

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DISEÑO CURRICULAR

1. Plan de Estudios

1.1. Información general

Nombre de la Carrera: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tipo de Presentación: Carrera nueva

Características de la carrera: Institucional

Facultad que participa: Facultad de Ciencias de la Comunicación-Universidad Nacional de Córdoba

Localización de la propuesta: sede de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales s/n. Ciudad Universitaria.

Modalidad de la carrera: Presencial

Nivel de Formación: Grado

Título que otorga: Licenciado/a en Ciencias de la Comunicación

Duración y carga horaria de la carrera: 4 (cuatro) años y medio - 2.860 horas reloj



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

1.2. Alcances del Título

El título de Licenciado/a en Ciencias de la Comunicación posee validez nacional y tiene los siguientes alcances que habilitan a quien egrese para:

1. Planificar, gestionar y ejecutar proyectos, programas y planes de investigación sobre procesos, medios y prácticas de comunicación en sus dimensiones tecnológicas, políticas, mediáticas y socioculturales.
2. Diseñar e implementar investigaciones en el campo de la Comunicación Social para el desarrollo, consolidación y actualización de paradigmas teóricos, metodológicos y técnicos orientados a la producción y análisis de datos.
3. Dirigir o participar en actividades de investigación en organismos científicos tecnológicos, locales, nacionales e internacionales para organizaciones gubernamentales, privadas, comunitarias o del tercer sector.
4. Diseñar y ejecutar investigaciones en consultorías y asesoramientos en relación a procesos políticos y sociales en su dimensión comunicacional.
5. Producir, sistematizar, procesar y comunicar datos en matrices de análisis cualitativos o cuantitativos utilizando sistemas informacionales y tecnológicos sobre audiencias, públicos, consumos culturales, en comunicación política y opinión pública, procesos de producción y/o en procesos de comunicación en diferentes áreas.
6. Producir conocimiento que impacte en la planificación, ejecución y evaluación de políticas públicas y en la vinculación, transferencia e innovación para el sector socio-productivo.



7. Coordinar y gestionar proyectos y programas de investigación-acción para el abordaje y resolución de demandas territoriales y sociocomunitarias.
8. Comunicar desarrollos, resultados y datos producidos en el campo de la investigación científica general a través de géneros de divulgación científica, en distintos soportes gráficos, sonoros, audiovisuales y digitales para públicos generales de acuerdo al compromiso con la comunicación pública de la ciencia, y los valores y principios del Conocimiento Abierto.

1.3. Antecedentes y fundamentación

Antecedentes

El antecedente más importante de esta licenciatura es la orientación en Investigación y Planeamiento de las Ciencias Sociales de la Licenciatura en Comunicación Social implementada a partir del Plan de Estudios 1993, la que formó egresados investigadores en el campo de la comunicación social. El desarrollo y consolidación en las últimas décadas de un campo de estudios propio de la comunicación social y los procesos mediáticos con autonomía teórica y metodológica, ha dado lugar también a nuevos roles en el campo laboral, como la carrera en investigación, las actividades en consultoría y la comunicación pública de la ciencia, todos espacios en constante expansión.

En este sentido, esta licenciatura se vincula a un perfil profesional dedicado a la producción de conocimientos científicos en el campo de los estudios de la comunicación social, con tres áreas diferenciadas: a) desarrollo profesional como investigador científico en organismos públicos y privados, b) profesional del ámbito de las consultoras en comunicación y opinión pública, y c) el campo de la comunicación pública de la ciencia, en la cual el investigador implementa estrategias para la comunicación de la ciencia a la sociedad en general.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

El desarrollo de un vasto conjunto de conocimientos científicamente validados consolida este campo de estudios y provee bases sólidas para la transferencia y la innovación a múltiples actores e instituciones sociales.

En el pasaje de la Escuela de Ciencias de la Información a la Facultad de Ciencias de la Comunicación se generaron también precedentes importantes, ya que la función de investigación se afianzó notoriamente con el desarrollo de políticas de ciencia y tecnología propias y en articulación con la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad; el crecimiento de becarios e investigadores en organismos científicos; la creación de un Centro de Investigaciones en Periodismo y Comunicación (CIPeCo) que incluye equipos de investigación, observatorios y laboratorios y la creación de la primera Unidad Ejecutora de doble dependencia (CONICET/UNC) especializada en comunicación: el Instituto de Estudios de Comunicación, Expresión y Tecnologías, IECET.

Asimismo, el afianzamiento de las consultoras en comunicación en los últimos años y el creciente interés de la comunidad académica por estas actividades en las que el conocimiento científico asume formas aplicadas, han generado nuevos roles profesionales para los comunicadores sociales que justifican esta licenciatura. Estas consultoras asesoran a diferentes instituciones y actores acerca de tendencias en el campo de la comunicación política y digital, y de otras transformaciones sociales, a partir de la implementación de métodos cuantitativos y cualitativos.

El interés creciente por la comunicación pública de la ciencia ha configurado roles profesionales vinculados a la interfaz entre la producción científica de todas las áreas y la sociedad, habilitando una apropiación social del conocimiento. En este sentido, un antecedente importante es la carrera de posgrado de Comunicación Pública de la Ciencia y Periodismo Científico, organizada conjuntamente por la Facultad de Ciencias de la Comunicación, la Facultad de Matemática, Astronomía y Física (FaMaF) y el Ministerio de



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

Ciencia y Tecnología de la provincia de Córdoba, que cuenta con reconocimiento oficial de CONEAU. Destacamos, además, la trayectoria de diez años alcanzada en la articulación académica (grado/posgrado) con el Doctorado en Comunicación Social de la FCC.

Estas propuestas se suman a la creación de una editorial propia: Anarchivo, con un área específica de comunicación de la ciencia, que experimenta con formatos gráficos clásicos como con formatos audiovisuales, sonoros y digitales, constituyéndose también como un espacio fundamental que habilita instancias de formación para este perfil profesional específico.

Fundamentación

Las profundas transformaciones ocurridas a partir de la última década del siglo pasado en el campo tecnológico, informacional y comunicacional han impactado fuertemente en las sociedades contemporáneas a nivel político, económico, social y cultural.

Es posible comprobar que los medios de comunicación y las tecnologías de la información cumplen una función estructurante, al menos en dos niveles. Por un lado, a nivel microsocial, en las prácticas cotidianas, en los marcos perceptivos de los sujetos y de sus relaciones interpersonales; por otro, desde una perspectiva macro, impactan en las lógicas de gestión de lo social, de la definición de agendas públicas y del ejercicio de los derechos de la ciudadanía. Los procesos de mediatización atraviesan a las diferentes esferas sociales, política, educativa, económica, etc., y pueden ser estudiados en esta especificidad.

A su vez, todas estas transformaciones sociales de orden cualitativo están estrechamente vinculadas a algoritmos, softwares y grandes cúmulos de datos producidos por instituciones públicas, organizaciones privadas y sujetos anónimos, que de manera creciente inciden en la toma de decisiones e incluso programan aspectos cruciales de la vida en las sociedades democráticas.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

Así, es posible afirmar que el concepto de mediatización de la sociedad, acuñado por las teorías de la comunicación en la década del 80, hoy delimita procesos y prácticas cuya densidad y complejidad es tal que demandan para su abordaje de una formación que exige teorías y metodologías específicas del ámbito comunicacional, en el marco más amplio de las ciencias sociales.

Los desafíos actuales exigen la producción de conocimiento empírico en base a datos de investigaciones cualitativas y cuantitativas, así como de la planificación, producción y análisis de datos que resulten relevantes para el abordaje de fenómenos y problemáticas sociales, políticas, culturales.

En este contexto, la propuesta de plan de estudio se fundamenta en la necesidad de formar comunicadores sociales que puedan responder a estas demandas llevando adelante investigaciones científicas y estudios con impacto en las políticas públicas, en el sector público y privado, en instituciones de la sociedad civil, ONGs y organizaciones territoriales; que pueda trabajar en investigaciones teóricas y empíricas sobre distintos aspectos de la experiencia contemporánea (estudios de audiencias, análisis político, consultorías), y que sea capaz de generar nuevas dinámicas investigativas integrando formatos, lenguajes, prácticas propias del campo disciplinar de la comunicación.

Asimismo, el creciente reclamo de la ciudadanía en torno a la democratización del acceso al conocimiento vuelve necesaria la elaboración de una currícula que ofrezca oportunidades de formación específica en la comunicación pública de la ciencia y en la transferencia de conocimientos aplicables a políticas públicas. Un comunicador capaz de generar interfaces entre la producción de conocimiento científico que incide constantemente en nuestra vida cotidiana y públicos amplios y diversos.

Finalmente, la reciente creación de una Unidad Ejecutora de doble dependencia entre la UNC y CONICET, IECET, y del CIPeCo, ambas instituciones orientadas a la institucionalización de la investigación en comunicación social, la formación de recursos



humanos y la profesionalización de la carrera de investigador, ofrecen un entorno propicio para el desarrollo de estas competencias y del perfil de egresado propio de esta Licenciatura.

1.4. Objetivos de la carrera y perfil del egresado

1.4.1. Objetivos de la carrera

Los objetivos de esta carrera se orientan a la formación de un profesional capaz de desarrollar investigaciones teóricas y empíricas, cuantitativas y cualitativas, en el campo de la comunicación social, tendientes a generar conocimiento científico actualizado y de validez.

Tanto en su rol de productor como de comunicador y divulgador de conocimientos científicos, se trata de un profesional comprometido con el conocimiento abierto y la difusión amplia y generalizada de los saberes en lenguajes que habiliten la equidad y la inclusión en el acceso.

1.4.2. Perfil del egresado/a

El/la egresado/a de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación está capacitado/a para ocupar diferentes roles vinculados a la producción de conocimientos sistemáticos sobre la dimensión comunicacional de procesos y prácticas interpersonales, colectivas, mediáticas, tecnológicas, comunitarias, organizacionales; y para desempeñarse como investigadores, consultores o asesores en instituciones públicas, privadas, socio comunitarias, del tercer sector de alcance local, nacional e internacional.

El/la egresado/a aborda la complejidad de los fenómenos sociales en tanto procesos de producción, circulación y apropiación de sentidos, desde una perspectiva crítica y atenta al lugar de poder en las prácticas socio-discursivas.

El/la egresado/a de esta carrera reconoce la dimensión comunicacional como un aspecto clave para el análisis de los procesos sociales y para el diseño de estrategias que conduzcan a la construcción de una sociedad democrática, fundada en los valores de igualdad social,



justicia y respeto a los derechos humanos, a las diversidades culturales, y la perspectiva de género.

1.4.3. Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) - Agenda 2030 - UNESCO

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada en septiembre de 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas, establece un marco para el desarrollo de políticas de ciencia, tecnología, transferencia e innovación, que incluso se ven plasmados en planes estratégicos locales y nacionales.

En este sentido, la Licenciatura se orienta al desarrollo de conocimientos desde la dimensión comunicacional y mediática en relación a temas altamente prioritarios para la región, como la reducción de la desigualdad, el fin de la pobreza extrema, las ciudades sostenibles, la erradicación de la socio-segregación, el cambio climático, la igualdad de género, la educación inclusiva y de calidad, el crecimiento económico sostenible, la protección de los ecosistemas, entre otros.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

1.5. Organización del plan de estudio

a. Estructura curricular del plan de estudio

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Modalidad Presencial

N°		CICLO INTRODUCTORIO	Carga Horaria Total
1	Previo al Primer cuatrimestre	Taller de lectura y escritura académica	50
2		Introducción a las carreras de comunicación	50

N°	AÑO	CUATRI MESTRE	CICLO ESPECÍFICO	Carga Horaria Total
3	1° AÑO	1	Prácticas de lenguaje	60
4		1	Taller de cultura digital	60
5		1	Investigación en comunicación	60
6		1	Historia social contemporánea	60
7		Bimestral	Taller de innovación y creatividad en comunicación	30
8		2	Narrativas mediáticas	60
9		2	Periodismo y contenidos digitales	60
10		2	Comunicación en las organizaciones	60
11		2	Introducción a los estudios de comunicación	60
12		2	Movimientos culturales, arte y comunicación I	60



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
 Ciudad Universitaria |
 5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
 comunicacion@fcc.unc.edu.ar

13	2° AÑO	Anual	Taller de proyectos de investigación y transferencia	120	
14		1	Historia argentina contemporánea	60	
15		1	Comunicación y antropología	60	
16		1	Teorías de la comunicación I	60	
17		1	Taller de análisis y procesamiento de datos cualitativos	60	
18		1	Marketing digital y social media	60	
19		2	Estudios del lenguaje	60	
20		2	Taller de prácticas de consultoría en comunicación	60	
21		2	Taller de análisis y procesamiento de datos cuantitativos	60	
22		2	Sociología de la comunicación	60	
23		2	Documentación y sistematización de datos digitales	60	
24		2	Idioma extranjero I	30	
25		3° AÑO	Anual	Narrativas audiovisuales	120
26			1	Narrativas transmediales	60
27	1		Metodologías cualitativas	60	
28	1		Estado, políticas públicas y democratización	60	
29	1		Estudios de audiencias y consumos culturales	60	
30	1		Comunicación pública de la ciencia	60	
31	2		Epistemología de las ciencias de la comunicación	60	



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
 Ciudad Universitaria |
 5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

32		2	Metodologías cuantitativas	60
33		2	Semiótica	60
34		2	Teorías de la comunicación II	60
35	4° AÑO	1	Teorías de la Comunicación III	60
36		1	Semiótica de las interacciones digitales	60
37		1	Problemáticas contemporáneas de la comunicación	60
38		1	Cultura popular y cultura masiva	60
39		1	Comunicación política y opinión pública	60
40		2	Comunicación, cultura y hegemonía	60
41		2	Economía política de la comunicación	60
42		2	Comunicación, salud y ambiente	30
43		2	Comunicación, género y diversidades	30
44		2	Análisis del discurso	60
45	5° AÑO	1	Idioma extranjero II	30
46		1	Deontología Profesional	60
47		1	Taller de escritura científica	30
48		1	Taller de prácticas de investigación aplicada	60
49		1	Taller o Materia Electiva 1 (*)	60
Carga horaria total de la carrera				2.860 horas reloj



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
 Ciudad Universitaria |
 5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
 comunicacion@fcc.unc.edu.ar

(*) *Los alumnos deberán elegir una materia o taller de 60 horas entre las asignaturas de la oferta académica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de otras carreras de la UNC donde la FCC tenga convenio, o de otras universidades nacionales o extranjeras, previa autorización del comité académico de la carrera a la que pertenece. Este espacio curricular también aplica a materias optativas dictadas en las licenciaturas de la FCC cuya propuesta y contenidos pueden variar anualmente.*

Las materias electivas suponen un grado de conocimiento orientado y específico, por lo que para su cursado los alumnos deberán haber aprobado el ciclo introductorio y las asignaturas de primer año.

b. Descripción de la estructura curricular adoptada

Fundamentos y descripción de la estructura curricular

El diseño curricular de la carrera en Ciencias de la Comunicación posee una carga horaria de **2.860** horas reloj.

La trayectoria formativa de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación articula los campos formativos distribuidos en un 52 % de asignaturas de formación específica, 19 % de práctica profesionalizante para garantizar la articulación teoría- práctica, 20 % de formación de fundamento y 9 % de formación general.

La Licenciatura adopta una estructura curricular por ciclos. Parte de un *Ciclo Introductorio* obligatorio del Plan de Estudios (Res. HCS 334/90) orientado a equiparar las competencias y destrezas para un reconocimiento de la vida ciudadana universitaria y un buen desempeño académico en los ciclos siguientes. Se consideran competencias fundamentales para el estudio las capacidades de lectura y comprensión de textos académicos, las prácticas del lenguaje en general (procesos de producción discursiva oral y escrita) y las estrategias de estudio. Las propuestas del ciclo de nivelación se orientan al desarrollo de experiencias individuales y colaborativas, que hagan posible la recuperación de saberes previos.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

En primer año, se plantea un *Ciclo de Formación Básica* común a las tres licenciaturas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. En este primer año se plasman las tres áreas que se van vinculando a lo largo de los ciclos: formación general, formación específica profesional y formación en prácticas profesionales.

Aquí son significativos los espacios curriculares que definen los tres campos posibles de desempeño profesional que se profundizan en los siguientes años (periodismo y producción de contenidos, comunicación institucional, comunicación social).

De segundo a cuarto año se avanza en el *Ciclo Específico* a partir de los siguientes criterios: profundización en áreas de formación específica requeridas para el desempeño profesional en el campo de la investigación en comunicación social, tanto desde un punto de vista teórico como metodológico. Un conjunto de materias aborda diferentes dimensiones de los procesos comunicacionales contemporáneos.

También se va desarrollando una articulación del campo de la comunicación con otros estudios sociales que enriquecen los abordajes (antropología, sociología, psicología, economía, derecho). A la vez, a partir del tercer cuatrimestre se profundiza en campos específicos de la comunicación y perspectivas cualitativas; se avanza en teorías de la comunicación y otras ciencias sociales, y en métodos de investigación cuantitativos para finalizar en la profundización de campos específicos de investigación en comunicación (comunicación y cultura, problemáticas contemporáneas, comunicación y redes, etc.), así como en instancias de investigación empírica y en la práctica profesional de los estudios y mediciones de consultoría.

Las asignaturas y talleres que componen la malla curricular se organizan en módulos de 30, 60 y 120 horas lectivas. El régimen de cursado de los espacios curriculares de 30 horas es *bimestral*; el de los espacios curriculares de 60 horas es *cuatrimestral*, y el de los espacios curriculares de 120 horas es *anual*.



La propuesta curricular permite el cursado de una *asignatura electiva* (materia o taller) de 60 horas, en la cual los/as estudiantes pueden elegir cursar: asignaturas de la oferta de las otras dos licenciaturas que se dictan en la FCC, o asignaturas de otras carreras de la Universidad Nacional de Córdoba o de otras universidades nacionales o extranjeras que tengan convenios con la FCC, previa autorización del comité académico de la carrera. Las materias electivas suponen un grado de conocimiento orientado y específico, por lo que para su cursado los alumnos deberán haber aprobado el ciclo introductorio y las asignaturas de primer año.

Esto habilita la formación de un sujeto de aprendizaje más autónomo con capacidad de elegir de acuerdo a sus intereses y expectativas, favoreciendo la interdisciplina en la formación integral del egresado, así como la posibilidad de acreditar las experiencias de intercambio estudiantil e internacionalización en la malla curricular.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

1.6. Contenidos Mínimos

CICLO INTRODUCTORIO

1- Taller de lectura y escritura académica

Taller que aborda el ingreso al campo académico y disciplinar de la comunicación. Características y convenciones de los textos académicos. Estrategias de lectura, escritura y oralidad como procesos situados y articulados en el estudio universitario. Recursos discursivos, retóricos y gramaticales. Técnicas de estudio y comprensión de textos: herramientas y estrategias que facilitan el estudio en el proceso de aprendizaje.

2- Introducción a las carreras de comunicación

Esta asignatura introduce a la vida y la ciudadanía universitaria. Aproximaciones al campo de la comunicación y sus alcances profesionales: periodismo y producción de contenidos multimediales, comunicación institucional, investigación en comunicación. Niveles y componentes de la comunicación social: macro, meso y micro. Introducción a los medios y las mediaciones.

PRIMER AÑO

PRIMER CUATRIMESTRE

3- Prácticas de lenguaje

La oración y el texto. Componentes y estructuras. Estructuras oracionales: valor y uso en el discurso periodístico. Normativa gramatical: reglas generales de acentuación y de puntuación. El texto periodístico. Enunciado, texto y discurso: conceptos y características. Contexto de situación, lector modelo, elementos paratextuales. Especificidades de las distintas tipologías textuales. Narración. Argumentación. Explicación. Conversación.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

Introducción a los géneros profesionales de la comunicación: regularidades propias de los textos vinculados a las prácticas comunicativas.

4 - Taller de cultura digital

Revolución digital y tendencias culturales: cambios en las formas de comunicación. Creación de contenidos: storytelling, micronarrativas, creaciones colectivas. Edición de imágenes, videos, audio y contenido web. Estrategias de interacción para redes. Gestión de información: búsqueda, filtrado y seguridad de la información. Principales redes sociales. Redes y elaboración de noticias. Periodistas polivalentes. El community manager: funciones y herramientas. Contenido generado por usuarios, humanos, algoritmos e inteligencia artificial.

5 - Investigación en comunicación

Introducción al pensamiento científico. La producción de datos científicos. Agendas contemporáneas de investigación en comunicación. Organismos científicos, consultorías, instituciones estatales. Espacios institucionales de investigación en la universidad. Aproximación al campo profesional y a los enfoques cualitativos y cuantitativos. La investigación en la práctica: gráficas, muestreos, entrevistas, focus group, análisis del discurso.

6 - Historia social contemporánea

Revoluciones y nuevos modelos político-ideológicos, económicos y laborales. El orden del siglo XX: capitalismo, bloques, regiones. Siglo XXI: nuevas relaciones entre los países. El impacto de la tecnología en el mundo laboral. Nuevas crisis del capitalismo. Países emergentes y nuevos bloques. Necesidades globales actuales: energía, alimentos y seguridad. El poder de la red social y el imperialismo digital.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

7 - Taller de innovación y creatividad en comunicación

Herramientas y técnicas de creatividad e innovación. El proceso creativo. Creatividad aplicada a la producción de contenidos y resolución de problemas en comunicación. Habilidades no tradicionales. Herramientas de *design thinking*, elaboración experiencial de prototipos y estrategias de innovación para desarrollo de soluciones creativas. Creación de universos narrativos.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

8 - Narrativas mediáticas

El discurso narrativo. Narración, tiempo, sujetos. Tipos de narraciones mediáticas en diversos lenguajes y soportes. Narrar a partir de datos: gráficos, líneas de tiempo, infografías, viñetas, entre otros. Estructura de los relatos y construcción de sentido en los medios. Formas de contar y configurar el mundo. Producción de sentido y construcción de enunciadores, destinatarios y vínculos.

9- Periodismo y contenidos digitales

Géneros periodísticos tradicionales y nuevos. Contenidos periodísticos digitales. Fuentes y documentación digital. Formatos digitales. Periodismo en plataformas, aplicaciones, dispositivos móviles. Construcción de comunidades y audiencias. Uso periodístico de las redes. Redacción para medios digitales. Articulaciones interdisciplinarias para la producción: programación, algoritmos, software libre, inteligencia artificial.

10 - Comunicación en las organizaciones

Introducción al campo profesional y disciplinar. Conceptualizaciones en torno a las nociones de ‘institución’ y ‘organización’”. Sectores institucionales: público, privado, tercer sector. El comunicador como articulador de relaciones y vínculos en las organizaciones. Diferentes



fases del proceso de diagnóstico e intervención en la comunicación institucional.

11 - Introducción a los estudios de la comunicación

Historia de los estudios de la comunicación: mapa de teorías, escuelas y perspectivas teóricas. Efectos sociales de los medios. Mediaciones y mutaciones: una mirada al ecosistema comunicacional contemporáneo.

12 - Movimientos culturales, arte y comunicación I

Arte, estética, cultura: aproximaciones teóricas. Prácticas artísticas clásicas, de vanguardia, callejeras y populares. Vinculación de géneros periodísticos a experiencias del arte y la cultura contemporánea. El comunicador como gestor cultural. El consumo del arte como experiencia de aprendizaje y producción.

SEGUNDO AÑO

ANUAL

13 - Taller de proyectos de investigación y transferencia

El diseño de un proyecto de Investigación, transferencia o innovación científico. Definición del área disciplinaria, elección de tema, formulación de problema. Relevancia del problema planteado. Construcción del marco teórico. Planteo de hipótesis y objetivos generales y específicos. Diseño del modo de abordaje y componentes del diseño metodológico. Coherencia entre marco teórico y metodología propuesta.

PRIMER CUATRIMESTRE

14- Historia argentina contemporánea

La Ley Saénz Peña y la primera experiencia democrática. Crisis del modelo agro- exportador y del consenso liberal. Implementación del modelo sustitutivo de importaciones (ISI). Los



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

gobiernos peronistas y la democracia del bienestar. El Estado burocrático autoritario, el ciclo de protesta social y la radicalización política e ideológica. El tercer gobierno peronista, crisis de la ISI y violencia política. Terrorismo de Estado y desindustrialización. Democratización, neoliberalismo y exclusión social. La crisis del 2001. La pugna por el modelo de acumulación: políticas redistributivas versus políticas regresivas.

15 - Comunicación y antropología

Colonialismos y constitución disciplinar de la antropología. Discusiones contemporáneas en torno a las nociones de cultura y comunicación. Problemáticas de la antropología (indigenismo, género, desigualdades). Profundización en perspectivas etnográficas. Reflexividad. Trabajo de campo técnicas de indagación (registro de campo, observación, entrevista).

16- Teorías de la Comunicación I

La emergencia de la comunicación como objeto de estudio. Las ciencias de la comunicación dentro de las ciencias sociales: autonomización del campo. La pregunta por los efectos de los medios. Funcionalismo norteamericano y Mass Communication Research. De la aguja hipodérmica a la persuasión. Interacción y orden social: la Escuela de Palo Alto. La perspectiva sistémica. La discusión en torno a la industria cultural y la racionalidad instrumental: la tradición de la escuela de Frankfurt.

17- Taller de análisis y procesamiento de datos cualitativos

Fundamentos para el procesamiento y análisis cualitativo de datos. Análisis y visualización de datos. Producción de matrices interpretativas. QDA: software para el análisis de datos cualitativos. Sistemas automáticos, semiautomáticos, manuales, etc. Elaboración de bases e interpretación de datos. Manejo de Atlas Ti, Nvivo, DataViv, QDA Mincer, Aquad.



18- Marketing digital y social media

Técnicas de producción y programación de contenidos digitales en múltiples plataformas. Gestión del catálogo para maximizar la producción de contenidos derivados. La distribución digital y el posicionamiento. El rol del community manager. Analítica de datos. Marketing digital. Obtención y análisis de calidad de los datos. Indicadores. Big data. Smart data.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

19- Estudios del lenguaje

La lengua como institución social. Doble articulación y economía del lenguaje. La lengua como sistema: conceptos fundamentales de la teoría saussureana. Lenguaje, lengua y habla. El signo lingüístico: características. La comunicación interpersonal: la perspectiva de la pragmática. El contacto lingüístico: bilingüismo y diglosia. Políticas lingüísticas y planificación lingüística. Las lenguas en la legislación argentina.

20- Taller de prácticas de consultoría en comunicación

Aplicación de saberes y habilidades en proyectos desarrollados por consultoras vinculadas a tendencias comunicacionales, sociales, y de opinión pública (públicas, privadas). Colaboración en producción, relevamiento y sistematización, y análisis de datos específicos en estudios de consultoría. Colaboración en visualización de datos y resultados obtenidos en diversos formatos y sonoros (gráficos, digitales, sonoros, etc.).



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

21- Taller de análisis y procesamiento de datos cuantitativos

Perspectiva metodológica cuantitativa y multidimensional. El estatuto epistemológico de las técnicas de análisis cuantitativo. Diseño de proyectos de investigación de base aplicada y del diseño de estrategias de comunicación. Construcción, uso y análisis de datos y herramientas estadísticas aplicadas al estudio de fenómenos comunicacionales. La estructura de los datos, las variables como sistemas de clasificación y espacio de propiedades. Las técnicas de investigación cuantitativa. Sistematización y procesamiento de la información. La minería de datos. El Análisis Factorial de Correspondencias simple o binario. Análisis de correspondencias múltiples y los métodos de clasificación. El análisis de contenido y la estadística léxica. Utilización de datos secundarios cuantitativos: principales fuentes secundarias disponibles.

22- Sociología de la comunicación

Implicaciones socioculturales de la mediación simbólica y en los medios de comunicación de masas. La comunicación como fundamento de la sociabilidad, la cultura como orden simbólico, la institución de los sujetos y la creación cultural. Las representaciones colectivas, los discursos y el poder. Los estudios sociales sobre comunicación mediática. La sociología de la comunicación vinculada a orientaciones funcionalistas, estructuralistas y marxistas en diálogo con la política, la cultura y la ideología. La microsociología de Goffman y el interaccionismo simbólico. La intimidad como espectáculo en la comunicación y las redes.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

23- Documentación y sistematización de datos digitales

Fuentes de información digitales: tipologías y clasificaciones. Modos de acceso a los datos. Accesibilidad en Internet. Hipermétodos: técnicas para la investigación en comunicación y otras ciencias sociales en entornos digitales. Procesos de búsqueda y recuperación de datos. Diseño de datos relacionales. Importancia de datos no estructuradas. Organización y sistematización de los datos. Construcción de indicadores operativos y estratégicos. Análisis de datos: herramientas digitales. Visualización de los datos: análisis y resultados. Métodos en entornos digitales: etnografías, analíticas, lenguajes operativos.

24- Idioma extranjero I

Contenidos de lecto-comprensión de inglés en textos específicos del campo de la comunicación y el periodismo. Comprende contenidos de idioma técnico para acceder a lecturas básicas de textos técnicos-científicos y que adquiera habilidades de comprensión auditiva y de expresión oral para comunicarse en ámbitos académicos profesionales. Se reconocerán los idiomas en el marco de la Ord. HCS 08/2014 y Resol HCD 326/2018.

TERCER AÑO

ANUAL

25- Narrativas audiovisuales

Introducción a las narrativas audiovisuales: Definición, tipos y estructura de las narrativas audiovisuales. Elementos narrativos: Personajes, diálogos, trama, conflictos, puntos de giro y giros argumentales. Narrativa visual: Planos, encuadres, movimientos de cámara, composición, iluminación, color y simbolismo visual. Estructuración interna del relato: el



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

tiempo y el espacio. Universo diegético y extradiegético. Focalización y punto de vista. Redacción de guiones en diferentes formatos y géneros. Las nuevas formas de la narrativa audiovisual para medios digitales. Las narrativas transmedia.

PRIMER CUATRIMESTRE

26- Narrativas transmediales

Social media. Diseño digital interactivo. Creaciones inmersivas (videojuegos, museos) y realidad virtual. Realidad aumentada. Disrupción colectiva: manifiestos, derivas, happenings y arte performático. Elementos de la composición del relato en narrativas transmedia. Transmedia storytelling, fanfiction, webdocs, webseries, movisodios. Proyectos narrativos transmedia, narrativas no lineales. El rol de los fans, prosumidores y translectores. Transmedia y crossmedia. Variantes narrativas de la Web 3.0 y posteriores. Articulaciones interplataformas. Característica del diseño centrado en el usuario (DCU), experiencia de usuario (UX) e interfaz de usuario (UI).

27- Metodologías cualitativas

Las características de la investigación cualitativa. Explicación y comprensión. El diseño en la investigación cualitativa: planteo del problema y su fundamentación. La relación entre la teoría, objetivos y metodología en ciencias sociales y de la comunicación. El proceso de construcción teórica y metodológica del dato en la investigación cualitativa. Técnicas: entrevista semiestructurada, en profundidad, grupos focales, historias de vida, observación participante y no participante, análisis de contenido, análisis de discurso, investigación documental. El muestreo: tipos de muestreo. Validez y confiabilidad.

28- Estado, políticas públicas y democratización

Transformaciones del Estado y la democracia. Sistema político y mecanismos públicos de



decisión. Concepciones del papel de los estados latinoamericanos en el desarrollo de políticas públicas. Tendencias y perspectivas en Argentina. Espacio público y diversificación de demandas. Políticas públicas y transformación social. Participación social y actores involucrados. Factores que favorecen u obstaculizan la interacción entre investigación y políticas públicas.

29- Estudios de audiencias y consumos culturales

Estudios cuantitativos y cualitativos de consumos culturales y de medios. Control y medición de audiencias. Rating televisivo y radial. Medición de consumos y tendencias en redes sociales. Caracterización y seguimiento de segmentos de consumidores. Estudios de consumos culturales, mediáticos, de marca, electorales, etc. Observatorios.

30- Comunicación pública de la ciencia

Organización de los sistemas de Ciencia, Tecnología e Innovación. Relaciones entre ciencia, tecnología y sociedad. Desarrollo histórico de la Comunicación pública de la ciencia y la tecnología como campo emergente de producción de conocimiento y de práctica profesional. Análisis de públicos, actores sociales y procesos de contextualización del discurso científico. Modelos de comunicación pública de la ciencia y la tecnología. Procesos de comunicación del conocimiento: del laboratorio y los equipos de investigación a la arena pública. Comunicación, innovación, transferencia. La ciencia y la tecnología en el contexto de la crisis socio-ambiental global y los desafíos de la emergencia climática.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

SEGUNDO CUATRIMESTRE

31- Epistemología de las ciencias de la comunicación

Introducción al conocimiento científico de las ciencias de la comunicación. Debates y dilemas en epistemología de las ciencias sociales. Perspectivas filosóficas sobre la construcción del saber social. Problemas de legitimación histórica y social del saber. Significación, justificación y validez del conocimiento en ciencias de la comunicación. De la legitimación del saber a la institución del poder. Nuevas teorías críticas de las ciencias sociales y sus inflexiones (epistemología feminista, decolonialismo, crítica al neocapitalismo, teoría del poder).

32- Metodologías cuantitativas

La producción en investigación social y la vigilancia epistemológica: ruptura y construcción del objeto. Diseño del estudio cuantitativo: tipos. Definición de problemas y objetivos. Construcción de instrumentos de medición. Encuestas, escalas, índices. Muestras, unidad de análisis, población. El procesamiento de los datos. La estructura de los datos: unidad de análisis, variable y valor. Análisis de audiencias y discursos políticos. Campañas e impacto de políticas públicas. Técnicas de recolección de datos. Elaboración y prueba de formularios. Diseño y prueba de encuestas.

33- Semiótica

Autores fundacionales: modelos binarios y modelos ternarios del signo. Ferdinand de Saussure: lengua y lingüística. Ch. S. Peirce: el signo ternario y la semiosis infinita. Autores contemporáneos. De la lengua al discurso. La semiosis social y el sistema productivo en tres instancias. Discurso, poder, ideologías. Hegemonías discursivas, componentes. Conceptos de la teoría de la enunciación. Algunas herramientas para el análisis del discurso mediático



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

y político.

34- Teorías de la comunicación II

El legado de los *cultural studies*. Los límites del marxismo para pensar la productividad específica de la cultura. Crítica a los modelos clásicos de la dominación simbólica: de la estructura al sujeto. La relación entre cultura y sociedad: la noción de materialismo cultural. Estudios de audiencia y recepción. El modelo codificar/decodificar y sus reformulaciones. La renovación de la agenda de los estudios culturales: raza, género, juventudes, colonialidad de los saberes.

CUARTO AÑO

PRIMER CUATRIMESTRE

35- Teorías de la comunicación III

Estudios en comunicación/cultura: la tradición latinoamericana. La constitución del campo en el plano nacional y local. Debates en torno a lo político y su relación con los procesos comunicativos: la comunicación alternativa como práctica transformadora y democratizadora. Nuevos objetos de estudio: ciudadanía, consumos, nuevas subjetividades, espacio urbano, tecnologías de la información y la comunicación en la vida cotidiana. Cuerpo, afectividades y tecnologías.

36- Semiótica de las interacciones digitales

Producción de sentido en las sociedades hipermediatizadas. Redes y procesos de significación social. Vínculos entre redes sociales mediáticas, medios masivos y tercer sistema. Semiótica de actores/enunciadores: construcción de colectivos y nuevas subjetividades. El nivel de la enunciación en las interacciones digitales: materia lingüística y otras materias significantes. Nuevos géneros discursivos Nuevas lógicas de construcción



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

del acontecimiento. Las redes y su incidencia en las agendas públicas.

37- Problemáticas contemporáneas de la comunicación

Problemas socioculturales actuales: poder, sociedades y culturas. De los estados y los partidos políticos a la biopolítica y el gobierno de las poblaciones. Diversidad y desigualdad. Territorios, exclusión y migraciones. Tecnologías, cuerpo y subjetividad. Trabajo y discurso del management. Dispositivos de formación de la subjetividad: los medios como tecnologías de gobierno y de control. Ciudadanías locales y regionales en el contexto global: problemáticas emergentes

38- Cultura popular y cultura masiva

Lo popular como objeto de estudio. El desarrollo de formaciones sociales capitalistas, la configuración de estados nacionales y el rostro urbano de las culturas populares. Masas, modernidad y ciudadanía en América Latina. Los sectores populares en la formación de los estados-nación. El lugar de los letrados y la traducción.

39- Comunicación política y opinión pública

El escenario público, el ejercicio del poder, los procesos de institucionalización y representación. La legitimación, la construcción de consenso y el lugar de la hegemonía. El rol de la hipermediatización en la conversación pública. Estudios de opinión pública y las tendencias sociales. Medición de percepciones sociales, valoración y seguimiento de imágenes. Comunicación estratégica y planificación de campañas. Marketing y discurso político.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

SEGUNDO CUATRIMESTRE

40- Comunicación, cultura y hegemonía

La hegemonía como proceso de construcción simbólica y material: la tradición gramsciana y sus apropiaciones latinoamericanas. Hegemonía del mercado y subjetividad neoliberal. Interpelación y constitución de los sujetos sociales: el lugar de las políticas de cultura y comunicación. Las disputas por la hegemonía y sus actores: Estado, formaciones intelectuales, medios de comunicación, industrias creativas, colectivos culturales. Autogestión cultural: del emprendedorismo y la precarización a las reconfiguraciones de lo común. Prácticas culturales de los movimientos sociales, organizaciones territoriales y socio-comunitarias: emergencia de nuevos sujetos y nuevos derechos.

41- Economía política de la comunicación

Aproximaciones a la economía política y la economía política de la comunicación. La relación cultura, comunicación, economía. Transformaciones en el trabajo y características del trabajo en las Industrias Culturales. Fordismo y pos- fordismo. El capitalismo cognitivo. Infraestructura y propiedad de los medios, globalización y distribución de la información. El problema de la concentración. La convergencia de medios y monopolios.

42- Comunicación, salud y ambiente

El rol de las organizaciones en la comunicación social de la ciencia, la salud y el ambiente. Estructura y funcionamiento de las instituciones tradicionales dentro del campo y de organizaciones y movimientos de la sociedad civil. Profesionalización e institucionalización de la gestión de la comunicación en las organizaciones en el ámbito de la ciencia, la salud y el ambiente. Nuevos actores sociales y escenarios de actuación. Herramientas y recursos de análisis de las prácticas institucionales de comunicación. Ejes y líneas de trabajo en la



elaboración de planes de comunicación y contenidos especializados. Estrategias de posicionamiento en los medios y de comunicación con los públicos.

43- Comunicación, género y diversidades

Genealogía de las categorías género y sexualidad. Fundamentos epistemológicos de la perspectiva de género. El género como categoría relacional y sistema sexo/género. La sexualidad como dispositivo y el régimen cisheteronormativo. Identidades de género y sexualidades disidentes. Aportes de las epistemologías feministas decoloniales y *queer*. Violencia epistémica y autoridad epistémica. Construcción de subjetividades y tecnologías de género. Géneros y sexualidades en las teorías de comunicación. Los estudios culturales y la perspectiva feminista. Cuerpo y experiencia en la crítica semiótica. El género en los análisis de audiencia.

44- Análisis del discurso

El Análisis del discurso y sus tendencias en Argentina. El enfoque sociosemiótico: fundamentos epistemológicos y teóricos. Paradigmas de análisis del discurso: semiosis ilimitada, disputas por el sentido, hegemonías discursivas. Discurso y condiciones de producción, de posibilidad. Discurso, subjetivaciones, poder e ideología. Herramientas metodológicas para el estudio de las discursividades sociales: análisis de la enunciación, componentes de la hegemonía discursiva, retórica y argumentación. Análisis de discursos sociales e hipermediáticos: las dimensiones narrativa, enunciativa y retórica.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

QUINTO AÑO

PRIMER CUATRIMESTRE

45- Idioma extranjero II

Comprende contenidos de idioma técnico (italiano, portugués, alemán o francés), para acceder a lecturas básicas de textos técnicos-científicos del campo de las comunicaciones y adquisición de habilidades de comprensión auditiva y de expresión oral para comunicarse en ámbitos académicos profesionales. Se reconocerán los idiomas en el marco de la Ord. HCS 08/2014 y Resol HCD 326/2018.

46- Deontología Profesional

Dimensión ética y derechos y obligaciones de los profesionales de la investigación en comunicación social. Integridad, rigurosidad y validez de los datos producidos. Construcción de confianza y credibilidad de las instituciones productoras de datos sistematizados con sus públicos (consultoras, institutos, sistema científico y actores, etc.). Responsabilidad social de la comunicación pública de la ciencia y el impacto en la sociedad. Los comités de ética para las ciencias de la comunicación en el ámbito de las ciencias sociales.

47- Taller de escritura científica

Procesos de definición, argumentación y formulación de un proyecto de investigación, consultoría o transferencia. Otros géneros discursivos científicos. Redacción y revisión de un artículo científico breve. Escritura y revisión crítica de publicaciones y *papers*. La explicación y la argumentación. La ponencia, el poster, el artículo científico y el abstract o resumen. Secciones del artículo científico. La orientación informativa y la argumentativa: los estructuradores informativos, los conectores, los reformuladores y los operadores



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

discursivos. Presentaciones multimediales y en diferentes plataformas y soportes.

48- Taller de Prácticas de investigación aplicada

Desarrollo y ejecución de proyectos y programas de investigación. Diseño y articulación de las etapas de un proceso. Factibilidad e implementación de investigaciones. El desarrollo del conocimiento en equipos de investigación y transferencia. Instancias institucionales para la investigación científica. Articulación con agendas de organismos científicos. Planes estratégicos provinciales y nacionales, objetivos de desarrollo sustentable (ODS).

1.7. Condiciones de ingreso, requisitos de cursado, permanencia y egreso

Condiciones de ingreso

Se requiere para la inscripción tener estudios secundarios finalizados. En el caso de estudiantes extranjeros, deben cumplimentar con los requisitos dispuestos por las OHCS 5/2023 o las que se encuentren vigentes.

Los mayores de 25 años que no hayan finalizado sus estudios secundarios excepcionalmente podrán ingresar a estudiar la carrera, siempre y cuando cumplan con los requisitos de la OHCS 6/2019 o la que se encuentre vigente.

Requisitos de cursado y permanencia

Para el cursado y permanencia en la carrera se debe cumplimentar con los requisitos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de la Universidad Nacional de Córdoba, de acuerdo al régimen de enseñanza Res. FCC 983/2017.

Las correlatividades serán establecidas en un acto administrativo específico y posterior a la



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

aprobación del plan.

El plan de la licenciatura permite la electividad de una asignatura donde los/as estudiantes puedan elegir cursar: materias o talleres de la oferta académica que se dictan en la FCC; o asignaturas de otras carreras de la Universidad Nacional de Córdoba o de otras universidades nacionales o extranjeras, previa autorización del comité académico de la carrera, lo que favorece que el/la estudiante tome decisiones en la formación de acuerdo a sus intereses y vocaciones. Esto implica una formación universitaria flexible y no escolarizante, y un sujeto con autonomía para crear recorridos creativos y complejos.

Requisitos de egreso

Para la obtención del título de grado de Licenciado/a en Ciencias de la Comunicación es requisito la aprobación de la totalidad de las asignaturas y espacios curriculares exigidos en este plan de estudios.

El estudiante deberá cumplir con los requisitos establecidos en la Ord.HCS 04/2016 y la reglamentación del Programa de Compromiso Social Estudiantil de la UNC.

1.8. Instancias de seguimiento del plan de estudio

El seguimiento del Plan de Estudios se realizará a través de una Comisión mixta de Evaluación y Seguimiento del Plan de Estudio de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, integrada por representantes (docentes, estudiantes avanzados, no docentes del área de enseñanza y egresados de la Carrera) propuestos por la Secretaría Académica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

2. Sistema de correlatividades y plan de implementación

2.1. Sistema de correlatividades

La estructura del plan de estudio de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación establece que las correlatividades serán establecidas en un acto administrativo específico y posterior a la aprobación del plan.

2.2. Plan de Implementación

El cursado de la nueva carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se empezará a implementar una vez que haya resolución aprobatoria del Ministerio de Capital Humano - Educación de la Nación.

3. Factibilidad Económica

La Facultad de Ciencias de la Comunicación cuenta con los recursos humanos y la infraestructura para garantizar el dictado de la nueva carrera propuesta. La Unidad Académica dispone de cargos docentes (inc. 1 de su presupuesto) para el dictado de las materias propuestas; asimismo, algunos cargos docentes provienen de la reconversión de asignaturas que dejan de dictarse, cuyos profesores migran a asignaturas nuevas que pertenecen a la misma área disciplinar.

En la actualidad existe una carrera de grado, la Licenciatura en Comunicación Social; tres carreras de pregrado: Tecnicatura universitaria en Periodismo Deportivo, Tecnicatura universitaria en Gestión de la Comunicación Turística, Profesorado universitario en Comunicación Social; y cinco carreras de posgrado: Doctorado en Comunicación Social, Maestría en Comunicación Institucional Digital, Maestría en Periodismo Digital,



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

Especialización en Lenguaje y Comunicación Digital y Especialización en Comunicación Pública de la Ciencia y Periodismo Científico.

La unidad académica cuenta con un cuerpo docente adecuado a la propuesta curricular de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación con amplia trayectoria en diferentes áreas teóricas, metodológicas y de producción para diferentes medios y lenguajes. Se trata de una planta docente actualizada, con formación de posgrado, con trayectorias profesionales consolidadas y con capacidades para la docencia, la transferencia y la extensión. La mayor parte de estos docentes realizan actividades de investigación y transferencia en los numerosos equipos y programas subsidiados por SECyT-UNC, en los proyectos institucionales (SECyT-UNC y FCC) dedicados a investigaciones y a la comunicación pública de la ciencia, y en los equipos, laboratorios y observatorios del Centro de Investigaciones de Periodismo y Comunicación de la Facultad (CIPeCo). En el Instituto de Investigación en Expresión, Comunicación y Tecnologías (IECET) de doble dependencia CONICET-UNC se desempeñan becarios e investigadores de carrera que constituyen recursos humanos idóneos en este campo. Por otro lado, la Facultad cuenta con una planta nodocente categorizada y experta en las tareas pertinentes, con gran capacidad para la asistencia técnica y administrativa en las áreas académicas, de investigación, de extensión, de posgrado, internacionalización, concursos y servicios bibliotecológicos. Asimismo, al contar con tecnicaturas a distancia y con personal e infraestructura tecnológica idónea, se garantizan también los procesos híbridos.

En relación al campo de la producción en medios y multimedios, cuenta tanto con los docentes de cátedras como con personal técnico especializado en gabinetes de producción y asistentes tecnológicos, docentes y nodocentes.

Equipamiento e infraestructura

La Facultad cuenta con las condiciones tecnológicas que garantizan el acceso a



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

computadoras, equipamientos de grabación y producción para radio, televisión, gráfica y multimedia, equipamientos para la producción y edición sonora, aulas tecnológicas y áreas para la producción multimedia. También la infraestructura garantiza el desarrollo de las actividades teóricas, prácticas y de producción, y de otras actividades propias de la vida académica, social y política universitaria.

En este sentido, cuenta con una importante cantidad de aulas, la mayoría de gran envergadura, aulas híbridas, auditorio, biblioteca, sala de profesores, cantina, espacio de Radio Revés, Gabinete de Radio, Aula Tecnológica Ardizzone, Área de Red Mate, CEPIC (143,05 m² en planta baja, 764.05 m² en primer piso, 222,73 m² en segundo piso). A esto se suma un edificio inaugurado recientemente que cuenta con tres pisos para aulas con capacidad para 600 estudiantes.

Por otro lado, existen instalaciones específicas para investigación, transferencia y posgrado donde funciona la Unidad Ejecutora doble dependencia UNC-CONICET, el Instituto de Comunicación Institucional (IECET) y el Centro de Investigaciones de Periodismo y Comunicación (CIPeCo). En estas instalaciones existe infraestructura tecnológica para diversas actividades académicas y espacios administrativos.

Así, la Facultad cuenta con un cuerpo docente capacitado para el dictado de las carreras propuestas e infraestructura disponible con instalaciones acordes para la realización de actividades áulicas y de formación.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria |
5000 Córdoba | Argentina

Tel. +543515353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar