

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Tecnicatura Universitaria en Investigación Comunicacional
DISEÑO CURRICULAR

1. Plan de estudio

1.1. Información general

Nombre de la Carrera: Tecnicatura Universitaria en Investigación Comunicacional

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, Av. Valparaíso s/n ciudad universitaria 5000 Córdoba.

Modalidad de la carrera: Presencial

Nivel de Formación: Pregrado

Título que otorga: Técnico/a Universitario en Investigación Comunicacional

Duración y carga horaria de la carrera: 2 (dos) años - 1410 horas reloj -
Equivalentes a 141 RTF



1.2. Alcances del Título

El título de Técnico/a Universitario en Investigación comunicacional posee validez nacional y tiene los siguientes alcances que habilitan al egresado para:

1. Colaborar en la gestión de proyectos de investigación sobre procesos, medios y prácticas de comunicación en sus dimensiones tecnológicas, políticas, mediáticas y socioculturales.
2. Participar en la producción, sistematización, procesamiento y comunicación de datos, a partir de metodologías cualitativas y cuantitativas en estudios sobre audiencias, públicos, consumos culturales, en comunicación política y/u opinión pública.
3. Desarrollar colaboraciones técnicas en proyectos y programas de investigación-acción para el abordaje y resolución de demandas territoriales y socio comunitarias.
4. Implementar acciones técnicas (relevamiento de fuentes, sistematización de datos, indagación documental, reproducción) para la comunicación de datos y resultados a través de géneros de comunicación pública de la ciencia, en soportes gráficos, audiovisuales y transmedia.

1.3. Antecedentes y fundamentación

Antecedentes

El principal antecedente académico para esta Tecnicatura es la Tecnicatura de la Licenciatura en Comunicación Social implementada a partir del Plan 93. En este caso, se propone una Tecnicatura de dos años que hace posible una titulación intermedia, habilitante de tareas de asistencia en el desarrollo de proyectos de



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

Tel. +54 351 5353680

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

consultorías o de comunicación pública de las ciencias. El desarrollo de investigaciones en el campo de las consultoras en comunicación sobre tendencias en la opinión pública, consumos de audiencias, tendencias en medios digitales, consumo de nuevas tecnologías, rol de los medios digitales en diferentes esferas sociales, etc., impactan en la consolidación de las funciones de investigación y desarrollo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Constituyen también antecedentes, en la medida en que se ofrecen como instancias de formación institucionalizadas, la existencia de numerosos equipos de investigación en SECyT, las experiencias de transferencia subsidiadas por Mincyt provincial o nacional, las pasantías en equipos, observatorios y laboratorios del Centro de Investigaciones en Periodismo y Comunicación de la FCC, la participación de estudiantes en programas desarrollados en el Instituto de Expresión, Comunicación y Tecnologías (unidad ejecutora de doble dependencia CONICET y FCC), y las experiencias en la Editorial de la FCC, con un área dedicada a la Comunicación Pública de la Ciencia. En estas instancias, diversas actividades asistidas por docentes e investigadores expertos en el campo de las ciencias de la comunicación consolidan las capacidades técnicas para colaborar en el desarrollo de proyectos de investigación. La alta valoración que los estudiantes han evidenciado tener de esta titulación intermedia es también un antecedente importante para esta propuesta.

Fundamentación

La consolidación y crecimiento de las investigaciones en comunicación, tanto en las instituciones académicas como en las consultoras, en los últimos años han



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

Tel. +54 351 5353680

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

generado nuevos roles profesionales y oportunidades de trabajo para los comunicadores sociales que justifican esta Tecnicatura. Estas consultoras asesoran a diferentes instituciones y actores acerca de tendencias en el campo de la comunicación política, y los consumos mediáticos y digitales, y de otras transformaciones sociales, a partir de la implementación de métodos cuantitativos y cualitativos. En este caso, los técnico/as en Investigación en Comunicación podrán asesorar en la recolección, registro, procesamiento y visualización de datos vinculados a estas investigaciones.

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 produciendo alteraciones sustanciales a nivel político, económico, social y cultural. En todos esos niveles es posible comprobar que actualmente los medios de comunicación y las tecnologías de la información no se limitan a desempeñar una función de transporte de mensajes, sino que cumplen una función estructurante de diferentes esferas e instituciones sociales (políticas, educativas, deportivas, etc.). Estos desafíos actuales requieren la generación de conocimiento empírico en base a datos a través de la investigación cualitativa y cuantitativa, así como también la planificación, producción y análisis de datos que resulten relevantes para el abordaje de fenómenos y problemáticas sociales, políticas, culturales.

En este marco, esta propuesta de la Tecnicatura plan de estudio se fundamenta en la posibilidad de formar un Técnico/a que pueda colaborar tanto en el desarrollo de investigaciones en consultoras, organismos académicos y científicos, como en el proceso de Comunicación pública de la ciencia.



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

Tel. +54 351 5353680

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

La creación de una Unidad Ejecutora de doble dependencia entre la UNC y Conicet específica en el estudio de la Comunicación (IECET: Instituto de Expresión, Comunicación y Tecnologías), y del Centro de Investigaciones en Periodismo y Comunicación (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 de este perfil propio de la Tecnicatura.

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 Técnico/a capaz de colaborar en investigaciones tanto teóricas como empíricas, cualitativas (grupos focales, etnografías, etc.) como cuantitativas, en el campo de la comunicación social, a fin de contribuir a la generación de conocimiento científico actualizado y de validez.

1.4.2. Perfil del egresado/a

El/la egresado/a de la Tecnicatura universitaria en Investigación comunicacional adquiere competencias para colaborar con tareas técnicas en el proceso de producción de conocimientos sistemáticos sobre diferentes procesos de comunicación tanto en consultorías como en organismos de investigación, y en la producción de textos vinculados a la Comunicación pública de la ciencia.



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

Tel. +54 351 5353680

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

1.4.3. Objetivos de desarrollo sostenible (ODS)

Esta Tecnicatura garantiza el acceso a una educación de calidad, inclusiva y equitativa, y la promoción de oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para las personas, de acuerdo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Forma técnicos/as capaces de promover a través de la comunicación la reflexión, concientización y sensibilización sobre las problemáticas relativas al desarrollo sostenible, al bienestar de todas las personas y la igualdad de géneros de mujeres y niñas, la discriminación, el cambio climático, el acceso a la salud, el empleo, la educación y la justicia.



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

Tel. +54 351 5353680

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

1.5. Organización del plan de estudio

a. Estructura curricular del plan de estudio

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (UNC)

Tecnicatura Universitaria en Investigación comunicacional

Modalidad Presencial

N°			CICLO INTRODUCTORIO	Carga Horaria Total
1	Previo al Primer cuatrimestre		Taller de Lectura y Escritura académica	30
2	Previo al Primer cuatrimestre		Introducción a las carreras de comunicación	30
N°	AÑO	CUATRIMESTRE	ESPACIO CURRICULAR	Carga Horaria Total
3	1º 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		1 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



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

Tel. +54 351 5353680

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

11		2	Introducción a los estudios de comunicación	60
12		2	Movimientos culturales, arte y comunicación I	60
13		Anual	Taller de proyectos de investigación y transferencia	120
14	2° AÑO	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
24		2	Idioma extranjero I	60
Carga horaria total de la carrera				1410 hs reloj



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

Tel. +54 351 5353680

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

b. Descripción de la estructura curricular adoptada

Fundamentos y descripción de la estructura curricular

La Tecnicatura universitaria en Investigación comunicacional tiene una duración de 2 años; y cuenta con una carga horaria total de 1410 hs horas reloj que equivale a 141 RTF.

La trayectoria formativa articula los campos formativos distribuidos en un 62.5% de materias de formación específica y profesionalizante, y un 37.5% de asignaturas de formación general y complementaria.

Esta carrera se organiza en un Ciclo de ingreso, que cuenta con dos materias niveladoras e introductorias al campo profesional. A continuación, se presenta un año con fundamentos generales, tanto teóricos como profesionales. Finalmente, un tramo de dos cuatrimestres en el cual se concentran las materias para el desarrollo de competencias vinculadas al asesoramiento técnico en el campo de la investigación en comunicación, en los estudios de consultoría y en producciones vinculadas a la Comunicación pública de la ciencia.

En este sentido, los 4 cuatrimestres en conjunto se orientan a una formación general tanto profesionalizante, a partir de espacios curriculares vinculados al manejo de metodologías cuantitativas y cualitativas, como al reconocimiento de lenguajes para la comunicación de la ciencia. La tecnicatura en Investigación en comunicación cuenta así con 4 cuatrimestres en total a partir de los cuales los estudiantes egresan con competencias técnico-profesionales. El Técnico/a egresa con la aprobación de las materias que integran estos ciclos.

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*.

Finalmente, al aprobar el 50% del Plan de estudios y los módulos de Idioma, de la carrera de grado, se otorgará el Título de Bachiller Universitario en Ciencias Sociales, según lo reglamentado por las Ordenanzas HCS N° 08/2001 y N° 06/2000 de la Universidad Nacional de Córdoba. Se trata de un Título intermedio con validez oficial, reconocido por el Ministerio de Educación de la Nación, que señala el cumplimiento de un ciclo formativo en ciencias sociales.



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

Tel. +54 351 5353680

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 del estudiante 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. 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 IA.

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.



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

Tel. +54 351 5353680

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

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.

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 “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 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 Minner, 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



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

Tel. +54 351 5353680

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

Aplicación de saberes y habilidades en proyectos desarrollados por consultoras vinculadas a tendencias comunicacionales, sociales, y de opinión pública (pública, privada). 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.).

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.



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

Tel. +54 351 5353680

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

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.

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 estructurados. 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 N° 08/2014 y Resol HCD N° 326/2018.



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 expuestos en las Res. HCS 1731/18 y Ord. HCS N° 16/2008 y Ord. HCS 6/2019, 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 Ord. HCS 6/2019 o la que se encuentre vigente.

Requisitos de cursado y permanencia

Para el cursado y permanencia en la tecnicatura se deben 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.

La estructura del Plan de estudio de la Tecnicatura Universitaria en Investigación Comunicacional permite el cursado y la aprobación de sus asignaturas y con relación a las correlatividades, serán establecidas en un acto administrativo específico y posterior a la aprobación del Plan.

Requisitos de Egreso



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

Tel. +54 351 5353680

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

Los estudiantes obtienen el título de **Técnico/a universitario/a en investigación comunicacional** con la aprobación de las materias que integran el ciclo introductorio, y los espacios curriculares correspondientes a primer año y segundo año, exigidos en este plan de estudios y acreditar un mínimo de 141 RTF.

El estudiante deberá cumplir con los requisitos establecidos en la Ordenanza 04-HCS-2016 y su 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 Tecnicatura universitaria en investigación comunicacional, integrada por representantes (docentes, estudiantes avanzados, no docentes del área de enseñanza y egresados de la Carrera) propuestos por la secretaría de asuntos académicos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba.

2. Sistema de correlatividades y plan de transición

2.1. Sistema de correlatividades

La estructura del Plan de estudio de la Tecnicatura Universitaria en Investigación Comunicacional permite el cursado y la aprobación de sus asignaturas en forma estructurada y progresiva, y en relación a las correlatividades, serán establecidas en un acto administrativo específico y posterior a la aprobación del Plan.



2.2. Plan de transición

a. Fecha en que se comenzará a implementar el nuevo plan

Desde el momento que resulte validado el título de la carrera y reconocido oficialmente por el Ministerio de Educación de la Nación, se dará comienzo a la implementación de manera escalonada, con el dictado del primer año del Plan de Estudio, anexando el dictado gradual de los años sucesivos en cada ciclo lectivo, hasta completar los años de duración total de la carrera.

b. Fecha de caducidad del plan anterior

En la Licenciatura en Comunicación social (Plan 93) se prevé un cese progresivo del dictado y toma de exámenes de las asignaturas que componen ese Plan de estudio. A medida que se comience a dictar la nueva carrera cesará el dictado gradual del plan de la Licenciatura en Comunicación social (93).

Los estudiantes que soliciten el cambio de carrera, podrán aprobar las equivalencias que se establecen en el punto c) Grilla de reconocimiento de actividades curriculares entre ambos planes.

c. Criterios, mecanismos y plazos establecidos para el cambio de plan



Tabla de Reconocimiento de Trayectos Formativos entre la Tecnicatura Universitaria en investigación comunicacional y la Licenciatura en Comunicación Social (Plan 93)

Tecnicatura Universitaria en Investigación comunicacional	Lic. en Comunicación Social
Taller de Lectura y Escritura académica	Técnicas de estudio y comprensión de textos
Introducción a las carreras de comunicación	Introducción a la carrera de comunicación social
Prácticas de lenguaje	Lenguaje I y producción gráfica
Taller de Cultura digital	Seminario Nuevas tecnologías
Investigación en Comunicación	Taller: metodología de la investigación aplicada
Historia social contemporánea	Historia Social Contemporánea
Taller de Innovación y Creatividad en comunicación	-----
Narrativas Mediáticas	-----
Periodismo y contenidos digitales	Redacción periodística I
Comunicación en las organizaciones	Comunicación Institucional
Introducción a los estudios de comunicación	Introducción a la Comunicación Social
Movimientos culturales, arte y comunicación I	Movimientos Estéticos y Cultura Argentina
Taller de análisis y procesamiento de datos cuantitativos	
Taller de análisis y procesamiento de datos cualitativos	-----
Teorías de la comunicación I	Teorías de la comunicación I
Historia argentina contemporánea	Historia argentina contemporánea
Estudios del lenguaje	Lingüística
Comunicación y Antropología	Antropología socio cultural



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

Tel. +54 351 5353680

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

Sociología de la comunicación	Sociología I
Idioma extranjero I	Inglés
Marketing digital y social media	Publicidad y propaganda
Documentación y sistematización de datos digitales	Documentación periodística
Taller de prácticas de consultoría en comunicación	-----

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 5 carreras de posgrado: Doctorado en comunicación social; Maestría en Comunicación institucional digital, Maestría en periodismo digital, Especialización en Lenguaje y comunicación digital y Especialización en Comunicación pública de la ciencia y periodismo científico.



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

Tel. +54 351 5353680

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

La unidad académica cuenta con un cuerpo docente adecuado a la propuesta curricular de la licenciatura en comunicación institucional, con amplias trayectorias en diferentes áreas teóricas, metodológicas y de producción para diferentes medios y lenguajes. Se trata de una planta docente actualizada, con formación de postgrado, 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, por otro lado, 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 actualizada, 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 postgrado, 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.



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

Tel. +54 351 5353680

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

Equipamiento e infraestructura

La Facultad cuenta con las condiciones tecnológicas que garantizan el acceso a computadoras, equipamientos de grabación y producción para radio, televisión, gráfica y multimedia, equipamientos para la producción y edición sonora, aulas tecnológicas y áreas para para la producción multimedia. También la infraestructura garantiza el desarrollo de las actividades teóricas, prácticas y de producción, y 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 postgrado en el edificio de calle Rondeau 467, primer piso, en el que 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. +54 351 5353680

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



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

Tel. +54 351 5353680

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



Universidad Nacional de Córdoba
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

**Hoja Adicional de Firmas
Informe Gráfico**

Número:

Referencia: Tec en Investigación en Comunicación

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 27 pagina/s.