Especialización en Lenguaje y Comunicación Digital

4° Cohorte – Inicio 2024

Datos generales de la carrera

Carrera cogestionada entre la Facultad de Lenguas y la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba

Título que otorga: Especialista en Lenguaje y Comunicación Digital

Estructura del plan de estudios: semiestructurado

Sede administrativa: Facultad de Ciencias de la Comunicación. Bv. Enrique Barros s/n. Ciudad Universitaria. Córdoba. Argentina.

Modalidad de cursado: presencialidad remota. Esta modalidad implica encuentros sincrónicos vía plataforma *Meet*. Se requerirá la asistencia y la activa participación en las clases.

Fundamentación

La Especialización en Lenguaje y Comunicación Digital, carrera cogestionada por la Facultad de Lenguas y la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, surge debido al impacto que las tecnologías de última generación han tenido en el campo de la cultura – y más específicamente del lenguaje y de la comunicación – lo cual ha dado lugar a la necesidad de replantear la mirada sobre ambos objetos, sus relaciones e interrelaciones.

A lo largo de toda la historia de la humanidad, la invención y circulación de tecnologías – empezando por la escritura – ha promovido nuevas formas culturales. Las últimas décadas, y particularmente a partir de la masificación del uso de las llamadas redes sociales, nos han puesto frente al desafío de reconsiderar el lugar de la comunicación, de las personas involucradas, de los escenarios en que circula, de los textos que produce, sus retóricas, incluidas sus condiciones de legibilidad y

visibilidad como potencialidad para la democratización de procesos sociales y políticos, lo que Jenkins ha llamado "cultura participativa" (2008)[1].

El lenguaje, en los nuevos entornos digitales, ha complejizado sus formas de producción y su semiosis, ya que el régimen puramente verbal se complementa con el régimen visual que incluye, no sólo la imagen, sino el pastiche fragmentario en el que dialogan y compiten junto a la letra diferentes tipografías, colores, bandas móviles, efectos luminosos, sonidos, imágenes, animaciones. Nuevos códigos afectan la hegemonía del texto verbal cuyo significado se construye ahora en la interacción de signos de procedencia múltiple.

Frente a la magnitud de estos cambios, profesionales del lenguaje y la comunicación (docentes, traductores/as, licenciados/as en Lengua, en Ciencias de la Información y en Comunicación Social, Gestores/as culturales, etc.) necesitan reconsiderar estos objetos de estudio atravesados por la tecnología, replantear y redefinir las principales nociones disciplinares a la luz de una reconfiguración discursiva que es también cultural.

No ignoramos la composición heteroglósica de los textos escritos en papel ni su condición de eslabón en la cadena discursiva (Bakhtin,1981)[2] pero sí parece necesario revisar este rasgo que ahora se manifiesta en la difusión incesante de nuevos formatos y a través de nuevos canales. Comprendemos también que si bien no se trata de "un nuevo lenguaje, lo que hace es integrar múltiples formas y lenguajes de representación y comunicación a través de unos instrumentos con unas potencialidades hasta hace poco desconocidas" (Área Moreira *et.al.*, 2012)[3].

Las tecnologías que nos han inmerso en pocos años en "la era digital" han intervenido enérgicamente no sólo las formas, las prácticas, los soportes y los canales de la comunicación, sino el lenguaje mismo empleado en textos dislocados y con una materialidad diversa.

Resulta difícil en la actualidad identificar ámbitos de la producción cultural no atravesados por lo digital. La velocidad con la que ocurren los cambios nos enfrenta a un proceso de obsolescencia permanente que afecta tanto a los artefactos como probablemente también a las reflexiones y la producción teórica sobre estos fenómenos.

Como bien lo describe Alonso Ruiz (2004)[4],

> En este contexto de cambio vertiginoso resulta cada vez más constatable una doble dinámica: por un lado, la transformación de las rutinas profesionales relacionadas con la comunicación a raíz de la generalización del uso de las NTI, que funda la necesidad de nuevas destrezas profesionales en la selección, organización y producción de

[1] Jenkins, H. (2008) *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.

[2] Bakhtin, M. (1981). *La imaginación dialógica*, Austin: Prensa de la Universidad de Texas.

[3] Área Moreira, M. *et al* (2012). *La alfabetización en la sociedad digital*. Barcelona: Ariel.

[4] Alonso Ruiz, J. (2004): "Valores de la comunicación en Internet. Hacia una definición de comunicador digital", en Aguado, J.M. (coord.) (2004): *e-comunicación. Dimensiones sociales y profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos.* Sevilla: Comunicación social.

contenidos y procesos comunicativos, y simultáneamente plantea nuevos roles y cometidos profesionales.

Por otro lado, el consumo de medios acerca cada vez más al sujeto pasivo con el actor participativo, haciendo realidad la idea del "prosumidor" (Toffler, 1980)[5]. Desde la web hasta las redes sociales, los cambios en la comunicación digital han sido radicales modificando la lógica y el lenguaje de lo digital. La transformación de las profesiones y de quienes consumen contenidos digitales ha modificado la idea misma de comunicación en todos sus ámbitos.

La diversidad de destrezas de uso de la lengua y procesamiento de textos en entornos digitales ha llevado a que se acuñe el concepto de multialfabetizaciones o lectoescrituras múltiples (*multiliteracies*)[6] con el fin de dar cuenta de las nuevas competencias que la era digital requiere y que incluyen lectoescritura digital, lectoescritura televisiva, lectoescritura computacional (Rocap, 2003[7]; Cope y Kalantzis, 2000[8], Albarello, 2019[9]).

En el corazón de toda esta metamorfosis aparece Internet como lugar generador de nuevos procesos cognitivos y sociales: los buscadores y metabuscadores trastocan el concepto de memoria individual y colectiva; la red global permite un acceso a información general y especializada como nunca antes se había visto a través de sitios web y plataformas del tipo de *YouTube*; la conectividad posibilita formas novedosas de producción colaborativa; estimula el diálogo y la participación por medio de chats, videoconferencias y redes como *Facebook, Instagram, Twitch y Twitter*, entre muchas otras, generando comunidades virtuales. Finalmente, la telefonía inteligente no sólo habilita la producción, distribución y viralización de contenidos, sino que aporta como valor diferencial la ubicuidad.

En síntesis, Internet no sólo ha potenciado la capacidad de producción y circulación de todo tipo de contenidos para los emisores y las emisoras tradicionales, sino que ha estimulado el corrimiento del polo emisor hacia la recepción. Hoy la audiencia tiene el poder (Mancini, 2011)[10] porque posee las herramientas para producir y también – y sobre todo – porque es clave para hacer circular las producciones propias y ajenas.

---

[5] Toffler, A. (1980). *La tercera ola.* Barcelona: Editorial Plaza y Janés.

[6] Usamos indistintamente los conceptos alfabetización y lectoescritura, conscientes de que ambos términos no cubren el espectro semántico del inglés *literacy*, el cual denota competencias culturales de escritura y lectura.

[7] Rocap, K. (2003). Defining and designing literacy for the 21st century. En Solomon, llen y Resta (Eds.) Toward Digital Equity: Bridging the Divide in Education. (pp. 57-74). Boston: Allyn y Bacon.

[8] Cope, B., y M. Kalantzis (Eds.). (2000). *Multiliteracies: Literacy learning and the design of social futures*. London: Routledge.

[9] Albarello, F. (2019) *Lectura transmedia. Leer, escribir y conversar en el ecosistema de pantallas.* Buenos Aires: Ampersand.

[10] Mancini, P. (2011). *Hackear el periodismo*. Manual de laboratorio. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Lo planteado hasta aquí permite introducir los conceptos de convergencia y comunicación digital, indefectiblemente ligados entre sí. En cuanto al primero, lo entendemos en su sentido más abarcador. Efectivamente, la convergencia no es única sino múltiple por cuanto es posible hablar de convergencia tecnológica, corporativa, mediática y cultural (García Avilés y Salaverría, 2008[11]). En este sentido, supone mucho más que la confluencia de tecnologías digitales; supone un proceso cultural que altera la relación de las tecnologías existentes, las industrias, los mercados, los capitales, los circuitos de consumo, los entretenimientos y los espacios de producción, circulación y distribución de información. Afirma Jenkins (2008)[12] que, preparados o no, resistentes o no, vivimos en una cultura de la convergencia.

En esta cultura convergente, la comunicación digital participa como el tejido conectivo de un organismo. Tomando los aportes de Igarza (2008)[13], entendemos la comunicación digital como los procesos de interconexión entre quienes utilizan una plataforma que depende de componentes físicos aptos para representar, almacenar y distribuir información interactivamente, todas ellas capacidades asociadas a dispositivos de naturaleza digital denominados genéricamente TIC.

La comunicación digital se caracteriza por sus capacidades de interactividad, hipertextualidad (Nelson, 1965[14]; Landow, 1996)[15], multimodalidad (Kress & Van Leewen, 2001[16]), multimedialidad y transmedialidad (Jenkins, 2006[17] y 2015[18]; Scolari, 2013[19] y 2017[20]). Todas ellas admiten el despliegue de variados lenguajes bajo diferentes modalidades y recursos.

Puesto que estos modos de comunicación han permitido la ampliación del número de quienes se apropian de estas potencialidades de enunciación y exposición pública, es preciso desarrollar también las competencias comunicativas vinculadas con el uso de la diversidad de lenguajes implicados en la comunicación digital. Esta especialización se orienta, entonces, a fortalecer dichas competencias.

A la luz de los considerandos anteriores, se estimó necesario que la Universidad Nacional de Córdoba, como institución formadora de excelencia, y gracias a la

---

[11] García Avilés, J. A. y R. Salaverría (2008). "La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo". En revista Trípodos N°23. 31-47. Barcelona.

[12] Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.

[13] Igarza, R. (2008). *Nuevos medios. Estratégias de convergencia*, Buenos Airess: La Crujía Ediciones.

[14] Nelson, T. (1965). A File Structure for the Complex, the Changing, and the Indeterminate. Cleveland: Association for Computing Machinery: Proceedings of the 20th National Conference

[15] Landow, G. (1996). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Editorial Barcelona: Paidós.

[16] Kress, G. y T. van Leeuwen (2001). *Multimodal Discourse: The modes and Media of Contemporary Communicatio*n. London: Arnold.

[17] Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and newmedia collide*. Nueva York: NYU Pres.

[18] Jenkins, H. (2015). *Fans, blogueros y videojuegos: la cultura de la colaboración.* Barcelona: Paidós.

[19] Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia, cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deust.

[20] Scolari, C. (2017). “El Translector. Lectura y Narrativas Transmedia en la nueva ecología de la comunicación”. En Millán, J. (coord.) La lectura en España. Informe 2017, pp. 175-186. Disponible en: http://www.fge.es/lalectura/docs/Carlos_A_Scolari%20_175-186.pdf

vinculación entre la Facultad de Lenguas y la de Ciencias de la Comunicación, ofrezca una carrera de posgrado que:

a- actualice los debates teóricos desde la doble perspectiva de los estudios del lenguaje y los de la comunicación (por ejemplo, mediante asignaturas como Semiótica de la cultura y la comunicación, Aportes del Análisis del Discurso en contextos de comunicación digital o Identidades emergentes y subjetividad estética)

b- promueva habilidades para innovar en las maneras de comunicar (mediante los Talleres I y II o asignaturas como Comunicación transmedia) y

c- habilite nuevos modos de intervención que se traduzcan no sólo en la renovación de las prácticas profesionales – actualizadas *en* y *para* los nuevos modos de comunicar – sino también que responda al perfil de profesional que el contexto actual exige, capacitando reflexiva y pragmáticamente para actuar tanto en los medios tradicionales, ahora renovados, como en diversos entornos digitales, en el variado ecosistema digital.

El resultado fue la creación conjunta de la Especialización en Lenguaje y Comunicación Digital por parte de la Facultad de Lenguas y la entonces Escuela de Ciencias de la Información, ahora Facultad de Ciencias de la Comunicación. Ambas instituciones acordaron, por un lado, llevar adelante la gestión de la carrera de manera conjunta, con un equipo de Dirección y Coordinación, y un Comité Académico integrado por igual número de docentes de cada facultad, y por otro lado, fijar la sede administrativa en la Facultad de Ciencias de la Comunicación y funcionar con el Reglamento de Especializaciones de la Facultad de Lenguas.

Objetivos de la carrera y perfil del egresado/a

Objetivos

Esta carrera de posgrado se propone los siguientes objetivos:

a) generar un espacio académico donde se pueda reflexionar sobre las transformaciones sociales y las prácticas cotidianas de quienes están involucrados/as en los nuevos escenarios comunicativos.
b) propiciar el análisis y la comprensión de las mediaciones de las TIC y del lenguaje en la construcción de subjetividad.
c) contribuir a la apropiación de herramientas metodológicas fundamentadas teóricamente, que permitan a los/las egresados/as gestionar profesionalmente los diferentes escenarios comunicacionales, enfatizando las dimensiones estética e ideológica como rasgos significativos en la producción de nuevos lenguajes.

Perfil del egresado/a

El/la egresado/a de la Especialización estará capacitado/a para:

- Comprender las relaciones entre lenguaje y comunicación en escenarios digitales.
- Desempeñarse críticamente en el campo de la producción discursiva en entornos digitales.

- Abordar distintos espacios institucionales (públicos, privados o de la sociedad civil) identificando, diagnosticando y gestionando las demandas comunicacionales.
- Tomar decisiones que contribuyan a la creación, producción y gestión de medios, productos y contenidos multimediales.
- Integrar equipos profesionales interdisciplinarios para abordar y gestionar diversos procesos discursivos mediados por TIC (en ámbitos diversos, ambientes tecnológicos diversos).
- Gestionar competencias, y desarrollar las habilidades y destrezas necesarias para proponer transformaciones en los procesos del campo discursivo de la comunicación digital.

Plan de Estudios

Duración

La duración del cursado es de un año y medio, organizado en 3 (tres) semestres, con una carga horaria de 360 horas, de las cuales 270 horas se asignan a asignaturas obligatorias y un mínimo de 90 horas a asignaturas electivas.

Se destinan, además, 3 meses para la presentación y aprobación del Proyecto de Trabajo Final y 6 meses para la elaboración y presentación del Trabajo Final de Especialización.

Organización del plan de estudios

El plan de estudios que se propone se define como un sistema semiestructurado: por un lado, ofrece actividades curriculares predeterminadas en este plan de estudios y comunes a todos/as los/las estudiantes y, por otro lado, un conjunto de asignaturas electivas entre las que cada estudiante elige tres sobre la base de sus intereses en un área de conocimiento, campo profesional o tema de trabajo final.

De este modo, la carrera presenta tres ejes obligatorios y un espacio de materias electivas.

El *eje teórico-conceptual* tiene como objetivo historizar las relaciones entre lenguaje, comunicación y cultura a los efectos de describir los términos de la semiótica cultural y reflexionar sobre la emergencia de significados identitarios a través de prácticas comunicativas mediadas por lo digital. Este eje incluye las siguientes asignaturas:

- Semiótica de la cultura y la comunicación
- Comunicación transmedia
- Identidades emergentes y subjetividad estética

El *eje analítico* tiene como objetivo profundizar y reflexionar sobre las teorías y el análisis de los discursos y sus estéticas, la retórica y la argumentación que se ponen de manifiesto mediante nuevas lógicas de producción, circulación y consumo de contenidos digitales. Los espacios curriculares que lo integran son:

- Aportes del Análisis del Discurso en contextos de comunicación digital

- Teoría de la argumentación
- Retórica del texto ícono-verbal

El tercer eje es el de las *herramientas de producción*, el cual está vinculado al desarrollo, aplicación y optimización de competencias comunicativas necesarias para abordar los nuevos artefactos textuales. Los conceptos y las y estrategias de lectura y escritura abordados en los primeros dos ejes, tienen su correlato y aplicación en las asignaturas que conforman este tercer eje:

- Taller I: Comprensión y producción de contenidos en entornos digitales
- Taller II: Comprensión y producción de contenidos multimediales
- Taller de Trabajo Final

Por su parte, a través de las asignaturas electivas, de las cuales cada estudiante deberá cursar al menos 3 (tres), se pretende que los y las estudiantes completen su formación de acuerdo a sus intereses particulares y su campo de actuación profesional.

El Plan de estudios de esta carrera no prevé régimen de correlatividad por asignaturas.

La propuesta de trayecto de cursado es la siguiente:

Asignatura	**Tipo**	**Carácter**	**Carga horaria teórica**	**Carga horaria práctica**	**Carga horaria total**	**Régimen de cursado**
Primer cuatrimestre						
Semiótica de la cultura y de la comunicación	Curso teórico-práctico	Obligatorio	20	10	30	Mensual
Aportes del Análisis del Discurso en contextos de comunicación digital	Curso teórico-práctico	Obligatorio	20	10	30	Mensual
Identidades emergentes y subjetividad estética	Curso teórico-práctico	Obligatorio	20	10	30	Mensual
Taller I: Comprensión y producción de contenidos en entornos digitales	Taller	Obligatorio	10	20	30	Mensual
Segundo cuatrimestre						
Teoría de la argumentación	Curso teórico-práctico	Obligatorio	15	15	30	Mensual
Retórica del texto íconoverbal	Curso teórico-práctico	Obligatorio	15	15	30	Mensual
Comunicación transmedia	Curso teórico-práctico	Obligatorio	15	15	30	Mensual
Taller II: Comprensión y	Taller	Obligatorio	10	20	30	Mensual

producción de contenidos multimediales						
SUBTOTAL DE HORAS OBLIGATORIAS CUATRIM. 1 y 2			**125**	**115**	**240**	
Tercer cuatrimestre						
Electiva 1	Curso teórico-práctico	Electiva	*	*	30	Mensual
Electiva 2	Curso teórico-práctico	Electiva	*	*	30	Mensual
Electiva 3	Curso teórico-práctico	Electiva	*	*	30	Mensual
Taller de Trabajo Final	Taller	Obligatorio	10	20	30	Mensual
SUBTOTAL MÍNIMO DE HORAS ELECTIVAS			*****	*****	**90**	
SUBTOTAL DE HORAS COMUNES OBLIGATORIAS CUATRIM. 3			**10**	**20**	**30**	
TOTAL DE HORAS DE CURSADO			**135 + las horas de las electivas**	**135 + las horas de las electivas**	**360**	
TRABAJO FINAL DE ESPECIALIZACIÓN	6 meses de duración					

* La cantidad de horas teóricas y prácticas queda sujeta a las opciones de cursos electivos que tome cada estudiante.

Cursos teórico – prácticos electivos

Los cursos que constituyen la oferta inicial de cursos electivos es la que se detalla a continuación, aunque puede ir variando de cohorte a cohorte:

- Derecho de la comunicación digital – 30 horas (20 horas teóricas y 10 horas prácticas)

- Género y comunicación digital – 30 horas (20 horas teóricas y 10 horas prácticas)

- El texto de la imagen – 30 horas (15 horas teóricas y 15 horas prácticas)

- Apropiación tecno-mediática e inclusión digital – 30 horas (15 horas teóricas y 15 horas prácticas)

- Estudios de usuarios y consumos culturales – 30 horas (15 horas teóricas y 15 horas prácticas)

- Humanidades digitales – 30 horas (15 horas teóricas y 15 horas prácticas)

Modalidad de evaluación

Las diversas modalidades de evaluación final son establecidas por los equipos docentes a cargo de las asignaturas. Podrán ser exámenes teórico-prácticos escritos u orales, informes de análisis o presentaciones orales. Las evaluaciones serán individuales. El cronograma y los plazos de las evaluaciones serán establecidos por la Dirección de la carrera.

- Los/las estudiantes deberán aprobar al menos el 80% de las tareas que los y las docentes establezcan como obligatorias para poder acceder a la instancia de evaluación final del curso.

- La nota de aprobación, que será la de la evaluación final del curso, no deberá ser inferior a 7 (siete) puntos.

- En caso de ausencia o de no aprobación de la evaluación final, el o la estudiante tendrá la posibilidad de una única instancia recuperatoria.

- En caso de no haber aprobado el 80% de las tareas obligatorias, el o la estudiante deberá recursar la asignatura.

Condiciones de permanencia y graduación

Condición de estudiante regular

Para mantener la condición de regularidad en la carrera se deberán cumplimentar los siguientes requisitos de acuerdo a la etapa de la carrera en que se encuentre quien cursa:

a) Haber completado todos los requisitos de inscripción a la carrera al momento de su iniciación.

b) Asistir con carácter obligatorio al menos al 80% de las clases y actividades curriculares previstas.

c) Aprobar las evaluaciones de carácter individual. Las evaluaciones que no alcancen el nivel de aprobación, podrán ser recuperadas 1 (una) vez.

d) Haber realizado la matriculación al iniciar un nuevo año.

e) Haber aprobado el 100% de las actividades curriculares y haber cumplido el 100% de las obligaciones arancelarias en el momento de presentar el Trabajo Final para su evaluación.

De las equivalencias

Se podrá otorgar equivalencias de cursos de posgrado aprobados en otras instituciones universitarias nacionales o extranjeras cuando los contenidos, la pertinencia y la vigencia, así como la carga horaria del curso sean similares a los de la materia correspondiente de la Especialización. Dichos cursos no deben superar los 5 (cinco) años de antigüedad.

Los cursos y seminarios reconocidos por equivalencia no deberán superar el 30% de los cursos de la carrera.

Condiciones para la obtención del título

Para obtener el título de Especialista en Lenguaje y Comunicación Digital se requerirá:

a) Haber cursado y aprobado los cursos y talleres correspondientes al plan de estudio de la Especialización en Lenguaje y Comunicación Digital.
b) Elaborar, redactar y aprobar un Trabajo Final sobre un tema pertinente al área de conocimiento de la Especialización.
c) Haber cumplido con todos los requisitos académicos, administrativos y arancelarios que se soliciten y que establezca la reglamentación vigente.

Proyecto de Trabajo Final

a) Luego de haber cursado el 100% del trayecto curricular y aprobado el 75%, el o la estudiante podrá presentar su proyecto de Trabajo Final. El o la estudiante deberá proponer al Comité Académico un/a Director/a de Trabajo Final, quien deberá manifestar la aceptación de la dirección por escrito.

b) El plazo máximo para la presentación del proyecto y la solicitud de nombramiento del Director de Trabajo Final no podrá exceder los tres meses posteriores a la finalización del cursado de la especialización.

c) El proyecto de Trabajo Final deberá ser redactado en español; será evaluado por el Comité Académico en un plazo no mayor a treinta días. En el caso de que se sugieran modificaciones, el o la estudiante contará con un plazo de 30 (treinta) días para presentarlo nuevamente.

d) Si el proyecto fuera rechazado podrá presentarse nuevamente, por única vez, en un plazo máximo de 2 (dos) meses, contados a partir de la fecha de la notificación del resultado al candidato.

Trabajo Final

El trabajo final será individual y de carácter integrador. Las características que adquirirá este trabajo final se centrarán en el tratamiento de una problemática acotada derivada del campo de una o más profesiones, bajo el formato de proyecto, obra, estudio de casos, ensayo, informe de trabajo de campo u otras que permitan evidenciar la integración de aprendizajes realizados en el proceso formativo. La presentación formal reunirá las condiciones de un trabajo académico. Será redactado en lengua española.

Se deberá entregar el Trabajo Final en un plazo máximo de 6 (seis) meses a partir de la aprobación del proyecto. Excepcionalmente existirá la posibilidad de solicitar una única prórroga de hasta 6 (seis) meses, con fundamentación por parte del estudiante

y avalada por el/la directora/a. El Comité Académico evaluará los fundamentos del pedido y otorgará la prórroga si lo considerara pertinente.

Mecanismos de orientación y supervisión de la elaboración del Trabajo Final

El/la directora/a del Trabajo Final, propuesto por el o la postulante al Director/a de la Carrera, orientará y asesorará al estudiante de la Especialización en todo lo referente al desarrollo de su proyecto.

Directora/es del trabajo final

a) Podrán ser directora/es del Trabajo Final profesora/es universitaria/os y/o investigadora/es que posean el título de Especialista, Magíster o Doctor/a y antecedentes acordes al tema elegido, con méritos suficientes en el campo científico, académico o profesional que corresponda. Preferentemente, se priorizará la elección de directores o directoras con pertenencia institucional.

Cuando los/las Directores/as del Trabajo Final propuestos/as no reúnan las condiciones señaladas en el párrafo anterior, el Comité Académico estudiará sus antecedentes y aprobará su designación con carácter de excepción cuando dichos antecedentes demuestren una actuación científica, académica y/o profesional de relevancia.

b) La figura de Codirector/a se contempla para aquellos casos en los que las características del trabajo de investigación a realizar lo requieran. Las condiciones para ser Codirector/a son las mismas que se exigen para los/las Directores/as.

c) El/la Director/a del Trabajo Final será propuesto por el o la postulante al Director/a de la carrera, quien, en conformidad con el Comité Académico, lo elevará al Decano o Decana de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (la sede administrativa) para su designación.

d) En caso de ausencia justificada del Director/a del Trabajo Final por un período tal que pudiera incidir sobre la calidad de su función, el Comité Académico, previa consulta con el o la estudiante, podrá proponer a un reemplazante que reúna las mismas condiciones que el/la Director/a.

e) Son funciones del Director/a del Trabajo Final:

1- Orientar y asesorar al/la estudiante de la Especialización en todo lo referente al desarrollo de su proyecto.
2- Presentar una nota dirigida al Director/a de la Especialización en la que conste que el Trabajo Final se encuentra en condiciones de ser evaluado.

f) Podrá dirigir simultáneamente hasta un máximo de cinco Trabajos Finales y/o Tesis, incluyendo los de otras carreras de posgrado.

Jurado del Trabajo Final

a) El Jurado del Trabajo Final estará integrado por tres profesores/as o investigadores/as pertenecientes al área o a áreas afines de la temática del Trabajo Final que posean título de posgrado y que demuestren una trayectoria profesional que determine su pertinencia para integrar el Jurado.

b) Los miembros del Jurado del Trabajo Final serán designados por Resolución Decanal de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (la sede administrativa) a propuesta del Director/a de la carrera y con el aval del Comité Académico.

c) Las recusaciones podrán efectuarse según el procedimiento establecido por la Ordenanza de Concursos de la Universidad Nacional de Córdoba vigente al momento de la recusación en lo que sea aplicable sobre recusación de jurados.

d) Los y las integrantes del Jurado deberán expedirse por escrito dentro de los 60 (sesenta) días corridos a contar desde la recepción del ejemplar correspondiente del Trabajo Final. El dictamen del Jurado se pondrá en conocimiento del estudiante de la Especialización en un plazo no mayor de 15 (quince) días hábiles de producido.

e) El Trabajo Final podrá ser calificado como:

i) Aprobado.

ii) Aceptado con observaciones. Será devuelto para su reelaboración parcial. En este caso, el Jurado indicará las reformas que juzgue necesarias, que deberán ser cumplimentadas por el o la estudiante de la Especialización en un plazo no mayor a 90 (noventa) días. Vencido dicho plazo, perderá la condición de estudiante de la carrera de Especialización, salvo en el caso de un pedido de prórroga debidamente fundado por parte del estudiante y aprobado por el Comité Académico. Si la segunda presentación tampoco fuera aprobada, el Trabajo Final será calificado como Reprobado.

iii) Reprobado.

f) El Trabajo Final se considerará definitivamente aprobado cuando todos los y las integrantes del Jurado lo califiquen con una nota mínima de 7 (siete). La nota final se establecerá con el promedio de las tres calificaciones según la siguiente escala: 7 (siete), 8 (ocho) y 9 (nueve): DISTINGUIDO; 10 (diez): SOBRESALIENTE. El Jurado redactará un acta con su dictamen fundado y la calificación adjudicada.

g) El Jurado podrá recomendar la publicación del Trabajo Final, si lo considera conveniente. Un ejemplar del trabajo aprobado, en formato digital, será remitido a la Biblioteca de la Facultad de Lenguas y otro a la biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.