la participación activa de los estudiantes en torno a un proyecto concreto de trabajo que implique la contextualización, la puesta



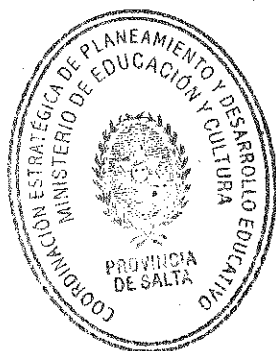
COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

en juego de conocimientos y distintos procesos de pensamiento. Asimismo, permite generar y concretar experiencias de integración entre diferentes unidades curriculares o al interior de cada una de ellas, a fin de posibilitar en los futuros profesionales mayores y más complejos niveles de comprensión de la práctica profesional y de la actuación estratégica. En tal sentido, este formato presenta algunos elementos característicos como: la relación alumno- instrumento, el trabajo centrado en el saber hacer y orientado a la producción de un objeto o a procedimientos de simulación, un docente experto en la actividad técnico-profesional y la prevalencia del sentido atribuido al trabajo desarrollado. Lo importante es que, en ese lugar, los alumnos puedan construir –desde lo conceptual, lo metodológico y lo operativo– modelos que, en lo posible, se identifiquen y asemejen con bastante proximidad a la realidad del mundo tecnológico o socio-productivo y de su ambiente de trabajo (INET, 2003).

Asignatura o Materia: es una organización destinada al aprendizaje de un cuerpo significativos de los contenidos de uno o más campos del saber que se seleccionan, se organización y secuencian con fines didácticos. En tal sentido, centra su atención pedagógica en la apropiación de los contenidos de una disciplina. Entre los recursos y actividades destacan, el análisis de problemas, la investigación documental, el acceso a fuentes, la interpretación de tablas y gráficos, la elaboración de escritos e informes, la comunicación oral, entre otros. En síntesis, este formato promueve en los estudiantes una visión de los campos de conocimiento implicados y de sus procesos de construcción y legitimación.

Laboratorio: su especificidad está dada por la experimentación, la exploración, la prueba, la presentación de experiencias y de informe de estudios, la indagación y/o la investigación. Estas actividades dan lugar a la formulación de hipótesis, el desarrollo de procesos de demostración, la elaboración de conclusiones y generalizaciones a partir de la obtención de resultados. El objetivo es producir, experimentar y recrear conocimientos a partir de actividades individuales y/o colectivas, que promuevan caminos autónomos de búsqueda durante el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Práctica Formativa: a diferencia de la práctica profesionalizante, esta forma parte de cada unidad curricular y se define como una estrategia pedagógica planificada y organizada, que busca integrar significativamente en la formación académica los contenidos teóricos con la realización de actividades de índole práctica. Esto implica, que cada unidad curricular, que forma parte del diseño, a partir de características epistemológicas, pedagógicas y didácticas y del formato que adopte, deberá destinar un tiempo específico para la práctica del estudiante, para el hacer. De esta manera, es necesario combinar metodologías y recursos que superen el dictado meramente teórico de una clase.



///...

RESOLUCIÓN N° 008

- 18 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Prácticas Profesionalizantes: Son aquellas estrategias y actividades formativas que, como parte de la propuesta curricular, tienen como propósito que los estudiantes consoliden, integren y/o amplíen las capacidades y saberes que se corresponden con el perfil profesional en el que se están formando. Son organizadas y coordinadas por la institución educativa, se desarrollan dentro o fuera de tal institución y están referenciadas en situaciones de trabajo.

8. OBJETIVOS DE LA CARRERA

La Tecnicatura Superior en Comunicación Multimedial se orienta a formar profesionales capaces de intervenir en los diversos campos de la comunicación con una mirada crítica, creativa y técnica, en sintonía con los desafíos contemporáneos del entorno digital y multimedial.

Los objetivos de la Tecnicatura Superior en Comunicación Multimedial son:

- Formar profesionales con capacidad para diseñar, producir y gestionar contenidos multimediales adaptados a distintos soportes, lenguajes y públicos.
- Desarrollar una mirada crítica y reflexiva sobre los procesos comunicacionales, sus implicancias culturales, sociales, económicas y políticas.
- Favorecer la apropiación de herramientas tecnológicas y expresivas que permitan intervenir creativamente en la construcción de discursos multimediales.
- Brindar conocimientos teóricos y prácticos sobre los lenguajes de la comunicación (verbal, visual, sonoro, audiovisual, digital) y su integración en productos multimediales.
- Formar para la planificación, ejecución y evaluación de estrategias de comunicación en distintos ámbitos: institucionales, comunitarios, empresariales, mediáticos.
- Formar en el uso de herramientas tecnológicas y digitales para la producción y edición de contenidos (audio, video, diseño gráfico, redes, plataformas web).
- Estimular la creatividad, la innovación y el pensamiento transdisciplinario en el abordaje de problemáticas comunicacionales complejas.
- Promover la investigación en el campo de la comunicación como herramienta de diagnóstico, análisis y transformación de la realidad.
- Fomentar el trabajo colaborativo, la iniciativa emprendedora y la responsabilidad profesional en el desarrollo de proyectos de comunicación.
- Contribuir a la democratización de la comunicación desde una perspectiva ética, inclusiva, plural y con compromiso social.



...///

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

9. DURACIÓN

3 años.

9.1 Carga horaria total

Horas reloj: 1968

Horas cátedra: 2624

Carga horaria por campo de formación

CARGA HORARIA POR CAMPO FORMATIVO

AÑO	TOTAL ANUAL		FORMACIÓN GENERAL			FORMACIÓN DE FUNDAMENTOS			FORMACIÓN ESPECIFICA			PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE		
	HS CAT.	HS Rj	HS CAT.	HS Rj	%	HS CAT.	HS Rj	%	HS CAT.	HS Rj	%	HS CAT.	HS Rj	%
1º	928	696	96	72	3,66	352	264	13,41	288	216	10,98	192	144	7,32
2º	864	648	48	36	1,83	112	84	4,27	480	360	18,29	224	168	8,53
3º	832	624	48	36	1,83	112	84	4,27	416	312	15,85	256	192	9,76
TOTAL	2624	1968	192	144	7,32	576	432	21,95	1184	888	45,12	672	504	25,61

9.1.1. Carga horaria por Campo de Formación y porcentajes relativos

AÑO	FORMACIÓN GENERAL	FORM DE FUNDAMENTOS	FORMACIÓN ESPECIFICA	PRÁCT. PROF.
	%	%	%	%
1º	3,66	13,41	10,98	7,32
2º	1,83	4,27	18,29	8,53
3º	1,83	4,27	15,85	9,76
TOTAL	7,32	21,95	45,12	25,61
100 %				



[Handwritten signature]

///...

RESOLUCIÓN Nº

008

- 20 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

9.2. Estructura curricular por campos de formación

A continuación, se indica la distribución de las unidades curriculares por campos de formación, año de cursado, duración y carga horaria semanal y total de estas.

Campos	Unidades Curriculares	Año	Régimen	HCS	HCA
Campo de la Formación General (CFG)	Comprensión y producción de textos	1º	Anual	3	96
	Educación Sexual Integral (ESI)	2º	Cuatrimstral (2º C)	3	48
	Higiene, seguridad y desarrollo ambiental sostenible	3º	Cuatrimstral (2º C)	3	48
Campo de la Formación de Fundamento (CFF)	Contexto Socio Productivo y Tecnológico	1º	Anual	3	96
	Introducción a la Comunicación	1º	Anual	4	128
	Laboratorio de Medios Digitales	1º	Cuatrimstral (1º C)	4	64
	Inglés Técnico	1º	Cuatrimstral (2º C)	4	64
	Tendencias Tecnológicas	2º	Cuatrimstral (1º C)	4	64
	Marketing Digital	2º	Cuatrimstral (2º C)	3	48
	Políticas de Comunicación	3º	Cuatrimstral (1º C)	4	64
	Emprendimientos para la era Digital	3º	Cuatrimstral (2º C)	3	48
	Campo de la Formación Específica (CFE)	Contenido Visual	1º	Cuatrimstral (1º C)	4
Contenido Sonoro		1º	Cuatrimstral (1º C)	4	64
Fundamentos de la Comunicación Multimedial		1º	Cuatrimstral (2º C)	5	80
Introducción a la programación Multimedial		1º	Cuatrimstral (2º C)	5	80
Producción Multimedial		2º	Anual	4	128
Producción de narrativas y contenido audiovisual		2º	Cuatrimstral (1º C)	5	80
Métrica y analítica digital		2º	Anual	4	128
Creación de Contenidos Social Media		2º	Cuatrimstral (1º C)	4	64
Comunicación Estratégica		2º	Cuatrimstral (2º C)	5	80
Ética y Legislación de la Comunicación		3º	Cuatrimstral (1º C)	4	64
Narrativas Transmedia		3º	Cuatrimstral (1º C)	4	64
Gestión de Comunicación Multimedial		3º	Anual	4	128
Comunicación Organizacional		3º	Anual	3	96
Sociología de la Comunicación		3º	Cuatrimstral (2º C)	4	64
Campo de las Prácticas Profesionalizantes (CPP)	Prácticas Profesionalizantes I: Análisis de los elementos de la Comunicación Multimedial	1º	Anual	6	192
	Prácticas Profesionalizantes II: Producción Multimedial	2º	Anual	7	224
	Prácticas Profesionalizantes III: Gestión de Proyectos Multimediales.	3º	Anual	8	256



...///

///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 21 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO**EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0****10.CAJA CURRICULAR****PRIMER AÑO**

Cód.	Formato	Espacio Curricular	Régimen		
			1er C.	2do C.	Anual
FORMACIÓN GENERAL					
1.01	Taller	Comprensión y producción de textos**	-	-	3
FORMACIÓN DE FUNDAMENTO					
1.02	Materia	Contexto Socio Productivo y Tecnológico	-	-	3
1.03	Materia	Introducción a la Comunicación	-	-	4
1.04	Taller	Laboratorio de Medios Digitales**	4	-	-
1.05	Materia	Inglés Técnico	-	4	-
FORMACIÓN ESPECÍFICA					
1.06	Taller	Contenido Visual**	4	-	-
1.07	Taller	Contenido Sonoro**	4	-	-
1.08	Materia	Fundamentos de la Comunicación Multimedial	-	5	-
1.09	Taller	Introducción a la programación Multimedial**	-	5	-
PRÁCTICAS PROFESIONALIZANTES					
1.10	Prácticas Profesionales	Prácticas Profesionalizantes I: Análisis de los elementos de la Comunicación Multimedial***	-	-	6
TOTAL HORAS CÁTEDRA			12	14	16

Las siguientes materias deben contener el porcentaje de práctica indicado durante su cursada

- * 20% práctica
- ** 40% práctica
- *** 60% de práctica



...///

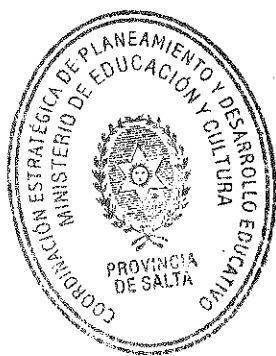
COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

SEGUNDO AÑO

Cód.	Formato	Espacio Curricular	Régimen		
			1er C.	2do C.	Anual
FORMACIÓN GENERAL					
2.11	Materia	Educación Sexual Integral (ESI) *	-	3	-
FORMACIÓN DE FUNDAMENTO					
2.12	Materia	Tendencias Tecnológicas	4	-	-
2.13	Materia	Marketing Digital	-	3	-
FORMACIÓN ESPECÍFICA					
2.14	Taller	Producción Multimedial**	-	-	4
2.15	Taller	Producción de narrativas y contenido audiovisual**	5	-	-
2.16	Materia	Métrica y analítica digital	-	-	4
2.17	Taller	Creación de Contenidos Social Media**	4	-	-
2.18	Materia	Comunicación Estratégica	-	5	-
PRÁCTICAS PROFESIONALIZANTES					
2.19	Prácticas Profesionalizantes	Prácticas Profesionalizantes II: Producción Multimedial***	-	-	7
TOTAL HORAS CÁTEDRA			13	11	15

Las siguientes materias deben contener el porcentaje de práctica indicado durante su cursada

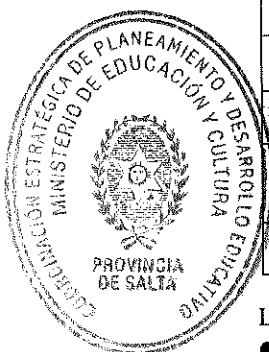
- * 20% práctica
- ** 40% práctica
- *** 60% de práctica



(Handwritten signature)

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

TERCER AÑO					
Cód.	Formato	Espacio Curricular	Régimen		
			1er C.	2do C.	Anual
FORMACIÓN GENERAL					
3.20	Materia	Higiene, seguridad y desarrollo ambiental sostenible	-	3	-
FORMACIÓN DE FUNDAMENTO					
3.21	Materia	Políticas de Comunicación	4	-	-
3.22	Materia	Emprendimientos para la era Digital	-	3	-
FORMACIÓN ESPECÍFICA					
3.23	Materia	Ética y Legislación de la Comunicación	4	-	-
3.24	Taller	Narrativas Transmedia**	4	-	-
3.25	Materia	Gestión de Comunicación Multimedial	-	-	4
3.26	Materia	Comunicación Organizacional	-	-	3
3.27	Materia	Sociología de la Comunicación	-	4	-
PRÁCTICAS PROFESIONALIZANTES					
3.28	Prácticas Profesionalizantes	Prácticas Profesionalizantes III: Gestión de Proyectos Multimediales. ***	-	-	8
TOTAL HORAS CÁTEDRA			12	10	15



Las siguientes materias deben contener el porcentaje de práctica indicado durante su cursada

- * 20% práctica
- ** 40% práctica
- *** 60% de práctica

Q

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

11. DESARROLLO DE LAS UNIDADES CURRICULARES

PRIMER AÑO

Código: 1.01

Espacio curricular: Comprensión y producción de textos

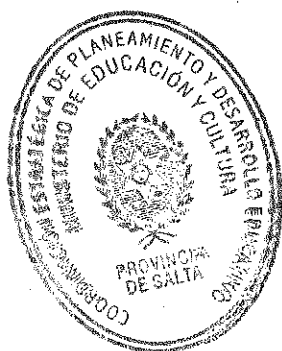
Síntesis explicativa

La asignatura tiene como objetivo principal colaborar en el desarrollo de las competencias necesarias para la redacción y la puesta en discurso oral de los diversos textos que circulan en el ámbito universitario y profesional. Se estudian los aspectos discursivos, textuales y normativos relacionados con el uso de la lengua escrita y oral. Es necesario mencionar que se trabaja bajo la modalidad taller y que, como ya se mencionó, la unidad curricular busca el desarrollo de competencias. De esta manera, los contenidos propuestos se abordan en clases prácticas en donde se comprenden y se producen distintos tipos de textos y en simultáneo se integran los contenidos teóricos en el trabajo con los textos, no de forma aislada. Posteriormente, se sistematizan los contenidos teóricos vistos.

La unidad curricular debe consistir en un 20% de prácticas formativas.

Contenidos mínimos

El texto como unidad de sentido. Definición y propiedades del texto: cohesión, coherencia, adecuación, progresión temática. Tipos y géneros textuales (narrativo, expositivo, argumentativo, descriptivo, instructivo, entre otros). Intención comunicativa, propósito y contexto de producción/recepción. La intertextualidad. Comprensión lectora crítica. Estrategias de lectura: inferencias, anticipaciones, reformulaciones, síntesis. Análisis del sentido global, la estructura, los recursos discursivos. Lectura crítica de textos informativos, periodísticos, ensayísticos y académicos. Identificación de argumentaciones, sesgos, ideologías implícitas. Producción de textos. Planificación, redacción, revisión y reescritura de textos. Normas gramaticales y ortográficas en la producción escrita. Técnicas de organización textual: párrafo, conectores, progresión temática. Recursos lingüísticos y retóricos según género y finalidad. Géneros discursivos vinculados al campo profesional. El discurso periodístico, publicitario, institucional, académico. Escritura y lectura en entornos digitales. Características de los textos en la web y redes sociales. Escritura hipertextual, fragmentación, brevedad y multimodalidad. Estrategias discursivas para la comunicación digital: storytelling, tono conversacional, lenguaje inclusivo. Oralidad, escucha y comunicación efectiva. La exposición oral: organización, recursos, registro adecuado.



C

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

El discurso oral en distintos contextos: académicos, profesionales, mediáticos. Herramientas de investigación y documentación. Técnicas de búsqueda y selección de fuentes confiables. Citas, referencias y normas de citación (APA, etc.). Síntesis, resumen, reseña y fichaje de textos académicos o periodísticos.

Bibliografía

- Albarracín, C. C. (2022) *Comprensión y producción de textos en las Ciencias de la Comunicación*. Humanitas.
- Arteaga Quintero, M., & Cova Jaime, Y. (2024) *Comprensión y producción de textos escritos. Teoría y práctica*. Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Cassany, D. (2021) *Enseñar lengua*. Graó.
- Solé, I. (2019) *Estrategias de lectura*. Graó
- Van Dijk, T. A. (2020) *La ciencia del texto: un enfoque interdisciplinario*. Paidós.
- Piacente, T., & Tittarelli, A. M. (2021) "Comprensión y producción de textos en alumnos universitarios: la reformulación textual". En *Orientación y Sociedad*, 21(1), 83-97.

Código: 1.02

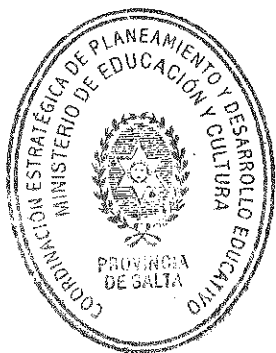
Espacio curricular: Contexto Socio Productivo y tecnológico

Síntesis explicativa

El espacio curricular busca articular la formación profesional con las necesidades y dinámicas de las comunidades locales. Este enfoque permite que los futuros técnicos en comunicación se conviertan en agentes activos en la promoción del desarrollo regional. En tal sentido, se orienta a formar profesionales capaces de comprender y actuar sobre las realidades sociales, culturales y económicas de sus comunidades. Esto implica una formación que considera las particularidades del entorno local, promoviendo la participación en procesos de desarrollo y transformación social.

Contenidos mínimos

El contexto socio-productivo local, regional y nacional. Caracterización del sistema productivo de la provincia de Salta: sectores económicos predominantes (agroindustria, minería, turismo, comercio, servicios, economía social). Dinámicas sociales y culturales de la región: diversidad étnica, territorial y lingüística. Problemáticas sociales emergentes: acceso a la información, conectividad, exclusión digital, desigualdades territoriales. Políticas públicas de desarrollo local y regional. Inserción del campo de la comunicación en el sistema productivo.



(Handwritten mark)

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

El rol de la comunicación en las cadenas productivas y de servicios. Transformaciones tecnológicas y su impacto en la comunicación. Tecnologías de la información y la comunicación (TIC): historia, evolución y perspectivas. Digitalización de los procesos comunicativos: nuevos formatos, plataformas, lenguajes. La convergencia tecnológica: medios tradicionales y digitales. Economía del conocimiento y comunicación digital. Industrias culturales y creativas: características, desarrollo y situación en Salta y el NOA. Economía colaborativa, trabajo remoto, plataformas de freelancers y nuevos modelos de empleo en comunicación. Lectura crítica del contexto desde una perspectiva comunicacional. El derecho a la comunicación como derecho humano. Comunicación comunitaria, alternativa y popular en territorios del norte argentino. Análisis de actores sociales, medios locales, políticas comunicacionales provinciales y nacionales.

Bibliografía

- Castells, M. (2009) *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- CEPAL (2022) – Desigualdades territoriales y políticas públicas en América Latina.
- Gobierno de Salta. Ministerio de Economía y Servicios Públicos (2022) – Plan Estratégico de Desarrollo Productivo de la Provincia de Salta.
- INDEC (2023) – Informe económico regional: Noroeste Argentino (NOA). <https://www.indec.gob.ar>
- Ministerio de Cultura de la Nación (2022). *Informe Nacional de Industrias Culturales y Creativas*.
- Scolari, Carlos A. (2015) *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.
- Trivelli, C. y Balbi, G. (2021). *Transformaciones del trabajo y digitalización: miradas desde América Latina*. Lima: IEP.
- UNESCO (2018). *Industrias culturales y creativas: una oportunidad para el desarrollo*. <https://es.unesco.org>



C

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Código: 1.03

Espacio curricular: Introducción a la Comunicación

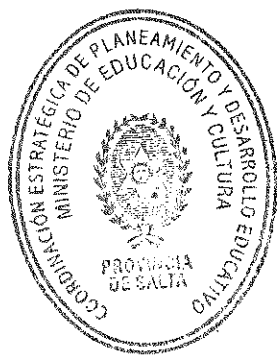
Síntesis explicativa

La selección de contenidos responde a la necesidad de brindar a los estudiantes una formación integral en los fundamentos de la comunicación. Se parte de conceptos y modelos clásicos y contemporáneos, incorporando también aportes críticos y latinoamericanos que permiten situar la disciplina en contextos sociales y culturales diversos. Asimismo, se incluyen ejes vinculados a medios, tecnologías y cultura digital para comprender los cambios actuales en la producción, circulación y consumo de mensajes. Finalmente, se promueve una mirada crítica sobre los discursos y prácticas comunicativas, atendiendo a la relación entre comunicación, poder y transformación social.

Por los contenidos y las capacidades que se desarrollan, este espacio curricular articula con la Práctica Profesionalizante I.

Contenidos mínimos

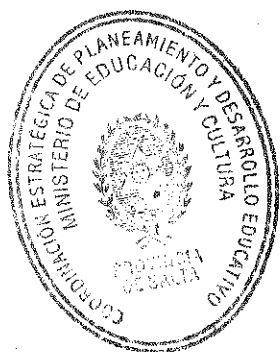
Comunicación: concepto y dimensiones. Definiciones clásicas y contemporáneas de comunicación. Comunicación como proceso social, simbólico y cultural. Componentes del proceso comunicativo: emisor, receptor, mensaje, canal, código, contexto. Comunicación humana vs. comunicación mediada. Modelos de la comunicación. Modelos lineales (Shannon y Weaver, Lasswell). Modelos circulares y de interacción (Jakobson, Berlo, Newcomb). Modelos críticos: comunicación y poder (Habermas, Hall, Martín-Barbero). Aportes latinoamericanos: Freire, Kaplún, Beltrán. Comunicación, cultura y sociedad La comunicación como práctica social y productora de sentido. Cultura, identidad y diversidad cultural. Medios y construcción de imaginarios colectivos. El rol de la comunicación en los procesos de cambio social. Medios de comunicación y tecnologías. Breve historia de los medios: prensa, radio, cine, televisión, internet. Convergencia tecnológica, digitalización y cultura transmedia. Plataformas digitales, redes sociales y reconfiguración de los modos de comunicar. Nuevas lógicas de producción, circulación y consumo cultural. Comunicación y pensamiento crítico. Comunicación hegemónica vs. comunicación alternativa. Medios, estereotipos, agenda setting y framing. Comunicación popular y comunitaria en América Latina.



COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Bibliografía

- AAVV (2009) Teorías de la Comunicación. México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores.
- Arfuch, L. (1997) Diseño y Comunicación: teorías y enfoques críticos. Barcelona: Paidós.
- Barei, S. y Arancibia, V. (2005) Cultura y prácticas de frontera: el ritual de la "Pachamama" en el Noroeste Argentino. N°5 Granada.
- Barthes, R. (1986). Retórica de la Imagen. Bs. As. Paidós Comunicación.
- Barthes, R. (1987). "Retórica de la Imagen" en La semiología. Editorial Tiempo Contemporáneo. Buenos Aires.
- Berlo, D. (1985) El proceso de la comunicación. Bs.As: El Ateneo.
- Cebrelli, A. y Arancibia, V. (2003). Representaciones Sociales. Modos de mirar y de hacer. Proyecto de Investigación del CIUNSa N° 1180/03
- De Saussure, F. (2007) Capítulo IV "El valor lingüístico" en Tomo II, Curso de Lingüística General. Buenos Aires. Editorial Losada.
- Eco, U. (2000). "Límites naturales: dos definiciones de semiótica" en Tratado de semiótica General. Barcelona. Liberduplex.
- Lotman Y La Escuela de Tartu (1996). Semiosfera I. Cultura y explosión. Madrid.
- Lozano, J. (1979) Introducción a Lotman y a la Escuela de Tartu. En J. Lotman y la Escuela de Tartu. Semiótica de la Cultura. Madrid. Ediciones Cátedra.
- Magariños de Morentín, J. (1991). Figuras retóricas de la publicidad. Bs. As. Edicial.
- Magariños de Morentin, J. (2008). La semiótica de los bordes. Apuntes de metodología semiótica. Recuperado de <http://www.magarios.com.ar>
- Margullis, Mario (2009). Definiciones de Cultura en Sociología de la Cultura. Conceptos y problemas. Buenos Aires. Biblos.
- Marín, P. (2018). Semiología. Alcances y fines. New York: Peter Lang.
- Pérez de Medina, Elena (2004) "El ámbito de estudio de la semiología" versión On-line ISSN 1668-8104
- Sarlo, B. (2006). Escenas de la vida posmoderna. Buenos Aires. Seix Barral.
- Uranga, W. (2007). Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales. Recuperado de <https://www.comunicacion4.com.ar/archivos/URANGA-MirarDesdeLaComunicacion.pdf>
- Uranga, Washington. (2007). "Mirar desde la comunicación". Una manera de analizar las prácticas sociales. Bs As.
- Zecchetto, V. (2002). La danza de los signos. Nociones de semiótica general. Buenos Aires. La Crujía.
- Zecchetto, V. (2006) La danza de los signos. Bs. As.: La Crujía.



///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 29 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Código: 1.04

Espacio curricular: Laboratorio de Medios Digitales

Síntesis explicativa

El espacio curricular tiene como objetivo introducir a los estudiantes en el manejo técnico, operativo, creativo y reflexivo de herramientas digitales fundamentales para la producción de contenidos multimediales. Se busca desarrollar las competencias básicas en el uso de software específico para la creación, edición, conversión y almacenamiento de archivos de texto, imagen, sonido y diseño, con foco en su aplicación en sistemas de comunicación multimedial. Asimismo, promueve la capacidad de evaluar críticamente distintas herramientas tecnológicas en función de criterios como pertinencia comunicacional, compatibilidad, accesibilidad y calidad técnica. El espacio articula la práctica con la reflexión, con el fin de consolidar saberes aplicables a entornos de trabajo diversos y en constante transformación.

El espacio curricular brinda conocimientos que se trabajan de forma **articulada** con la Práctica Profesionalizante I brindando un marco teórico y práctico para el Análisis de los elementos de la Comunicación Multimedial.

La unidad curricular debe consistir en un 40% de prácticas formativas.

Contenidos mínimos

Procesadores de Texto. Herramientas para la transformación del texto y su utilización. Fuentes. Formatos. Trabajo con tablas. Importación de gráficos y objetos. Impresión. Tipos de archivos digitales. Procesadores de Imagen. Herramientas para la transformación de imágenes y su utilización. Vectores y mapas de bits. Dibujo y formas. Objetos. Procesos por capas. Efectos. Color. Impresión. Tipos de archivos digitales. Conocimiento y Utilización de Software de Autoedición, Software de Edición Fotográfica, Software de Edición de Sonido, Software de Diseño y Software de Animación aplicados a la realización de proyectos multimediales. Integración multimedial y criterios de selección tecnológica. Criterios para seleccionar herramientas según propósito comunicacional. Compatibilidades entre software, peso de archivos, calidad y adaptabilidad a distintos soportes. Almacenamiento y organización de archivos: nubes, discos locales, formatos interoperables. Preparación de insumos multimediales para distintos destinos: web, redes, impresos, presentaciones.

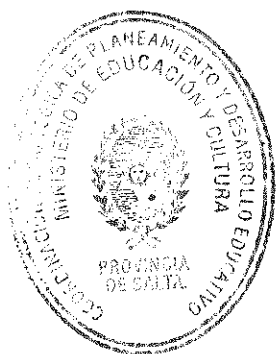


...///

**COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO
EDUCATIVO**
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Bibliografía

- Cobo, C. (2021). Inteligencia artificial: Fundamentos y aplicaciones. Ediciones Deusto.
- Díaz, P. (2021). Video marketing en redes sociales: Cómo crear y promocionar contenido en video. Ediciones Pirámide.
- García, J. (2019). Sistemas de gestión de contenido: Creación y administración de sitios web. Ediciones UOC.
- López, S. (2021). TikTok y la comunicación en redes sociales: Estrategias para crear contenido viral. Ediciones Anaya.
- Martínez, R. (2020). Edición de video para redes sociales: Herramientas y técnicas. Ediciones Anaya Multimedia.
- Martínez, V. (2022). Aprendizaje automático e inteligencia artificial: Guía para entender sus aplicaciones. Ediciones Anaya.
- Morales, C. (2020). Streaming: La nueva era de la transmisión en vivo. Editorial Síntesis.
- Moré, F. (2016). Gestión de contenido web: WordPress, Joomla y Drupal. McGraw-Hill Interamericana.
- Ortega, J. (2018). El negocio del podcast: Estrategias para crear, producir y monetizar tu programa. Editorial Deusto.
- Patiño, A. (2019). Crea tu podcast: Guía práctica de producción. Editorial UOC.
- Pérez, J. (2021). Inteligencia artificial y su aplicación en la mejora de la experiencia del usuario. Editorial Éxito.
- Santos, R. (2021). Podcasting: Cómo crear y producir un podcast exitoso. Editorial Anaya.
- Valle, T. (2017). Curación de contenidos: Herramientas y estrategias para la selección de información. Ediciones CIADO.

**Código: 1.05****Espacio curricular: Inglés Técnico****Síntesis explicativa**

El espacio curricular tiene como propósito principal desarrollar competencias comunicativas básicas en lengua inglesa, orientadas a contextos laborales y profesionales. Su abordaje se centra en el uso del inglés como herramienta para la comunicación funcional en situaciones reales de trabajo, tanto orales como escritas, dentro de entornos administrativos, técnicos, comerciales y multimediales.

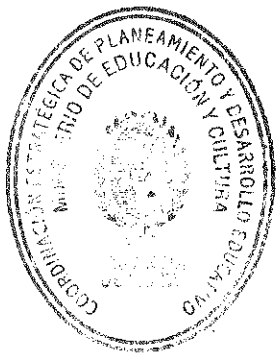
COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Contenidos mínimos

Comprensión de textos laborales y técnicos del campo. Vocabulario específico del ámbito de la comunicación multimedial: medios (media, broadcasting, news outlets), herramientas digitales (software, interface, editing, platform), funciones profesionales (content creator, designer, editor, journalist). Lectura comprensiva de textos auténticos: emails, instructivos, manuales técnicos, artículos breves, páginas web. Reconocimiento de estructuras gramaticales frecuentes (presente simple, imperativo, voz pasiva, conectores). Producción escrita aplicada al ámbito profesional. Redacción de correos electrónicos laborales: fórmulas de cortesía, sôlicitud de información, envío de archivos. Elaboración de breves presentaciones personales y profesionales: portfolios, perfiles, biografías. Glosarios técnicos. Interacción oral en situaciones laborales Presentaciones orales breves: presentación de un proyecto, pitch, entrevista profesional. Role playing de situaciones comunicativas: entrevista laboral, reunión de equipo, asistencia técnica. Uso de expresiones funcionales: pedir ayuda, describir tareas, responder a instrucciones.

Bibliografía

- Alexander, L.G. (1996). Longman English Grammar, Longman.
- Baker, M. (1992). In Other Words, a Coursebook on Translation, Routledge.
- Ceramella, N.; Lee, E. (2010). Cambridge English for the Media. Cambridge University Press.
- Eastwood, J. (2005). Oxford Learner's Grammar. Grammar Finder, Oxford University). Press.
- Goldstein-Holley-Metcalf (2006). Framework 1. Richmond, England.
- Leech, G. y Svartvik, J. (1986). A Communicative Grammar of English, Longman.
- Munday, J. (2001). Introducing Translation Studies. Theories and Applications. Routledge.
- O'keeffe, M., Lansford, L.; and Pegg, E. (2019). Business Partner A2+ (coursebook and workbook). Pearson.
- Waldnerová, J. (2016). English for Journalists. ISBN 978-80-558-1068-3.
- Kostanian, Z.; Kuznetsova, S. (2022). English for Journalists: A Course of English for Professional Purposes. ISBN 978-5-7776-0152-0.



C

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Código: 1.06

Espacio curricular: Contenido Visual

Síntesis explicativa

El espacio curricular tiene como objetivo brindar a los estudiantes herramientas conceptuales, técnicas y analíticas para la comprensión, producción e interpretación de imágenes en diversos contextos comunicacionales. Se aborda la imagen no solo como producto estético, sino como lenguaje visual, con capacidad de representar, informar y significar en la cultura contemporánea.

El espacio curricular brinda conocimientos que se trabajan de forma articulada con la Práctica Profesionalizante I brindando un marco teórico y práctico para el Análisis de los elementos de la Comunicación Multimedial.

La unidad curricular debe consistir en un 40% de prácticas formativas.

Contenidos mínimos

La imagen como construcción de sentido. La imagen como lenguaje: códigos, signos y estructuras visuales. Funciones de la imagen en la comunicación: informar, emocionar, persuadir, representar. Imagen, realidad y representación: mitos de la objetividad. Lectura denotativa y connotativa (Barthes). Imagen fija vs. imagen en movimiento. Elementos del lenguaje visual. Punto, línea, forma, espacio, color, textura. Composición visual: equilibrio, ritmo, contraste, unidad. Perspectiva, escala, encuadre, foco y profundidad. Psicología de la percepción y leyes de la Gestalt. Análisis de imagen en contextos culturales y mediáticos. Lectura crítica de imágenes publicitarias, periodísticas, artísticas y digitales. Imagen y medios de comunicación: construcción de sentido y opinión pública. Iconografía contemporánea: memes, selfies, viralidad. Fotografía como dispositivo de registro y expresión. Historia y evolución del lenguaje fotográfico. El acto fotográfico: mirada, encuadre y punto de vista. Tipos de fotografía: documental, artística, publicitaria, periodística. Fotografía en proyectos de comunicación. La imagen en entornos digitales. Multimedialidad e interactividad visual. Imágenes en redes sociales y plataformas: formatos, lógicas y tendencias. Narrativas visuales transmedia. GIFs, stickers, reels, infografías: el poder expresivo de lo visual breve. Ética en el uso y edición de imágenes (fuentes, retoques, contextos de publicación). Producción de contenido visual básico. Principios del diseño gráfico aplicado a la imagen: tipografía, color, jerarquía visual. Software accesible para creación y edición de imagen. Producción de piezas visuales simples para distintos soportes: afiches, flyers, posteos, portadas. Integración de imagen y texto: cartel, collage, póster, contenido para redes.



COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO**EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0****Bibliografía**

- Acha, J. (2009) Introducción a las teorías de los diseños. México: Ed. Trillas.
- Almeida, Marta (2000) La eficacia editorial. En: Tipográfica N° 43, Bs. As. pp. 10-17. Recuperado de [https:// www.revistatipografica.com/2000/04/03/tpg-43/](https://www.revistatipografica.com/2000/04/03/tpg-43/)
- Alvarado, M. (1993) Paratexto. Buenos Aires, Argentina: CBC UBA.
- Amado Suárez, Adriana (2004) «Relevamiento terminológico en diseño y comunicación». En: X Jornadas de reflexión académica, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires. AAVV. (1972) Análisis de las imágenes (artículos de Metz, Eco y Durand). Buenos Aires: Tiempo contemporáneo. AA.VV. (2005) Listos para leer. Diseño de libros en España. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Madrid. pp 7-9/17-19/29-35/49-52/57-63. AAVV (1999) First things first Manifiesto 2000. Eye (33). Recuperado de: <https://www.eyemagazine.com/feature/article/first-things-first-manifiesto-2000>
- AAVV (2001) Fundamentos del Diseño Gráfico. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Diseño en comunicación visual 1C / FDA / UNLP 4 AA.VV. (2012) Fotomontaje de entreguerras (1918-1939) Fundación Juan March, Madrid. En: <https://www2.march.es/arte/catalogos/ficha.aspx?p0=cat%3A139&p1=195>
- Arfuch, Chaves, Ledesma (1997) Diseño y comunicación. Buenos Aires: Paidós.
- Arfuch, L. (comp.) (2005). Identidades, sujetos y subjetividades. Buenos Aires: Prometeo libros. Arfuch, L. Devalle, V. (2009). Visualidades sin fin. Imagen y diseño en la sociedad global. Buenos Aires: Prometeo.
- Aumont, J. (1992) La Imagen. Paidós Ibérica: Barcelona.
- Bierut, M. otros. (2001) Fundamentos del Diseño gráfico. Buenos Aires: Infinito.
- Buck-Morss, S. (2009). Estudios Visuales e Imaginación global. En: Antípoda 9(9), pp 19-46.
- Calvera, Anna (1996). La idea en diseño gráfico. Apuntes al hilo de una idea. En: Tipográfica (30), pp 32-37. Recuperado de: https://www.revistatipografica.com/themencode-pdf-viewer-4/?file=https://www.revistatipografica.com/wp-content/uploads/2018/12/tpg_30.pdf

**Código: 1.07****Espacio curricular: Contenido Sonoro****Síntesis explicativa**

El espacio curricular se centra en el estudio y la práctica del sonido como componente fundamental en la comunicación multimedial. Los estudiantes explorarán las propiedades del sonido, su percepción, y su integración en producciones audiovisuales, comprendiendo su rol en la construcción de significados y emociones.

///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 34 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Se busca la capacidad de comprender y utilizar el sonido como herramienta comunicacional, permitiéndoles crear producciones sonoras efectivas y significativas que respondan a las necesidades del desarrollo local y cultural.

El espacio curricular brinda conocimientos que se trabajan de forma **articulada** con la Práctica Profesionalizante I brindando un marco teórico y práctico para el Análisis de los elementos de la Comunicación Multimedial.

La unidad curricular debe consistir en un 40% de prácticas formativas

Contenidos mínimos

Fundamentos del sonido. Naturaleza física del sonido: frecuencia, amplitud, timbre, duración. Percepción sonora: oído humano, fenómenos acústicos, umbrales auditivos. Clasificación de los sonidos: voz, música, ruido, silencio. El silencio como elemento expresivo. El sonido como lenguaje. El sonido como forma de significación y expresión. Funciones comunicativas del sonido: narrativa, emocional, simbólica. Sonido y construcción de sentido en medios audiovisuales y digitales. Técnicas de grabación y edición sonora. Equipamiento básico: micrófonos, grabadores, interfaces de audio. Condiciones de grabación: espacios, niveles, tipos de captación. Introducción a la edición digital de audio: software libre y propietario. Cortes, fundidos, normalización, ecualización básica. Exportación de archivos en distintos formatos: WAV, MP3, OGG. Diseño sonoro y producción multimedial. Creación de climas sonoros, atmósferas y paisajes auditivos. Sonorización de imágenes fijas y en movimiento. Relación entre sonido e imagen: sincronización, contrapunto, refuerzo. Producción de piezas breves: spot, jingle, podcast, microficción sonora. Banco de sonidos y derechos de uso. Géneros y formatos del contenido sonoro. Narración oral, entrevista, crónica sonora, ficción sonora. Podcast: estructura, locución, montaje y publicación. Radio tradicional y radio online: continuidades y rupturas. Sonido en redes y plataformas digitales: reels, clips, contenidos efímeros.

Bibliografía.

- Cárdenas, L. F., & Sanabria, J. (2016). Psicoacústica: Fundamentos y aplicaciones en audio. Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia.
- Chalkho, R. (2005) Diseño sonoro y producción de sentido: la significación de los sonidos en los lenguajes audiovisuales. Tesis Maestría, Universidad de Palermo.
- Cuadrado, J., & Rivero, P. (2017). Diseño sonoro y narrativas audiovisuales. Madrid: Síntesis.
- Iapichino, R. (2011). La composición audiovisual dimensiones narrativas del
- Luna, F. (2016) Diseño de sonido para producciones audiovisuales. Estrategias



(Handwritten mark)

...///

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

- Molina, J. A. (2018). El sonido en la narrativa audiovisual: Técnicas y recursos expresivos. Barcelona: UOC.
- Ortega, J. (2019). Manual de radio: Guía para la producción y realización en la era digital. Madrid: Editorial Fragua.
- Rumsey, F. y McCormick, T. (2008) Sonido y grabación. Barcelona: Omega.
- sonido y la música en la imagen. Argentina. Nobuko.
- Zallo, R. (2020). Estrategias de comunicación en la era digital: Radio, podcast y transmedia. Bilbao: Universidad del País Vasco.

Código: 1.08

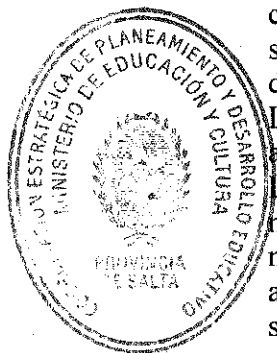
Espacio curricular: Fundamentos de la Comunicación Multimedial

Síntesis explicativa

El espacio curricular tiene como propósito fundamental introducir a los estudiantes en la comunicación multimedial como una forma de transmitir información a una audiencia amplia y dispersa, utilizando recursos que combinan texto, imagen y sonido. Estos sistemas de comunicación resultan de la convergencia de tecnologías audiovisuales y computacionales.

Contenidos mínimos

Fundamentos de la comunicación multimedial. Definición de comunicación multimedial. Elementos y características: texto, imagen, sonido, interactividad. Diferencias y relaciones entre multimedia, hipermedia y transmedia. Concepto de interactividad y participación de la audiencia. Convergencia tecnológica y digital. Concepto de convergencia: tecnológica, mediática y cultural. Soportes y dispositivos: computadoras, smartphones, tablets. Plataformas y entornos digitales: redes sociales, sitios web, canales de streaming. Impactos de la convergencia en la producción y circulación de información. Lenguajes de la comunicación multimedial. Lenguaje verbal: características, adaptación a soportes digitales. Lenguaje visual: imagen fija y en movimiento, color, tipografía. Lenguaje sonoro: música, voz, efectos. Articulación de lenguajes en productos multimediales. Producción multimedial básica. Etapas de producción de contenidos multimediales: planificación, diseño, realización y evaluación. Principios de accesibilidad y usabilidad en productos multimediales. Adaptación de contenidos según soporte y audiencia. Introducción a herramientas básicas de edición y gestión de contenidos. Audiencias y usos sociales de la comunicación multimedial. Tipos de audiencias: segmentadas, masivas, participativas. Comportamientos de consumo de información en entornos digitales. Rol de la interactividad en la relación con las audiencias. Aplicaciones de la comunicación multimedial en educación, cultura,



COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

comunicación institucional, periodismo y desarrollo local. Tendencias y desafíos actuales. Narrativas transmedia y producción colaborativa. Plataformas emergentes y nuevos formatos de comunicación. Inteligencia artificial y automatización de contenidos. Desafíos territoriales y brechas digitales.

El espacio curricular brinda conocimientos que se trabajan de forma **articulada** con la Práctica Profesionalizante I brindando un marco teórico y práctico para el Análisis de los elementos de la Comunicación Multimedial.

Bibliografía

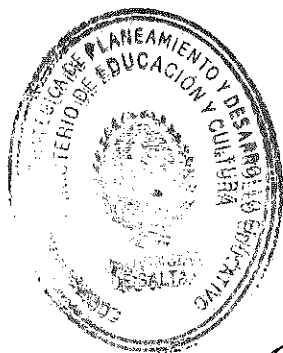
- Gabelas, J. A. Marta-Lazo, C. y Marta Lazo, C. (2016). Comunicación digital: un modelo basado en el factor relacional. Editorial UOC.
- Jenkins, H. (2008) Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- Manovich, L. (2005) El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital. Barcelona: Paidós.
- Marcos Recio, J. C. (2018). Lo efímero de la comunicación: cómo preservar los contenidos en la era digital. Editorial UOC.
- Martínez, I. J. (2013). La comunicación móvil: hacia un nuevo ecosistema digital. Editorial Gedisa.
- Piscitelli, A. (2009) Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación. Buenos Aires: Santillana.
- Scolari, C. (2018) Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones. Barcelona: Gedisa.
- Torti, A. (2011). Producción Multimedial. Edit Educart. Bs. As.

Código: 1.09

Espacio curricular: Introducción a la programación Multimedial

Síntesis explicativa

El espacio curricular tiene como propósito fundamental introducir a los estudiantes en los principios básicos de la programación, con foco en su aplicación dentro de proyectos comunicacionales multimediales. Se busca que el estudiante comprenda el funcionamiento lógico de los lenguajes de programación, desarrolle pensamiento computacional y adquiera herramientas técnicas para crear entornos interactivos simples. Se busca que los estudiantes desarrollen capacidades para crear aplicaciones básicas e interactivas, entendiendo la lógica de programación como una herramienta que potencia la producción multimedial.



C

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

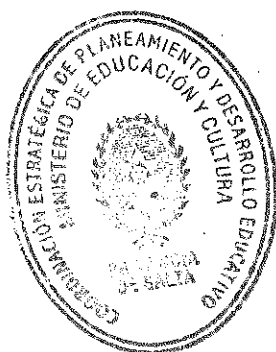
El espacio curricular brinda conocimientos que se trabajan de forma **articulada** con la Práctica Profesionalizante I brindando un marco teórico y práctico para el Análisis de los elementos de la Comunicación Multimedial.
La unidad curricular debe consistir en un 40% de prácticas formativas.

Contenidos mínimos

Fundamentos de programación aplicada a la multimedialidad. Concepto de programación y su rol en la comunicación multimedial. Tipos de programación: estructurada, orientada a objetos, orientada a eventos. Algoritmos, variables, estructuras de control (condicionales y bucles). Lenguajes de programación orientados a la web. Introducción a HTML: estructura de una página web, etiquetas básicas. Introducción a CSS: estilos, colores, tipografías, maquetación básica. Introducción a JavaScript: eventos, interactividad básica, manipulación del DOM. Relación entre contenido (HTML), presentación (CSS) y comportamiento (JavaScript). Multimedialidad en la web. Inserción de imágenes, audios y videos en páginas web. Contenidos interactivos: botones, formularios, enlaces. Presentación de contenidos multimediales en distintos dispositivos y navegadores (diseño responsivo). Entornos y herramientas de desarrollo Editores de código (Visual Studio Code, Sublime Text, Notepad++). Navegadores y herramientas de inspección. Organización de carpetas y archivos en proyectos multimediales. Introducción a bancos de imágenes, audios y videos con licencias abiertas. Introducción a frameworks y plataformas multimediales. Definición y ventajas. Introducción a plataformas accesibles para creación de contenidos interactivos. Principios de accesibilidad y usabilidad en interfaces multimediales. Proyectos multimediales básicos. Planificación de un proyecto multimedial simple. Prototipos de páginas interactivas que integren texto, imagen, sonido y video. Pruebas, depuración y mejora de contenidos interactivos. Publicación en plataformas gratuitas.

Bibliografía

- Arslan, E. (2018). Learn JavaScript with p5.js: Coding for Visual Learners. Apress.
- McCarthy, Lauren et al (2015). Getting Started with p5.js. O'Reilly / Processing Foundation.
- Shiffman, D. (2015). The Nature of Code.
- Zhang, Y. y Funk, M. (2024). Creative Coding with p5.js. Manning Publications.
- Preis, J. (2019). Introduction to p5.js



(Handwritten mark)

///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 38 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Código: 1.10

Espacio curricular: Prácticas Profesionalizantes I: Análisis de los elementos de la Comunicación Multimedial

Síntesis explicativa

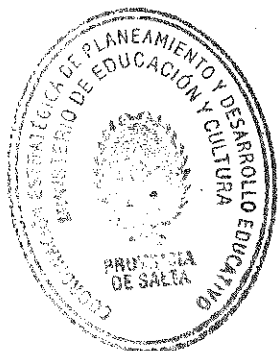
Este espacio tiene como finalidad iniciar a los estudiantes en la reflexión crítica y análisis de producciones multimediales desde una perspectiva comunicacional, reconociendo los elementos constitutivos de la comunicación multimedial: texto, imagen, sonido, interactividad y soporte. Se busca comprender cómo estos elementos se articulan en distintas piezas multimediales y su relación con las audiencias, incorporando herramientas de observación, análisis y argumentación que permitan fundamentar criterios de valoración y comprensión de la comunicación multimedial contemporánea. Esta práctica se orienta a que los estudiantes comiencen a reconocer los lenguajes, formatos y estructuras de producción multimedial en distintos contextos culturales y comunitarios, articulando con el desarrollo local y la identidad territorial. Sus finalidades son:

- desarrollar la capacidad de observación y análisis crítico de piezas multimediales.
- comprender la relación entre los elementos multimediales y su articulación comunicacional.
- identificar formatos, soportes y estrategias de producción y circulación.
- introducir criterios de evaluación y reflexión sobre la calidad comunicacional y estética de piezas multimediales.
- promover el trabajo en equipo, la discusión fundamentada y la reflexión situada.

La Práctica Profesionalizante I se desarrollará a partir de actividades planificadas que puedan iniciar su aproximación al análisis crítico de producciones multimediales, reconociendo los elementos que las constituyen y reflexionando sobre su articulación en distintos contextos comunicacionales.

El trabajo de campo en este espacio se organizará bajo las siguientes pautas:

- **Modalidad de trabajo**
 - Se trabajará en modalidad grupal, conformando equipos que permanecerán estables a lo largo de la práctica, fomentando la responsabilidad compartida y el diálogo colaborativo.
 - Se utilizarán espacios virtuales de trabajo compartido para la construcción conjunta de materiales, facilitando el acceso y el seguimiento de las producciones.
 - Se realizarán encuentros presenciales en los que se abordarán los marcos conceptuales, se analizarán casos y se compartirán avances de los grupos.



C

...///

///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 39 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

- **Actividades de análisis**

Cada equipo realizará observación y análisis de al menos cuatro producciones multimediales, seleccionando:

- Producciones de alcance local (proyectos comunitarios, institucionales, culturales, educativos);
- Producciones de alcance global (sitios web, plataformas, redes sociales, campañas, videos interactivos).

- **Implementación de guías de observación** que faciliten recabar información pertinente sobre las características particulares de la comunicación multimedial vinculadas a:

- lenguaje verbal, visual y sonoro;
- interactividad y estrategias de participación de las audiencias;
- aspectos estéticos y de accesibilidad;
- contexto de circulación y pertinencia cultural.

Con la información recabada, progresivamente los estudiantes irán construyendo **un informe descriptivo** y a su vez, progresando en diferentes análisis y explicaciones argumentadas desde los marcos referenciales propios del campo de la práctica y de los diferentes campos de formación que enriquezcan su abordaje. Para ello es necesario **articular** y trabajar con los espacios curriculares del Campo de la Formación Específica y del Campo de la Formación de Fundamentos.

- **Sistematización de aprendizajes.** Para finalizar las prácticas profesionalizantes, los estudiantes elaborarán un informe de análisis comparativo, incorporando imágenes de referencia y reflexiones argumentadas sobre las producciones observadas. Este informe podrá complementarse con una presentación de coloquio final.

Estas pautas buscan garantizar que la práctica se convierta en un espacio de construcción colectiva de conocimiento, donde se logre:

- desarrollar la capacidad de análisis crítico de producciones multimediales.
- Reconocer y valorar los elementos constitutivos de la comunicación multimedial;
- comprender la articulación de estos elementos en proyectos de comunicación situados;
- Incorporar criterios estéticos y comunicacionales que fortalezcan la formación profesional.

La unidad curricular debe contener un 60% de instancia práctica durante su cursada.



...///

///...

RESOLUCIÓN Nº

008

- 40 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

Contenidos mínimos

Elementos de la comunicación multimedial. Texto: tipografías, jerarquías, legibilidad. Imagen fija y en movimiento: composición, color, ritmo visual. Sonido: música, efectos, voz, silencios. Interactividad: botones, navegación, participación de la audiencia. Soportes y plataformas: web, redes, apps, instalaciones. Lenguajes y narrativas multimediales. Relación entre los distintos lenguajes. Narrativa lineal y no lineal. Recursos de interactividad y participación. La estética en la comunicación multimedial. Análisis de producciones multimediales. Metodologías de observación y análisis. Criterios de análisis: accesibilidad, claridad, coherencia, estética, pertinencia cultural. Análisis de casos locales y globales (sitios web, redes, podcasts, videos, plataformas interactivas). Contexto y audiencias. Públicos y modos de consumo de contenidos multimediales. La comunicación multimedial en proyectos comunitarios, educativos y culturales. Adaptación de lenguajes a los contextos de circulación.

Bibliografía

- Jenkins, H. (2008). Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- Manovich, L. (2005). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- Piscitelli, A. (2009). Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación. Buenos Aires: Santillana.
- Scolari, C. (2018). Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones. Barcelona: Gedisa.



...///

///...

RESOLUCIÓN N° 008

- 41 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

SEGUNDO AÑO

Código: 2.11

Espacio curricular: Educación Sexual Integral (ESI)

Síntesis explicativa

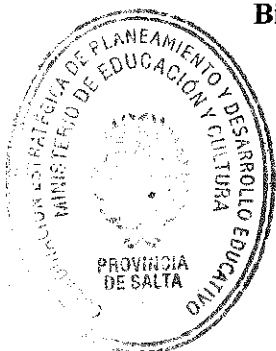
La Ley N° 25.673 establece la responsabilidad del Estado en pos de garantizar a la población el acceso a la información y la formación en conocimientos básicos vinculados a la salud sexual y a la procreación responsable, de acuerdo con sus convicciones. Este espacio desarrolla los conocimientos básicos de sexualidad, género, violencia, desigualdad, para fortalecer la formación técnica profesional desde el desarrollo de conocimientos que permitan el abordaje y la intervención de la ESI en la sociedad.

Contenidos mínimos

ESI: Marco conceptual, conocimientos amplios y dimensiones. Construcción de la sexualidad. Normativa jurídica nacional e internacional. ESI y redes sociales. El cuidado sexual. Prevención de la violencia sexual. Vínculos positivos. Masculinidades diversas. Género. Vulneración de derechos. Acoso laboral. Derechos Humanos. Las condiciones sociales, económicas y políticas que posibilitaron el surgimiento de los derechos humanos. Comunicación No Violenta e Inclusiva. Buenas Prácticas en Comunicación. Contenidos básicos de: violencia contra las mujeres, femicidio, migración, trata de personas, abuso sexual infantil, comunidades originarias, adultos mayores y diversidad. Ley Micaela. Ley Lucio.

Bibliografía

- Brater J. (2007) Sexualidad sin tabúes Robinboock. Ed. Barcelona.
- Butler, J. (2024). ¿Quién teme al género? Barcelona: Paidós.
- Blanco, C. (2001). La lenta y silenciosa alternativa al despido. Madrid, Ed del Orto.
- Blanco, C. (2003). Acoso Moral, miedo y sufrimiento; Eichmann en la globalización, Madrid, Ed del Orto.
- Cardinal de Martin C. (2005) Educación Sexual Un proyecto humano de múltiples facetas Siglo del Hombre Editores Bogotá.
- Fedelich, M. (2007) "La sexualidad en la cárcel, una mirada diferente". Revista Pensamiento Penal. Recuperado de <http://www.pensamientopenal.com.ar/doctrina/33133-sexualidad-carcel-mirada-diferente>



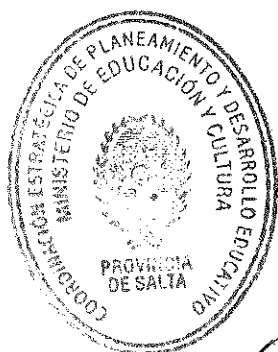
...///

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

- Guevara, B. (2014). Ética y derecho: Aportes a la construcción de alternativas y prevención de la violencia hacia las mujeres. Temas de Filosofía, 17. CEFiSa, Salta.
- Hernández, Adriana y Carmen Reybet (2006) “Acerca de masculinidades, feminidades y poder en las escuelas” en Anales De La Educación Común, 2 (4), 128-135.
- INADI. (2020). Guía de diversidad e inclusión en entornos educativos y laborales. Buenos Aires: INADI.
- Lugones, M. (2008). Colonialidad y género. Tabula Rasa, (9), 73–101. <https://doi.org/10.25058/20112742.340>
- Morgade, G. (2019) “La educación sexual integral como proyecto de justicia social”. En Descentrada, 3 (1).
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2018) Orientaciones técnicas internacionales sobre educación en sexualidad. Un enfoque basado en la evidencia. Francia: UNESCO.
- Segato, R. L. (2016). La guerra contra las mujeres. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Varrillas, Balta J. (2007). Discriminación y maternidad en el trabajo y acoso sexual. Rev. Latinoamericana de Desarrollo Social. México.

Leyes y Normativas

- Ley 26.150 Programa Nacional de Educación Sexual Integral de la República de Argentina, Buenos Aires, octubre de 2006.
- Ley 26.485 Ley de Protección Integral a las Mujeres de la República de Argentina, Buenos Aires, marzo de 2009.
- Ley N° 23.179 Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer
- Ley N° 27499/2018. Ley Micaela.
- Ley N° 7403 de Protección a víctimas de violencia familiar. Salta, 2006.
- Ley N°7857 de Emergencia Pública en materia Social por Violencia de Género en la provincia de Salta. Septiembre de 2014.
- Ley N°7888 de Protección contra la Violencia de Género de la Provincia de Salta, septiembre de 2015.
- Ley N° 25.673 Programa Nacional de Salud Sexual y Procreación Responsable de la República de Argentina, Buenos Aires, noviembre de 2002.



///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 43 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Código: 2.12

Espacio curricular: Tendencias Tecnológicas

Síntesis explicativa

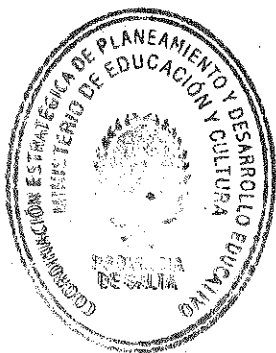
El espacio curricular tiene como propósito que los estudiantes conozcan, comprendan y analicen críticamente las tecnologías emergentes vinculadas con la producción, circulación y consumo de contenidos multimediales. Se busca que puedan identificar las tendencias que impactan en la comunicación contemporánea y reflexionar sobre sus implicancias éticas, sociales y culturales, incorporando herramientas para evaluar la pertinencia y posibilidades de aplicación de estas tecnologías en proyectos multimediales situados, atendiendo a las necesidades y posibilidades del contexto local y regional.

Contenidos mínimos

Introducción a las tendencias tecnológicas. Concepto de tecnología emergente. Tendencias globales y locales en comunicación multimedial. Impacto de las tecnologías en los procesos de producción y consumo cultural. Convergencia tecnológica y mediática. Convergencia digital: integración de soportes y lenguajes. Plataformas multimediales, interactividad y participación. Movilidad y ubicuidad en el acceso a contenidos. Tecnologías emergentes en la comunicación multimedial. Realidad aumentada y realidad virtual. Inteligencia artificial y algoritmos en la producción de contenidos. Streaming, podcasting y nuevas formas de consumo. Internet de las cosas (IoT) y su impacto en la comunicación. Plataformas, redes y entornos digitales. Plataformas de distribución de contenidos: redes sociales, aplicaciones móviles, sitios web. Automatización y herramientas de gestión de contenidos. Diseño de experiencias interactivas y personalizadas. Aspectos éticos y sociales de las tendencias tecnológicas. Brechas digitales y acceso desigual a tecnologías. Derechos de autor, privacidad y uso responsable de datos. Impactos culturales y territoriales de las tecnologías emergentes. Tecnologías inclusivas y accesibilidad. Aplicaciones en proyectos multimediales. Identificación de oportunidades de uso de tecnologías emergentes en proyectos locales. Evaluación de pertinencia, sostenibilidad y adaptabilidad. Casos de análisis de experiencias de comunicación multimedial con tecnologías emergentes.

Bibliografía

- Fidalgo, J. M. (2017). Big Data: La revolución de los datos masivos. Ediciones Gestión 2000.
- García, D. P., & Vicente, J. L. (2019). Inteligencia Artificial: Fundamentos y aplicaciones. Ediciones Paraninfo.



...///

///...

RESOLUCIÓN Nº

008

- 44 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

- García, J. (2020). Internet de las cosas: 10 reglas de oro para alcanzar el éxito. Ediciones Anaya.
- García, J. L. (2021). Ciberseguridad para Dummies. Ediciones Piraña.
- González, P. F. (2020). Transformación Digital: Cómo transformar su empresa en la era digital. Ediciones Anaya.
- Krause, D. N. (2021). Blockchain y Criptomonedas: Conceptos, herramientas y caso de estudio. Ediciones Tikal.
- López, C. H. (2021). Aprendizaje Digital: Nuevas tendencias en la educación online. Ediciones Tikal.
- Morales, J. A. (2020). Metodologías Ágiles: Cómo transformar equipos y proyectos. Ediciones Anaya.
- Moreno, F. (2018). Computación en la Nube: Introducción y conceptos. Ediciones Piraña.
- Ramos, C. A. (2020). 5G: El futuro de la conectividad. Ediciones Alianza.
- Suárez, P. (2022). Realidad Aumentada y Realidad Virtual: Un enfoque práctico. Ediciones UOC.

Código: 2.13

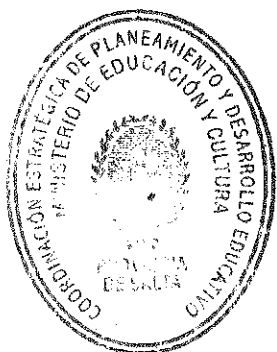
Espacio curricular: Marketing Digital

Síntesis explicativa

El espacio curricular tiene como objetivo principal capacitar a los estudiantes en el diseño, implementación y evaluación de estrategias de comunicación y promoción en entornos digitales. Esta materia se enfoca en proporcionar herramientas y conocimientos para comprender el comportamiento del consumidor en línea, utilizar plataformas digitales de manera efectiva y medir el impacto de las campañas digitales. Resulta un espacio fundamental para formar profesionales capaces de enfrentar los desafíos de la comunicación en el entorno digital actual, integrando conocimientos teóricos y prácticos para desarrollar estrategias efectivas y adaptadas a las nuevas tecnologías. Por los contenidos y las capacidades que se requieren, este espacio curricular **articula** con la Práctica Profesionalizante II.

Contenidos mínimos

Introducción al Marketing Digital. Importancia del marketing digital en el contexto actual. Estrategias de Marketing Digital. Segmentación de mercado y target. Posicionamiento de marca en entornos digitales. Creación de propuestas de valor. Herramientas y Canales de Marketing Digital. SEO (Optimización para Motores de Búsqueda). Fundamentos de SEO y su importancia. SEM (Marketing en Motores de



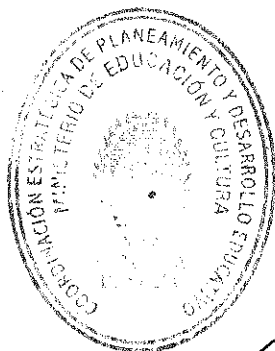
...///

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Búsqueda). Plataformas de publicidad pagada. Estrategias de PPC (pago por clic) y análisis de rendimiento. Marketing en Redes Sociales. Plataformas principales Estrategias de contenido y publicidad en redes sociales. Marketing de Contenidos. Estrategia de blog, vídeos y contenido multimedia. Publicidad Digital. Concepto de publicidad digital. Planificación y ejecución de campañas publicitarias digitales. Comportamiento del Consumidor en Entornos Digitales. Ética y Responsabilidad en el Marketing Digital. Consideraciones éticas en la publicidad digital. Regulaciones y normativas sobre privacidad y protección de datos (GDPR, etc.). Desarrollo de Proyectos Prácticos.

Bibliografía

- Álvarez Ruiz, A. (2003). La publicidad en el tercer sector: tendencias y perspectivas de la comunicación solidaria. Icaria Editorial, S.A.
- Ardèvol–Abreu, A., & López, G. (2017). La comunicación publicitaria digital. Síntesis.
- Borrini, A. (2006), “Publicidad, Diseño y Empresa”. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Buitrago, R. A. (2019). Marketing Digital: el arte de la estrategia. Ecoe Ediciones.
- Cebrián, M. (2018). Comportamiento del consumidor en la era digital. Ediciones Pirámide.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). Marketing digital: estrategia, implementación y práctica. Pearson Educación.
- De la Torre, M. (2020). Marketing de contenidos: La guía para crear contenido relevante y valioso. Editorial UOC.
- Fernández, J. (2017). Publicidad digital: Estrategias y herramientas para el éxito en la web. Ediciones Anaya Multimedia.
- Giraldez, G. (2021). Marketing digital para los que no saben de marketing digital. España: LID Editorial.
- González, A. (2021). Ética en el marketing digital: Consideraciones y normativas. Editorial Síntesis.
- Jiménez, A., & Rodríguez, M. (2018). Marketing digital: Estrategias y herramientas para la comunicación en la web. Editorial UOC.
- Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2018). El plan de marketing digital en la práctica 3ra ed. Bs. As. Alfaomega Grupo Editor Argentino.



[Handwritten signature]

///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 46 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Código: 2.14

Espacio curricular: Producción Multimedial

Síntesis explicativa

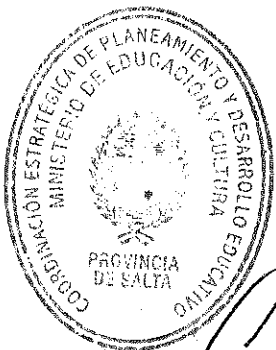
El espacio curricular tiene como finalidad que las y los estudiantes desarrollen las competencias necesarias para planificar, diseñar, ejecutar y evaluar proyectos multimediales que integren de forma coherente distintos lenguajes y soportes: texto, imagen, sonido, animación, video e interactividad. Se orienta al trabajo creativo y técnico desde una perspectiva crítica, inclusiva y situada, promoviendo el diseño de contenidos orientados a distintos públicos, plataformas y necesidades comunicacionales concretas, con énfasis en la articulación estética, narrativa y funcional. También se fomenta la reflexión sobre el rol del productor/a multimedial en el contexto local y global, considerando los desafíos sociales, culturales y tecnológicos de la comunicación contemporánea.

Por los contenidos y las capacidades que se requieren, este espacio curricular **articula** con la Práctica Profesionalizante II.

La unidad curricular debe consistir en un 40% de prácticas formativas.

Contenidos mínimos

Fundamentos del diseño y la producción multimedial. Definición y características del producto multimedial. Fases del proceso de producción: preproducción, producción y postproducción. Roles y funciones en equipos de trabajo multimedial. Tipos de productos: educativos, institucionales, culturales, publicitarios. Lenguajes multimediales y su integración. Articulación de texto, imagen, sonido y movimiento. Lenguaje visual: composición, color, ritmo. Lenguaje sonoro: voz, música, efectos, montaje. Lenguaje narrativo y transmedia. Planificación de proyectos multimediales. Análisis de destinatarios y contextos de uso. Redacción de guiones multimediales (lineales e interactivos). Diseño de storyboard, wireframes y prototipos. Estrategias de producción accesible e inclusiva. Herramientas y software de producción multimedial. Programas de edición de audio, imagen y video. Plataformas de creación y publicación de contenidos interactivos. Recursos de bancos abiertos (Creative Commons). Gestión de recursos y organización de archivos. Producción de contenidos en distintos soportes. Producción para web, redes sociales, apps, dispositivos móviles. Diseño responsive y adaptabilidad a formatos. Ajuste técnico y estético del producto final. Pruebas de funcionamiento, revisión y mejoras. Evaluación y circulación de productos multimediales. Criterios de calidad comunicacional, estética y técnica. Validación con usuarios/as reales. Canales de distribución y estrategias de visibilización. Retroalimentación y mejora continua.



...///

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

Bibliografía

- Berger, A. (2010). Medios y mensajes: Una introducción a los lenguajes de los medios. Buenos Aires: Amorrortu.
- Cabero Almenara, J., & Llorente Cejudo, M. C. (2015). *Producción y diseño de materiales multimediales para la enseñanza*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Fernández, M., & Gutiérrez, P. (2018). *Diseño de interfaces y experiencia de usuario: Principios, técnicas y herramientas*. Madrid: Anaya Multimedia.
- González, A., & Rajas, M. (2017). *Comunicación transmedia: Narrativa, estética y estrategia*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Manovich, L. (2018). *El software toma el mando*. Barcelona: Editorial UOC.
- Pereira, A., & Díaz, M. (2019). *Diseño y producción de contenidos digitales y multimedia*. Buenos Aires: La Crujía.
- Prendes Espinosa, M. P. (2021). *Educación inclusiva y accesibilidad digital: Recursos y estrategias multimediales*. Madrid: Narcea Ediciones.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Buenos Aires: Deusto.
- Scolari, C. A. (2020). *Alfabetismo transmedia. Estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Código: 2.15

Espacio curricular: Producción de narrativas y contenido audiovisual

Síntesis explicativa

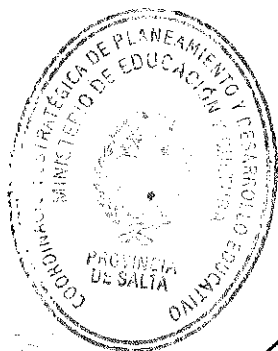
El espacio curricular tiene como objetivo principal desarrollar capacidades para la creación y realización de contenidos audiovisuales que integren diversos lenguajes y formatos, adaptándose a las demandas de los medios contemporáneos. El objetivo es formar profesionales capaces de crear contenidos atractivos y significativos en un entorno mediático en constante evolución, combinando creatividad, técnica y una profunda comprensión del impacto social de los medios.

Por los contenidos y las capacidades que se requieren, este espacio curricular **articula** con la Práctica Profesionalizante II.

La unidad curricular debe contener un 40% de instancia práctica durante su cursada.

Contenidos mínimos

Podcasts y narrativas sonoras. Narrativas Sonoras. Concepto de narrativas sonoras. Elementos clave en la creación de historias sonoras: Guion y estructura narrativa. Estilo y tono. Técnicas de narración en audio. Proceso de Producción Sonora. Preproducción: investigación, planificación y guion. Producción: grabación de audio y técnicas de micrófono. Postproducción: edición y mezcla. Herramientas y software de edición de



COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO**EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0**

audio. Técnicas de Grabación y Edición. Tipos de micrófonos y su uso. Técnicas de grabación en diferentes entornos. Introducción a la edición de audio: software. Optimización de Contenidos Sonoros. Distribución y promoción de podcasts y otros contenidos sonoros. Consideraciones éticas en la producción de contenidos. Normativas sobre derechos de autor y uso de música. Evaluación de Contenidos. Diseño de guion para podcast. Grabación y edición de un breve segmento de audio.

Bibliografía

- Arrieta, C. (2019). Podcasting: Cómo crear, producir y distribuir tu propio podcast. Ediciones UOC.
- De la Rosa, F. (2020). Producción de audio: Del guion a la edición. Ediciones Paraninfo.
- Fernández López, J.; Pinilla, H. y Dávila Door, L. (1996). "5,4,3,2,1 Decisiones. Sonidos en vivo y en directo." Unidad 6: El Género Informativo Pág. 194-235. Ed. OCCIC-AL-UCLAPUNADA-AL. Quito.
- Fernández, J. (2022). Ética y derechos de autor en el podcasting: Guía práctica para creadores de contenido. Editorial Síntesis.
- Gil, C.; Muñoz, J. (1988). "La radio. Teoría y Práctica". IORTV, Madrid 2da Edición Revisada.
- González, A. (2018). La narración oral en el podcast: Estrategias y técnicas para contar historias. Editorial UOC.
- López, M. (2019). Evaluación de contenidos en medios digitales: Herramientas y técnicas. Ediciones Pirámide.
- Martínez, R. (2021). Sonido y narrativa: Elementos para la creación de contenidos sonoros. Ediciones Anaya Multimedia.
- Muñoz, J. y Gil, C. (1944). "La Radio. Teoría y Práctica." IORTV. Madrid 2da Edición revisada. Capítulo VI: La Entrevista. Pág. 133
- Ortíz, M. y Marchamalo, J. "Técnicas de comunicación en radio. La realización radiofónica". Ed. Paidós.
- Pardo, A., & Pardo, K. (2020). Fundamentos del podcasting: Producción, posproducción y distribución de contenidos sonoros. Ediciones Universidad de Vigo.
- Rodero Antón, E. (2005). Producción Radiofónica. Madrid: Editorial Cátedra.



///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 49 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Código: 2.16

Espacio curricular: Métrica y analítica digital

Síntesis explicativa

El espacio curricular tiene como finalidad introducir a los estudiantes en el análisis de datos vinculados a la circulación, consumo y rendimiento de contenidos multimediales en entornos digitales. Se busca que comprendan las herramientas, indicadores y metodologías para la medición de audiencias, el análisis de tráfico y la interpretación de datos en plataformas digitales, con el fin de optimizar estrategias de comunicación, producción y distribución de contenidos multimediales. Este espacio propone el desarrollo de competencias para recolectar, procesar e interpretar datos de manera crítica y situada, evaluando la pertinencia de los indicadores utilizados y analizando las implicancias éticas y sociales del uso de datos en proyectos de comunicación multimedial. Por los contenidos y las capacidades que se requieren, este espacio curricular **articula** con la Práctica Profesionalizante II.

Contenidos mínimos

Introducción a la métrica y analítica digital. Conceptos de métrica, medición y analítica digital. Importancia de la medición en proyectos de comunicación multimedial. Tipos de datos: cuantitativos y cualitativos. Plataformas y herramientas de analítica digital. Herramientas gratuitas y de pago (Google Analytics, Matomo, redes sociales). Paneles de control (dashboards) e informes. Configuración básica de herramientas de medición. Indicadores clave de rendimiento (KPIs) en comunicación multimedial. Audiencia: visitas, usuarios, tiempo de permanencia. Interacción: clics, comentarios, compartidos. Alcance y engagement. Indicadores en redes sociales, sitios web y plataformas de video. Recolección, organización y visualización de datos. Técnicas de recolección de datos en entornos digitales. Organización de datos en hojas de cálculo. Gráficos e infografías para la interpretación de datos. Herramientas de visualización: Data Studio, Tableau Public. Análisis e interpretación de datos. Lectura crítica de métricas. Relación entre objetivos de comunicación y métricas. Identificación de patrones y tendencias. Limitaciones e implicancias de los datos. Ética, privacidad y uso responsable de datos. Protección de datos personales. Transparencia y consentimiento. Brechas de acceso y uso de datos en contextos locales.



...///

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

Bibliografía

- Clifton, B. (2012). Advanced Web Metrics with Google Analytics. Wiley.
- Croll, A. y Power, B. (2009). Complete Web Monitoring. O'Reilly Media.
- Kaushik, A. (2010). Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity. Wiley.
- Marr, Bernard (2016) Big Data in Practice. Wiley.
- Piscitelli, A. (2009). Nativos Digitales. Buenos Aires: Santillana.
- Tascón, S. (2020). Analítica Digital: Técnicas y herramientas para el análisis de datos en la web. Barcelona: Editorial UOC.
- UNESCO (2021). Alfabetización mediática e informacional: currículo para profesores. París: UNESCO.

Código: 2.17

Espacio curricular: Creación de Contenido Social Media

Síntesis explicativa

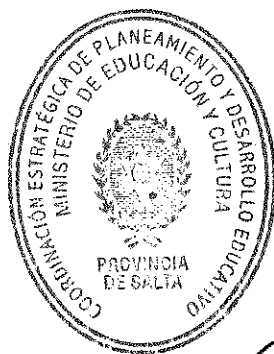
El espacio curricular busca que los estudiantes desarrollen las capacidades necesarias para diseñar, producir y gestionar contenidos estratégicos y creativos adaptados a las diversas plataformas digitales. Esta asignatura se centra en el desarrollo de habilidades para comunicar eficazmente en entornos digitales, considerando las particularidades de cada red social y las tendencias actuales en comunicación digital.

Por los contenidos y las capacidades que se requieren, este espacio curricular **articula** con la Práctica Profesionalizante II.

La unidad curricular debe consistir en un 40% de prácticas formativas.

Contenidos mínimos

Definición de redes sociales y su impacto en la comunicación. Contenido relevante y atractivo. Estrategia de Contenidos. Objetivos y metas. Público objetivo y segmentación. Calendario de contenidos. Tipos de Contenidos para Redes Sociales. Contenido visual (imágenes, infografías, videos). Contenido escrito (publicaciones, blogs, microcontenidos). Contenido interactivo (encuestas, concursos, preguntas). Estrategias de captación y atención de usuarios. Uso de narrativas y storytelling. Elementos de diseño atractivo. Frecuencia y horarios de publicación óptimos. Adaptación del contenido a las distintas plataformas. Uso de hashtags y menciones estratégicas. Herramientas para la creación y gestión de contenidos. Software y aplicaciones de diseño gráfico. Normativas y consideraciones éticas en la creación de contenido. Derechos de autor y uso de material de terceros. Normativas de publicidad y promoción en redes sociales. Diseño de un plan de contenido para una red social específica.



///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 51 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Bibliografía

- Argentina. (1933). Ley 11.723. Régimen Legal de la Propiedad Intelectual.
- Argentina. (2025). Decreto 143/2025. Régimen de gestión colectiva e individual de derechos de autor. Boletín Oficial de la República Argentina.
- Argentina. (2025). Decreto 150/2025. Marco de gestión de derechos de autor y redefinición de SADAIC. Boletín Oficial de la República Argentina.
- Argentina. (2025). Decreto 150/2025. Marco de gestión de derechos de autor y redefinición de SADAIC. Boletín Oficial de la República Argentina.
- Atienza, D. (2019). Diseño y gestión de contenidos digitales: Herramientas y técnicas para redes sociales. Ediciones Pirámide.
- De la Torre, M. (2019). La comunicación en la era digital: Redes sociales y marketing de contenidos. Ediciones Paraninfo.
- Hernández, J. A. (2021). Social media: Estrategias para el éxito en plataformas digitales. Ediciones Anaya Multimedia.
- Montalvo, C. (2020). Creación de contenidos para redes sociales: Guía práctica para emprendedores. Editorial Ra-Ma.
- Romero, A., & Pérez, S. (2020). Planificación y análisis en social media: Cómo diseñar y evaluar estrategias efectivas. Ediciones UOC.
- Vargas, R. (2022). Ética en las redes sociales: Consideraciones y normativas para la creación de contenido. Editorial Universitaria.

Código: 2.18

Espacio curricular: Comunicación Estratégica

Síntesis explicativa

El objetivo de la asignatura es formar profesionales capaces de planificar, ejecutar y evaluar estrategias comunicacionales que respondan a las dinámicas sociales, culturales y tecnológicas actuales. Este espacio curricular integra conocimientos teóricos y prácticos para abordar la comunicación como una herramienta clave en la construcción de sentidos y en la articulación de relaciones entre organizaciones y sus públicos. Es un espacio que busca reflexionar sobre el diseño y la gestión de los procesos comunicacionales efectivos, éticos y adaptados a las complejidades del entorno social y tecnológico contemporáneo. Por los contenidos y las capacidades que se requieren, este espacio curricular **articula** con la Práctica Profesionalizante II.

Contenidos mínimos

Introducción a la Comunicación Estratégica: Definición y objetivos de la comunicación estratégica. Importancia en organizaciones y empresas. Elementos fundamentales. Entorno: factores internos y externos. Públicos objetivo y su segmentación. Mensajes



...///

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

clave y propuestas de valor. Estructura y componentes del plan de planificación. Objetivos SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales). Estrategias y tácticas de comunicación. Canales y Herramientas de Comunicación: Medios tradicionales vs. Digitales. Plataformas adecuadas. Uso de redes sociales y su integración en la estrategia de comunicación. Herramientas de comunicación interna y externa. Mensajería y Contenido para diferentes audiencias y canales. Técnicas de storytelling y comunicación persuasiva. Medios y stakeholder.

Bibliografía

- Bardin, L. (2011). La comunicación estratégica: Conceptos, métodos y aplicaciones. Editorial Gedisa.
- Cabrera, D. (2016). Segmentación de públicos en comunicación estratégica: Identificación y análisis. Editorial UOC.
- Chaves, R. (2019). Medios y comunicación: La elección de plataformas adecuadas en la era digital. Editorial Taurus.
- Díaz Nosty, B. (2014). Comunicación estratégica y nuevas tecnologías. Editorial Fragua.
- González, C. (2017). Planificación estratégica de la comunicación. Editorial Anaya Multimedia.
- Pavía, R., & Zurita, C. (2018). Comunicación estratégica: Estructura y objetivos SMART. Editorial UOC.
- Pérez, M. (2015). Análisis de la comunicación: Herramientas para una evaluación efectiva. Ediciones de la Universidad de Salamanca.
- Pérez-Latre, F. (2016). Comunicación de marca y gestión de relaciones con stakeholders. Editorial McGraw-Hill.
- Rodríguez, A. (2018). Redes sociales y comunicación: Estrategias para la integración efectiva. Editorial UOC.
- Sánchez, M. (2017). Gestión de crisis en comunicación: Estrategias y tácticas. Ediciones de la Universidad de Buenos Aires.
- Valdés, T. (2015). Reputación corporativa: Estrategias para construir y mantener la confianza. Editorial Acento.



///...

008

- 53 -

RESOLUCIÓN N°

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Código: 2.19

**Espacio curricular: Prácticas Profesionalizantes II: Producción Multimedial
Síntesis explicativa**

En la segunda Práctica Profesionalizante los estudiantes abordan la **planificación, producción, edición, publicación y evaluación de proyectos multimediales** con criterios de calidad técnica, estética y comunicacional, integrando de forma articulada texto, imagen, sonido, video e interactividad según los objetivos y públicos definidos. El espacio promueve el trabajo colaborativo en equipos con roles definidos y rotativos (coordinación, edición, registro, documentación, diseño, comunicación con actores externos), el uso de carpetas virtuales para organización de archivos y seguimiento, y tutorías periódicas con la docente para retroalimentación y orientación técnica, narrativa y estética. Para ello es necesario **articular** y trabajar con las unidades curriculares del Campo de la Formación Específica y del Campo de la Formación de Fundamentos.

Entre las actividades previstas, los equipos de trabajo conformado por los estudiantes deberán:

- identificar necesidades comunicacionales, problemáticas sociales o temáticas culturales de interés local;
- diseñar un proyecto multimedial que defina objetivos, mensajes centrales, públicos destinatarios, plataformas de circulación y cronograma de trabajo;
- producir guiones técnicos y storyboards que organicen de manera clara las piezas a generar, planificando la utilización de recursos tecnológicos y humanos.

Para desarrollar las actividades previstas es necesario organizar las etapas de producción:

- **En la fase de producción**, registrarán y editarán materiales audiovisuales, gráficos y sonoros utilizando herramientas y software de edición acorde a los objetivos y estilos seleccionados, integrando lenguajes de forma coherente para narrar historias, difundir información o sensibilizar sobre una temática, desarrollando productos como cápsulas audiovisuales, podcasts, series de publicaciones para redes, micros documentales o productos interactivos según la propuesta de cada grupo.

- **En la fase de posproducción**, realizarán el montaje final, revisiones técnicas y pruebas de publicación en las plataformas seleccionadas, cuidando aspectos de accesibilidad, resolución, compresión de archivos y adecuación a dispositivos y públicos diversos.



...///

///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 54 -

**COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO
EDUCATIVO**

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Los contenidos mínimos del espacio curricular incluyen las etapas de producción multimedial (preproducción, producción y posproducción), técnicas de narrativas multimediales y transmedia, fundamentos de estética visual y sonora, planificación para públicos y plataformas específicas, manejo de software de edición de imagen, sonido y video, criterios de accesibilidad y sostenibilidad en la producción, estrategias de publicación y difusión digital, y herramientas de evaluación de impacto y recepción de productos multimediales. Se trabajará la importancia del rol del productor multimedial en la sociedad, la perspectiva ética en la producción de contenidos, la gestión de derechos de autor y licencias, el uso responsable de recursos, y la necesidad de desarrollar proyectos que respondan a las realidades y necesidades de la comunidad local, con potencial transformador en el entorno.

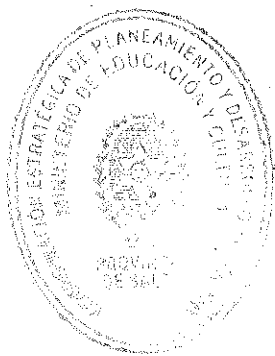
La práctica concluirá con la presentación pública de los proyectos en la comunidad educativa u otros espacios institucionales, fomentando la reflexión crítica sobre el proceso realizado y la coevaluación de aprendizajes. Este espacio busca fortalecer la autonomía, la capacidad de gestión de proyectos, el trabajo en equipo y la responsabilidad social, preparando a los estudiantes para insertarse de manera competente y ética en el campo de la comunicación multimedial.

Consideraciones para el desarrollo del Proyecto Comunicacional de Producción Multimedial

La propuesta de intervención **Producción Multimedial** se concibe como un proyecto comunicacional orientado a responder a una problemática o necesidad específica de comunicación en un contexto institucional, educativo, cultural o social. El propósito es articular saberes técnicos, narrativos y estratégicos, favoreciendo la producción de contenidos multimediales pertinentes y de calidad.

Introducción y Fundamentación

En esta instancia se presenta el proyecto, se define su propósito y se justifica su relevancia. Se caracteriza el contexto de intervención, describiendo factores sociales, culturales, educativos o institucionales que influyen en la comunicación. Se enfatiza la importancia del proyecto tanto para el público destinatario como para el desarrollo de competencias profesionales en comunicación multimedial, estableciendo un marco inicial que explique la pertinencia de la intervención y los aportes que puede generar.



...///

///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 55 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Diagnóstico

El diagnóstico implica analizar la situación comunicacional actual vinculada al tema o contexto del proyecto. Esto supone relevar información, examinar los canales de comunicación existentes e identificar problemas, vacíos o deficiencias. Asimismo, se detectan las necesidades específicas de comunicación y se caracteriza a los públicos destinatarios, considerando sus intereses, hábitos de consumo mediático y preferencias de acceso a la información.

Objetivos Generales y Específicos

Se definen las finalidades que orientan el proyecto. Los objetivos generales expresan la finalidad amplia de la intervención, mientras que los específicos establecen logros concretos y medibles que guiarán las distintas etapas de producción y difusión. Estos objetivos funcionan como referencia central tanto para la planificación como para la evaluación del impacto del proyecto.

Marco Teórico-Conceptual

Se presentan los conceptos clave que sustentan la propuesta: producción multimedial, narrativas transmedia, storytelling visual y sonoro, integración de lenguajes y criterios de accesibilidad y usabilidad. El marco incorpora referentes teóricos y experiencias previas que fundamentan las decisiones técnicas, narrativas y estratégicas, garantizando la coherencia y solidez del proyecto.

Planificación Estratégica

En esta etapa se definen las acciones concretas para implementar el proyecto. Se establecen los mensajes clave, las plataformas de difusión, los recursos técnicos y humanos, y un cronograma de actividades que organiza las tareas del equipo a lo largo de las fases de preproducción, producción, postproducción y difusión. También se anticipan estrategias de seguimiento y ajuste, asegurando que el proyecto se ejecute de manera ordenada y eficiente.

Fases de producción

- **Preproducción:** elaboración de guiones (lineales e interactivos), storyboards, wireframes y prototipos.



...///

///...

RESOLUCIÓN Nº

008

- 56 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

- **Producción:** registro de imagen, sonido y video, fotografía y diseño gráfico, integrando materiales originales y de bancos abiertos.
- **Postproducción:** montaje, edición, integración de lenguajes, corrección técnica y estética.

Evaluación de la propuesta multimedial

La evaluación contempla un seguimiento integral del proceso y de los resultados, considerando criterios técnicos, estéticos y comunicacionales. Incluye:

- definición de criterios e indicadores de éxito (resolución, sonido, edición, coherencia narrativa, adecuación al público);
- implementación de métricas de impacto (visualizaciones, interacciones, encuestas, alcance);
- instancias de feedback interno (con el equipo) y externo (con usuarios o públicos destinatarios);
- procesos de coevaluación y autoevaluación, promoviendo la reflexión crítica, la responsabilidad compartida y la mejora continua.

Documentación y análisis de resultados

Se sistematizan los aprendizajes y resultados obtenidos, tanto a nivel técnico y estético como en relación con el impacto comunicacional del proyecto. Esta documentación permite consolidar buenas prácticas y orientar futuras producciones multimediales.

Las prácticas profesionalizantes, en coherencia con el diseño curricular, garantizan que el estudiante desarrolle competencias vinculadas al área ocupacional del Técnico Superior en Comunicación Multimedial. Por los contenidos y capacidades que demanda, la Práctica Profesionalizante II articula de manera horizontal con los espacios curriculares de Producción Multimedial, Producción de Narrativas y Contenido Audiovisual, Comunicación de Contenido Social Media y Comunicación Estratégica.

La unidad curricular debe consistir en un 60% de prácticas formativas.

Contenidos mínimos

Etapas de producción multimedial. Preproducción: idea, objetivos, análisis de públicos, guion, storyboard, planificación de recursos y cronograma. Producción: registro de imagen, sonido y video, fotografía, diseño gráfico, generación de materiales. Posproducción: montaje, edición, integración de lenguajes, corrección técnica y estética. Narrativas multimediales y transmedia. Elementos narrativos en producciones multimediales. Storytelling visual y sonoro. Estrategias de narrativa transmedia. Fundamentos técnicos y estéticos. Composición visual y sonora. Uso del color, tipografía



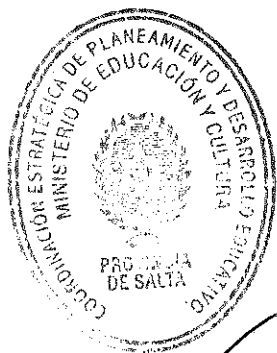
...///

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

y estética multimedial. Calidad técnica en registros y ediciones. Uso de herramientas y software de edición. Edición de imagen, audio y video con programas específicos. Integración de herramientas de diseño interactivo. Organización y compresión de archivos. Planificación de proyectos multimediales. Definición de objetivos y mensajes. Identificación de públicos y plataformas de circulación. Gestión de recursos materiales y humanos. Estrategias de publicación y circulación. Plataformas de publicación (redes sociales, sitios web). Adaptación de formatos a distintos dispositivos. Estrategias de difusión y análisis de recepción. Evaluación de producciones multimediales. Criterios de calidad técnica, narrativa y estética. Coevaluación y autoevaluación de proyectos. El proceso de producción viable.

Bibliografía

- Aparici, R. y García-Marín, D. (2019) *La posverdad: Una cartografía de los medios, las redes y la política*. Gedisa.
- Atienza, D. (2019) *Diseño y gestión de contenidos digitales: Herramientas y técnicas para redes sociales*. Ediciones Pirámide.
- Castells, M. (2021) *Comunicación y poder en la sociedad red*. Alianza Editorial.
- Cebrián, M. (2018). *Comportamiento del consumidor en la era digital*. Ediciones Pirámide.
- Jenkins, H., Ford, S., y Green, J. (2018) *Cultura transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Paidós.
- Ledo, M., y López, B. (2020) *Narrativas digitales: Producción y consumo en la era de la convergencia*. Editorial UOC.
- Piscitelli, A., et al (2019) *El proyecto Facebook y la posuniversidad: Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Ariel.
- Scolari, C. (2019) *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Gedisa.
- Vinelli, N. (2018) *Comunicación popular, medios y poder en América Latina*. CLACSO.
- Zallo, R. (2020) *Estructuras de la comunicación y de la cultura en la era digital*. Gedisa.



///...

RESOLUCIÓN Nº

008

- 58 -

**COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO
EDUCATIVO**
EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

TERCER AÑO

Código: 3.20

Espacio curricular: Higiene y seguridad y desarrollo ambiental sostenible

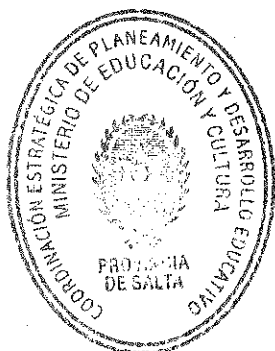
Síntesis explicativa

El espacio curricular tiene como propósito promover la comprensión y aplicación de principios de higiene y seguridad en los entornos de trabajo vinculados a la comunicación multimedial, así como fomentar prácticas sostenibles y responsables en el uso de tecnologías, recursos y materiales. Se busca que los estudiantes desarrollen conciencia ambiental y hábitos de trabajo seguro, identificando riesgos asociados al uso de equipamientos tecnológicos, instalaciones eléctricas, espacios de grabación y edición, y comprendan la importancia del manejo responsable de los recursos y residuos tecnológicos, contribuyendo de manera activa al cuidado del ambiente y al desarrollo local sostenible. Este espacio fomenta una perspectiva crítica y ética sobre el impacto ambiental de las actividades profesionales de la comunicación multimedial, orientando a una práctica responsable que integre criterios de sostenibilidad en la planificación y ejecución de proyectos.

El espacio curricular brinda conocimientos que se trabajan de forma articulada con la Práctica Profesionalizante III brindando un marco teórico y práctico para ser desarrollado en la Gestión de Proyectos Multimediales.

Contenidos mínimos

Introducción a la higiene y seguridad laboral. Concepto de higiene y seguridad en entornos de trabajo. Legislación vigente (normativas nacionales y provinciales). Derechos y obligaciones de trabajadores y empleadores. Identificación de riesgos en entornos de comunicación multimedial. Riesgos eléctricos y prevención. Organización y ergonomía en espacios de trabajo con computadoras y equipamiento técnico. Riesgos en el uso de dispositivos de iluminación y sonido. Seguridad en espacios de grabación y producción. Medidas de prevención y primeros auxilios. Normas de orden, limpieza y señalización. Uso correcto de cables, enchufes y dispositivos eléctricos. Prácticas seguras en el transporte y manipulación de equipos. Nociones básicas de primeros auxilios. Introducción al desarrollo ambiental sostenible. Conceptos de sostenibilidad y desarrollo sostenible. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y su vinculación con la práctica profesional. Consumo responsable de recursos (energía, agua, materiales). Gestión ambiental y comunicación multimedial. Uso responsable de tecnologías: ahorro energético y extensión de vida útil de equipos. Gestión de residuos tecnológicos (RAEE).



...///

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Prácticas de reciclaje y reutilización en entornos de trabajo. Comunicación y concientización ambiental en proyectos multimediales.

Proyectos multimediales con perspectiva de sostenibilidad. Incorporación de criterios sostenibles en la planificación de producciones. Difusión de mensajes ambientales y sociales a través de la comunicación multimedial. Participación en proyectos comunitarios de concientización ambiental.

Bibliografía

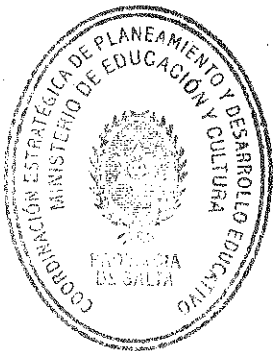
- Bautista Parejo, C. (2000) Guía práctica de la gestión ambiental. Madrid: MP Editorial.
- Bustos A. (2007) Manual de gestión y control ambiental. Ecuador: Industria Gráfica.
- Cortez Díaz, J. (2007) Técnicas de prevención de riesgos laborales. Madrid: Trebar.
- Fernandez Garcia, R. (2006) Sistemas de gestión de la calidad, ambiente y prevención de riesgos laborales. Su integración. Colombia: ECU.
- Kuhlman, A. (2001) Técnicas para la evaluación de los riesgos laborales. Madrid: AC.
- Vos Pascual, J. (1994) Seguridad e higiene en el trabajo. México: Mc Graw Hill.

Código: 3.21

Espacio curricular: Políticas de Comunicación

Síntesis explicativa

El espacio curricular se orienta a que los estudiantes comprendan cómo las estructuras de poder estatales, económicas y sociales inciden directamente sobre los medios de comunicación y las políticas públicas relacionadas con la libertad de expresión, la regulación y la producción mediática. Se pretende analizar no solo los modelos teóricos del Estado y sus formas de intervención, sino también casos concretos recientes (Argentina y América Latina) para evidenciar continuidades, rupturas, resistencias y negociaciones en el ámbito de la comunicación. Además, el curso busca sensibilizar sobre la forma en que la concentración mediática, la transnacionalización, el neoliberalismo y los nuevos entornos digitales reconfiguran el acceso a la información, la diversidad cultural y la democracia comunicativa. Se espera que los estudiantes desarrollen una mirada crítica, informada teóricamente, capaz de reconocer cómo se producen los discursos dominantes, los silencios mediáticos, los controles legales o ilegales (como censura), y cómo emergen alternativas de comunicación popular o comunitaria.



(Handwritten signature)

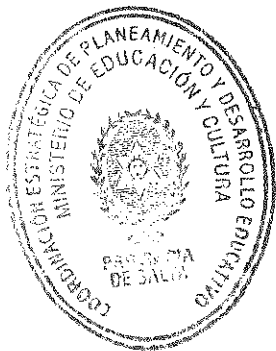
COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Contenidos Mínimos

Matrices de pensamiento ideológico: conservador, liberal, social-crítico democrático. Tipos de Estado, su rol en la comunicación, democracia y libertad de expresión. Estado de Bienestar y regulación de los medios de comunicación. La Dictadura Argentina (1976-1983): control, censura, políticas de medios. Neoliberalismo y medios: liberalización, desregulación, privatización, concentración mediática. Concentración, centralización y transnacionalización de los medios. Regulación de políticas de comunicación en Argentina: Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), su aplicación y derogaciones. Escenario contemporáneo: medios públicos, medios comunitarios, plataformas digitales, convergencia tecnológica.

Bibliografía

- Aguirre, V. A., y Angelini, V. (2023) "Plan modernizador: un análisis discursivo de las políticas de comunicación del macrismo sobre pantallas públicas y medios comunitarios". En Actas de Periodismo y Comunicación, 9(2), 45-62.
- Mastrini, G. (Ed.) (2023) Los sistemas de medios en América Latina: Políticas de comunicación, regulación y captura. Tirant lo Blanch.
- Gaiteri, J. y Alaniz, M. E. (2020) Políticas de comunicación en Argentina. El caso de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Editorial de la Universidad Nacional de Córdoba.
- Kitzberger, P. (2021) "Medios y política en 40 años de democracia en Argentina". En Desarrollo Económico, 61(239), 117-144.
- Labio Bernal, A. y Fernández, C. (2022) "Políticas públicas, concentración y desarrollo del sistema comunicacional en Argentina (1989-2021)". ZER, 27(52), 13-28.
- Ponza, P. et al (2024) Derechas, discursos políticos y medios de comunicación en la Argentina actual. Anarchivo. Editorial de Comunicación, Cultura y Tecnología.
- Taraborrelli, D. (2022) "Periódicos digitales argentinos en un marco de concentración: un análisis cuantitativo de propiedad, audiencia y origen geográfico". En Avatares de la Comunicación y la Cultura, (23), 1-19.



COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Código: 3.22

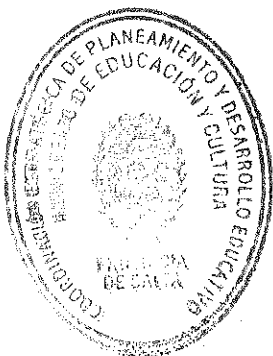
Espacio curricular: Emprendimientos para la era Digital
Síntesis explicativa

El espacio curricular brinda los saberes y capacidades necesarias para emprender y gestionar proyectos del ámbito de la comunicación multimedial. Mediante esta materia, los futuros comunicadores multimediales adquieren habilidades en la planificación, organización y ejecución de un emprendimiento, así como en la gestión de recursos y el desarrollo de una visión empresarial. Además, desarrollan las competencias necesarias para planificar, lanzar y gestionar un emprendimiento exitoso dentro del ámbito de la comunicación, fomentando el desarrollo de la creatividad empresarial y la gestión profesional en el mundo laboral.

El espacio curricular brinda conocimientos que se trabajan de forma articulada con la Práctica Profesionalizante III brindando un marco teórico y práctico para ser desarrollado en la Gestión de Proyectos Multimediales.

Contenidos mínimos

Introducción al emprendedurismo digital. Concepto de emprendedurismo en entornos digitales. Características del emprendedor/a digital. Modelos de negocios digitales. Ecosistema digital y oportunidades de negocio. Plataformas digitales y tendencias del mercado. Identificación de nichos y audiencias específicas. Análisis de casos de emprendimientos digitales exitosos. Diseño y validación de ideas de negocio digital. Metodología Canvas y Lean Startup. Generación de propuestas de valor en el ámbito multimedial. Prototipos y pruebas de concepto. Modelos de monetización en proyectos digitales. Publicidad, contenidos pagos, servicios digitales y membresías. Crowdfunding y financiamiento colectivo. Licencias, derechos de autor y comercialización de contenidos. Estrategias de marketing digital. Redes sociales y posicionamiento de marca personal/proyecto. Marketing de contenidos y estrategias de difusión. Herramientas de analítica digital para la toma de decisiones. Gestión de proyectos digitales. Planificación, organización y seguimiento de proyectos multimediales. Herramientas digitales de gestión y trabajo colaborativo. Definición de cronogramas y asignación de recursos. Aspectos legales y éticos del emprendedurismo digital. Propiedad intelectual y derechos de autor. Protección de datos y privacidad. Buenas prácticas éticas en entornos digitales. Sostenibilidad y responsabilidad social en emprendimientos digitales. Consumo responsable de recursos tecnológicos. Emprendimientos con impacto social y ambiental. Prácticas inclusivas y accesibles en proyectos digitales.



COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Bibliografía

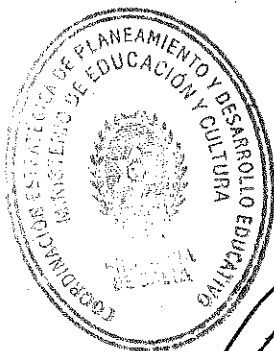
- Blank, S., & Dorf, B. (2017). El manual del emprendedor: La guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona: Gestión 2000.
- Cabero Almenara, J., & Barroso Osuna, J. (2016). Entornos digitales y recursos educativos en la era de la innovación. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Chaparro, M. (2020). Marketing digital: Estrategias para ganar clientes en internet. Madrid: ESIC Editorial.
- Freire, A. (2015). "Pasión por emprender. De la idea a la cruda realidad", De bolsillo, Buenos Aires Argentina.
- García, A., & Rojas, J. (2018). Modelos de negocio digitales: Estrategias para la innovación y el emprendimiento. Ecoe Ediciones. Bogotá.
- Morales, J., & Gutiérrez, F. (2019). Ecosistemas digitales y emprendimiento en América Latina. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear productos y servicios que tus clientes quieran. Barcelona: Deusto.
- Ries, E. (2016). El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Barcelona: Deusto.
- Rodríguez Alcaraz, R., (2020). "El emprendedor de éxito". Mc Graw Hill. México.
- Sánchez, C., & Pérez, L. (2021). Gestión de proyectos digitales: Planificación, metodologías ágiles y trabajo colaborativo. Madrid: Editorial UOC.
- Trias de Bes, F. (2007). "El libro negro del emprendedor". Empresa Activa. España.
- Somalo, I. (2020). Modelos de negocio digitales. Ed. Planeta. Barcelona.

Código: 3.23

Espacio curricular: Ética y Legislación de la Comunicación

Síntesis explicativa

El espacio tiene como propósito que las y los estudiantes comprendan los marcos legales, normativos y éticos que regulan las prácticas comunicacionales en entornos digitales y multimediales, reflexionando sobre su rol como productores de contenidos con responsabilidad social y cultural. Se busca que puedan reconocer y aplicar los principios éticos fundamentales de la comunicación, la libertad de expresión, el derecho a la información, el respeto a la privacidad, y la protección de los derechos de autor y de las audiencias. Además, se propone el análisis de las normativas vigentes en Argentina y los derechos y deberes vinculados a la comunicación digital, así como el estudio de casos prácticos que les permitan tomar decisiones éticas en la producción de contenidos multimediales con sentido crítico y compromiso ciudadano.



///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 63 -

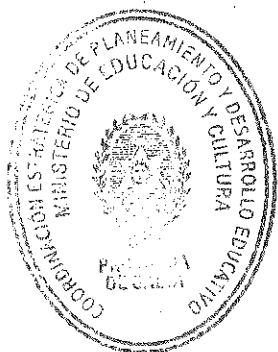
COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Contenidos mínimos

Principios de ética en la comunicación. Libertad de expresión y derecho a la información. Responsabilidad social del comunicador. Veracidad, honestidad y transparencia en la comunicación. Respeto por la diversidad y el pluralismo. Comunicación accesible e inclusiva. Aspectos legales de la comunicación en Argentina. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26.522). Derechos de las audiencias. Normativas sobre protección de datos personales (Ley 25.326). Legislación sobre cibercrimen y delitos informáticos. Derechos de autor y propiedad intelectual. Co. Uso de licencias Creative Commons. Uso ético de materiales de terceros en producciones multimediales. Legislación sobre software y recursos digitales. Regulación de contenidos en entornos digitales. Publicidad y normativas en medios digitales. Discursos de odio y regulaciones vigentes. Ley 11.723 – Derechos de autor. Ley 26.061: Protección de derechos de niñas, niños y adolescentes. Principio de interés superior del niño. Ética en la cobertura mediática de menores. Regulación de exposición de menores en medios y redes. Protección de menores y entornos seguros. Plataformas digitales y términos de uso. Ética en la producción multimedial. Toma de decisiones éticas en proyectos de comunicación. Impacto social de los mensajes en entornos digitales. Criterios éticos para la utilización de imagen y sonido de terceros. Responsabilidad social y sostenibilidad. Comunicación para la transformación social. Prácticas sostenibles en el trabajo multimedial. Inclusión y accesibilidad en la producción de contenidos.

Bibliografía

- Badeni, G. (2002). Tratado de Libertad de Prensa. Bs. As.: Abeledo-Perrot.
- Ceballos, E., & Garavito, L. (2018). Responsabilidad social en los medios de comunicación: Un enfoque crítico. Fundamentos Editorial.
- César, R. (2020). Fake news y desinformación: Ética y responsabilidad en la era digital. Ediciones Enlace.
- Cohen, M. (2012). Códigos de ética en medios de comunicación en Argentina y el mundo: Análisis y comparativa. Editorial Dykinson.
- Convenio Colectivo Nacional de los Trabajadores de Prensa 541/08 www.fatpren.org.ar
- Duarte, F. (2013). El derecho a la información en la Constitución Nacional Argentina. Editorial del Instituto de Estudios Constitucionales.
- Franco, A. (2015). Libertad de expresión y derechos humanos: Una mirada desde Argentina. Editorial Bambú.
- García, L. (2019). La responsabilidad en la publicidad y comunicación institucional: Normativa y buenas prácticas. Editorial Universitaria.



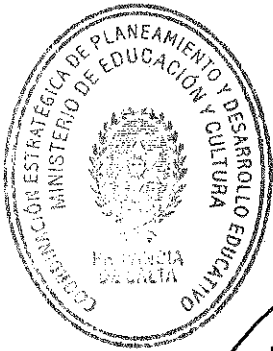
...///

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

- Martín, A. (2017). Ética y deontología del periodista. Ediciones de la Universidad de Córdoba.
- Martínez, M. (2016). Ética en la comunicación: Un enfoque práctico. Ediciones de la Universidad de Salamanca.
- Pérez, J. (2016). Comunicación responsable: El papel de los medios en la sociedad. Editorial Hacer Editores.
- Reid, A. (2018). Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual: Análisis crítico y propuestas. Ediciones Ley de Medios.
- Rosas, F. (2014). Protección de datos personales: Ley 25.326 y sus implicancias en el ámbito digital. Editorial La Ley.
- Sánchez, V. (2021). Redes sociales y ética: Consideraciones en la privacidad y el uso de datos en la comunicación. Editorial Universitaria.

Marco Normativo

- Ley N° 25.326 Protección de datos personales.
- Ley N° 26.522 Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- Registro de una publicación periodística.
<https://www.argentina.gob.ar/servicio/registrar-una-publicacion-periodica>.
- Uso de publicaciones periódicas.
<https://www.argentina.gob.ar/servicio/consultar-titulos-en-uso-de-publicaciones-periodicas>
- Ley N° 12.908 Estatuto del Periodista Profesional.
- Argentina. (2005). Ley N° 26.061. Protección Integral de los Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes. Boletín Oficial de la República Argentina.
- Argentina. (2009). Ley N° 26.522. Servicios de comunicación audiovisual. Boletín Oficial de la República Argentina.



///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 65 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Código: 3.24

Espacio curricular: Narrativas Transmedia

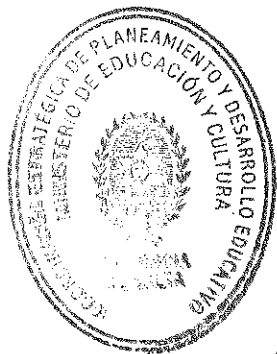
Síntesis explicativa

El espacio tiene como propósito brindar a las y los estudiantes herramientas conceptuales y prácticas para diseñar, planificar y producir relatos que se desplieguen de manera integrada en múltiples plataformas y lenguajes, articulando imagen, sonido, texto e interactividad con estrategias narrativas que permitan construir universos de sentido y generar la participación de las audiencias. Se busca que comprendan los fundamentos de la narrativa transmedia como estrategia comunicacional y cultural contemporánea, explorando sus potencialidades en el ámbito de la comunicación multimedial para proyectos educativos, sociales, culturales y de entretenimiento, respetando criterios de accesibilidad, sostenibilidad y ética en las producciones. Asimismo, se trabajará el análisis de casos de narrativas transmedia y la producción de proyectos situados que respondan a las realidades e intereses del contexto local.

La unidad curricular debe consistir en un 40% de prácticas formativas.

Contenidos mínimos

Introducción a la narrativa transmedia. Definición y características de las narrativas transmedia. Diferencias entre multimedia, crossmedia y transmedia. Principios de la narrativa transmedia (Jenkins, Scolari). Fundamentos narrativos. Construcción de universos narrativos y worldbuilding. Personajes y tramas en relatos expandidos. Storytelling y storytelling transmedia. Plataformas y lenguajes en transmedia. Uso de plataformas digitales para narrativas transmedia. Lenguajes específicos de cada soporte (redes sociales, podcasts, videos, gráficos interactivos). Participación de las audiencias. Audiencias activas y prosumidores. Estrategias de participación e interacción. Comunidades en torno a relatos transmedia. Diseño y planificación de proyectos transmedia. Metodologías de planificación transmedia. Identificación de públicos y objetivos comunicacionales. Estrategias de publicación y circulación de contenidos. Herramientas para la producción transmedia. Herramientas digitales para gestionar y difundir relatos transmedia. Uso de software de edición de imagen, sonido y video en piezas narrativas transmedia. Plataformas para publicación interactiva. Aspectos éticos y de accesibilidad en proyectos transmedia. Derechos de autor y licencias en producciones transmedia. Accesibilidad y diversidad en los relatos. Sostenibilidad y responsabilidad social en proyectos transmedia.



...///

**COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO
EDUCATIVO**
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Bibliografía

- Jenkins, H. (2008) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- Jenkins, H. et al (2015) *Cultura transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Madrid: Paidós.
- Piscitelli, A. (2009) *Nativos digitales: Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Madrid: Santillana.
- Rueda Laffond, J. & Rodríguez Ortega, N. (Eds.) (2018) *Narrativas transmedia: Nuevos relatos y audiencias en la cultura digital*. Buenos Aires: Editorial UOC.
- Scolari, C. (2013) *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Scolari, C. (2018) *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Madrid: Gedisa.

Código: 3.25

Espacio curricular: Gestión de la Comunicación Multimedial

Síntesis explicativa

El espacio tiene como propósito que las y los estudiantes adquieran herramientas teóricas y prácticas para planificar, organizar, coordinar y evaluar proyectos de comunicación multimedial, articulando recursos humanos, técnicos y económicos de manera estratégica y sostenible. Se busca que comprendan el rol del gestor de comunicación en entornos digitales y multimediales, desarrollando competencias para diseñar planes de comunicación acordes a diferentes públicos, objetivos institucionales o comunitarios, y plataformas de difusión. Asimismo, se trabajará en la generación de capacidades para liderar proyectos, gestionando cronogramas, recursos y equipos de trabajo con criterios de eficiencia, creatividad, inclusión y sostenibilidad, fortaleciendo la autonomía y el compromiso profesional en la producción de contenidos multimediales con impacto social y cultural.

El espacio curricular brinda conocimientos que se trabajan de forma **articulada** con la Práctica Profesionalizante III brindando un marco teórico y práctico para ser desarrollado en la Gestión de Proyectos Multimediales.



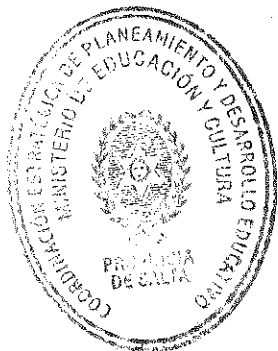
COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Contenidos mínimos

Introducción a la gestión de proyectos de comunicación multimedial. Concepto de gestión en el ámbito de la comunicación multimedial. Rol del gestor/a de comunicación y competencias profesionales. Tipos de proyectos multimediales (educativos, culturales, comerciales, institucionales). Planificación de proyectos multimediales. Análisis de necesidades comunicacionales. Definición de objetivos, públicos destinatarios y mensajes. Elección de plataformas y soportes de difusión. Elaboración de cronogramas de trabajo. Organización y gestión de recursos. Identificación y asignación de recursos técnicos, humanos y financieros. Uso de herramientas digitales de gestión de proyectos y trabajo colaborativo. Organización de cronogramas y flujos de trabajo. Trabajo en equipo y liderazgo. Roles y funciones dentro de equipos multimediales. Estrategias de comunicación interna. Resolución de conflictos y toma de decisiones en proyectos. Estrategias de comunicación y difusión. Planes de comunicación para proyectos multimediales. Marketing digital y posicionamiento de proyectos. Identidad visual y estrategias de marca. Evaluación de proyectos multimediales. Criterios de calidad técnica, estética y comunicacional. Herramientas de seguimiento y control de proyectos. Análisis de resultados e impacto en el público objetivo.

Bibliografía

- Silva, R. (2018). Producción de contenidos digitales: Investigación, planificación y ejecución. Editorial McGraw-Hill.
- Cebrián, M. (2015). Estrategias de distribución de contenidos en redes sociales. Editorial Anaya.
- Hernández, B. (2018). Promoción de contenido digital: Más allá de las redes sociales. Editorial Gedisa.
- Valdés, T. (2016). El ajuste de estrategias en función de la retroalimentación en comunicación organizacional. Editorial Cuerpo de Cristal.
- López, R. (2020). Evaluación de contenidos y adaptación de estrategias en medios digitales. Editorial McGraw-Hill.
- López, C. (2019). Calendario editorial para contenidos en redes sociales: Estrategias de planificación. Editorial Gedisa.
- Alonso, S. (2017). El calendario editorial: Herramienta clave en la gestión de contenidos. Editorial Cuerpo de Cristal.
- Pérez, M. (2017). Gestión de contenidos: Uso de CMS para la organización efectiva. Editorial Anaya.
- Burgos, A. (2016). Estrategias para implementar un sistema de gestión de contenidos en la comunicación organizacional. Editorial McGraw-Hill.
- Figueroa, M. (2019). Administración de contenidos digitales: Planeación y ejecución estratégica. Editorial UOC.



COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Código: 3.26

Espacio curricular: Comunicación Organizacional

Síntesis explicativa

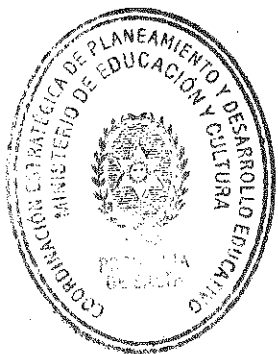
El espacio curricular “Comunicación Organizacional” tiene como propósito que los estudiantes comprendan y apliquen los principios y herramientas para gestionar la comunicación interna y externa en organizaciones públicas, privadas y sociales, utilizando medios y recursos multimediales. Se enfoca en el análisis de la estructura comunicativa de las organizaciones, la construcción de identidad institucional, y la planificación estratégica de la comunicación para fortalecer la imagen, la cultura organizacional y la relación con distintos públicos. Además, se desarrollan competencias para diseñar campañas, manejar crisis comunicacionales y gestionar la comunicación en entornos digitales, promoviendo prácticas éticas, inclusivas y coherentes con los objetivos institucionales.

Contenidos mínimos

Fundamentos de la comunicación organizacional. Estructura y cultura organizacional: análisis y diagnóstico comunicacional. Identidad y posicionamiento institucional. Comunicación interna: canales, herramientas y estrategias. Comunicación externa: relaciones públicas, prensa y redes sociales. Planificación estratégica de la comunicación organizacional. Gestión de crisis comunicacionales. Producción y diseño de contenidos multimediales para organizaciones. Comunicación digital y gestión de comunidades virtuales. Ética, responsabilidad social y comunicación inclusiva en las organizaciones

Bibliografía

- Argenti, P. (2017) *Corporate Communication* México: McGraw-Hill Education.
- Castells, M. (2010) *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Clampitt, P. (2012) *Communicating for Managerial Effectiveness*. México: SAGE Publications.
- Miller, Katherine. (2014) *Organizational Communication: Approaches and Processes*. México: Cengage Learning.
- Ramos, Ana María y otros (2016) *Comunicación Organizacional: Teoría, Investigación y Estrategias*. Madrid: Ediciones Paidós.
- Sánchez, L. (2019) *Comunicación Organizacional y Cultura Corporativa*. Buenos Aires: Editorial UOC.



///...

RESOLUCIÓN N°

008

- 69 -

**COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO
EDUCATIVO**
EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Código: 3.27

Espacio curricular: Sociología de la Comunicación

Síntesis explicativa

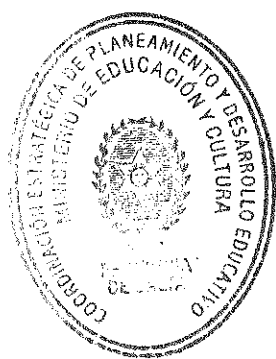
El espacio tiene como propósito que los estudiantes comprendan la comunicación como un fenómeno social, analizando las relaciones entre los medios, la cultura y la sociedad desde una perspectiva crítica y reflexiva. Se propone identificar cómo los procesos comunicacionales configuran identidades, representaciones y dinámicas de poder y cómo los medios multimediales participan en la construcción de la realidad social en contextos locales y globales. Asimismo, busca desarrollar la capacidad de análisis de los estudiantes para interpretar problemáticas contemporáneas relacionadas con la comunicación y su impacto en las transformaciones culturales, sociales y políticas, fomentando una práctica profesional con conciencia ética y responsabilidad social.

Contenidos mínimos

Introducción a la sociología de la comunicación. La comunicación como hecho social. Relación entre comunicación, sociedad y cultura. Historia de la sociología de la comunicación. Teorías sociológicas aplicadas a la comunicación. Teoría funcionalista y teorías críticas. Escuela de Frankfurt y la industria cultural. Teoría de la agenda setting y construcción de la realidad. Sociología de los medios y recepción. Medios de comunicación y construcción de la realidad. Los medios como actores sociales. Producción simbólica y representación social. Medios y estereotipos. Cultura, identidad y comunicación. Identidades culturales y comunicación. Globalización, multiculturalismo y medios. Subjetividad y construcción de identidades en entornos digitales. Comunicación y poder. Medios y poder político. Propaganda, opinión pública y medios. Censura, libertad de expresión y derecho a la información. Transformaciones sociales y comunicación multimedial. Sociedad de la información y del conocimiento. Nuevas tecnologías y cambios en las prácticas comunicacionales. Redes sociales y movimientos sociales.

Bibliografía

- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). La lógica de la acción conectiva: Medios digitales y la personalización de la política contenciosa. Persuasion (Vol. 6). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139039444>
- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). Los usos de las comunicaciones de masas: Perspectivas actuales sobre la investigación de gratificaciones. Sage Publications.



...///

///...

RESOLUCIÓN Nº

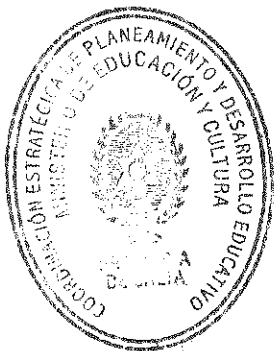
008

- 70 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

- Boulianne, S. (2015). Uso de las redes sociales y participación: Un meta-análisis de la literatura. *Political Communication*, 32(3), 472-493. <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1022822>
- Castells, M. (2010). *El surgimiento de la sociedad red* (2.a ed.). Wiley-Blackwell.
- Couldry, N. (2012). *Medios, sociedad, mundo: Teoría social para los estudios de medios*. Polity Press.
- Gitlin, T. (2003). *Los medios sagrados: Cómo los medios y la cultura moldean nuestra percepción de los problemas sociales*. Yale University Press.
- Gonçalves, J., & Silva, P. A. (2019). Los efectos de las redes sociales en la comunicación familiar. *International Journal of Business and Social Science*, 10(4), 1-10.
- Hall, S. (1997). *Representación: Representaciones culturales y prácticas significativas*. SAGE Publications.
- McQuail, D. (2010). *Teoría de la comunicación de masas de McQuail* (6.a ed.). SAGE Publications.
- Myers, S. A., & McPhee, R. D. (2010). Comunicación y la vida contemplativa: Dinámicas temporales de la comunicación. *International Journal of Business Communication*, 47(1), 103-121. <https://doi.org/10.1177/0021943610385266>
- Norris, P. (2001). *La brecha digital: Participación cívica, pobreza informativa y la Internet en todo el mundo*. Cambridge University Press.
- Papacharissi, Z. (2010). *Una esfera privada: La democracia en una era digital*. Polity Press.
- Rainie, L., & Wellman, B. (2012). *Conectados: El nuevo sistema operativo social*. MIT Press.
- Smith, A. (2014). Identidades en la era digital: La influencia de las redes sociales en la construcción de la identidad. *Revista de Psicología y Educación*, 9(1), 21-32.
- Tilly, C. (2004). *Movimientos sociales, 1768-2004*. Paradigm Publishers.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Consecuencias sociales de Internet para los adolescentes: Una década de investigación. *Current Directions in Psychological Science*, 18(1), 1-5. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2009.01595.x>
- Walther, J. B. (1996). La comunicación mediada por computadora: Interacción impersonal, interpersonal e hiperpersonal. *Communication Research*, 23(3), 3-43. <https://doi.org/10.1177/009365096023003001>
- Wresch, W. (1996). *Desconexión: La comunicación en un mundo desconectado*. Lawrence Erlbaum Associates.



...///

///...

RESOLUCIÓN Nº

008

- 71 -

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE Nº 0120046-78539/2025-0

Código: 3.28

Espacio curricular: Prácticas Profesionalizantes III: Gestión de la comunicación audiovisual

Síntesis explicativa

La tercera práctica profesionalizante busca que los estudiantes integren de manera situada los saberes técnicos, narrativos y de gestión adquiridos a lo largo de la tecnicatura, desarrollando proyectos de comunicación audiovisual que respondan a necesidades de organizaciones, comunidades o públicos específicos. Se apunta a que puedan gestionar todas las fases del proceso: desde la investigación de necesidades, el diagnóstico comunicacional y la planificación estratégica, hasta la producción, posproducción, difusión y evaluación de impacto, articulando criterios estéticos, técnicos y éticos.

Un eje central de la práctica es la gestión integral del proyecto comunicacional, que debe contemplar los siguientes componentes: diagnóstico de la situación y de los públicos involucrados; definición de objetivos generales y específicos; caracterización de los públicos destinatarios; formulación de mensajes y narrativas principales; estrategias y tácticas de acción; medios y soportes a emplear; cronograma de actividades; definición de recursos humanos, técnicos y financieros; y mecanismos de evaluación del impacto. Estos elementos constituyen la base metodológica para garantizar la coherencia y pertinencia de los proyectos audiovisuales desarrollados.

Asimismo, se promueve el trabajo en equipos con roles rotativos (dirección, producción, cámara, sonido, edición, gestión de redes), el uso de carpetas de producción para ordenar procesos y tutorías periódicas para retroalimentar las producciones en curso. Se priorizarán proyectos vinculados al desarrollo local, la cultura, la educación y problemáticas sociales relevantes, fomentando la responsabilidad social, la sostenibilidad y la accesibilidad en las producciones.

Las actividades que se van a desarrollar son:

- Diagnóstico y relevamiento de necesidades comunicacionales de una organización, comunidad o proyecto local.
 - Elaboración de plan de comunicación audiovisual (objetivos, públicos, mensajes, formatos, cronograma).
 - Desarrollo de guiones técnicos y literarios, storyboards y planificación de rodaje.
- Producción y registro audiovisual: uso de cámara, iluminación, captación de sonido, fotografía de apoyo.



...///

COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

- Edición y posproducción: montaje, corrección de color, edición de sonido, generación de gráficas.
- Difusión del contenido en plataformas digitales y redes sociales, considerando criterios de accesibilidad y segmentación de públicos.
- Evaluación de impacto del producto audiovisual a través de métricas básicas y feedback de audiencias.
- Elaboración de carpeta final de proyecto con registro de todas las etapas, reflexionando sobre aprendizajes, dificultades y soluciones.

El desarrollo de estas actividades va a permitir que al estudiante se desempeñe como gestor, coordinador o productor en áreas vinculadas a la comunicación audiovisual, trabajando en medios, productoras, agencias y organizaciones, garantizando la efectividad y calidad en la realización de proyectos audiovisuales.

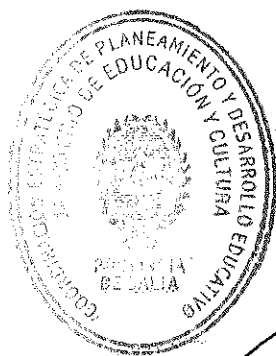
La Práctica Profesionalizante III trabaja de manera **articulada** con Higiene, seguridad y desarrollo ambiental sostenible, Ética y legislación de la Comunicación y Comunicación organizacional para el desarrollo del Trabajo final. También se articula con Gestión de Comunicación Multimedial que permite desarrollar una visual integral para el desarrollo de las actividades.

Este espacio se centra en su 60% de prácticas formativas en entornos laborales reales.

Contenidos mínimos

Componentes del proyecto comunicacional: diagnóstico, objetivos, públicos, mensajes, estrategias, medios, cronograma, recursos y evaluación. Gestión de proyectos de comunicación audiovisual: planificación, organización y seguimiento. Técnicas de guionado, storyboards y planificación de rodajes. Generación y gestión de carpetas de producción. Producción audiovisual: cámaras, iluminación, sonido directo, fotografía de apoyo. Edición y posproducción de imagen y sonido: montaje, corrección de color, edición de sonido, integración de gráficas. Estrategias de difusión en entornos digitales y redes sociales. Evaluación de impacto de proyectos audiovisuales (métricas y feedback). Aspectos éticos, legales y de sostenibilidad en producciones audiovisuales.

Trabajo en equipo, liderazgo y comunicación interna en proyectos. Inclusión, accesibilidad y perspectiva de género en la producción audiovisual. Comunicación audiovisual aplicada a proyectos con impacto local, cultural y social.



///...

RESOLUCIÓN N°

008

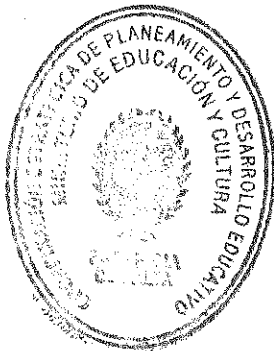
- 73 -


COORDINACIÓN ESTRATÉGICA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO EDUCATIVO

EXPEDIENTE N° 0120046-78539/2025-0

Bibliografía

- Bordwell, D. y Thompson, K. (2019) El arte cinematográfico. McGraw Hill.
- Castells, M. (2009) Comunicación y poder. Alianza Editorial.
- Millerson, G. y Owens, J. (2012) Video Production Handbook. Focal Press.
- Murch, W. (2001) En el momento del parpadeo. GG
- Rabiger, M. y Hurbis-Cherrier, M. (2017) Directing: Film Techniques and Aesthetics. Routledge
- Rodríguez, M. (2015) Producción Audiovisual: Planificación, realización y montaje. La Crujía.
- Sánchez Noriega, J. (2010) La narrativa audiovisual. Paidós.
- Villafañe, J., y Mínguez, N. (2008) Principios de Teoría General de la Imagen. Pirámide.
- Wimmer, R. D., y Dominick, J. R. (2013) La investigación científica de los medios de comunicación. Bosch.
- Wolf, M. (2020) La investigación de la comunicación de masas. Paidós.




Prof. Analía Guardo Gallardo
Coordinadora Estratégica de
Planeamiento y Desarrollo Educativo
Ministerio de Educación y Cultura
Provincia de Salta