

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Licenciatura en Periodismo y contenidos multimediales

DISEÑO CURRICULAR

1. Plan de estudio

1.1. Información general

Nombre de la Carrera: Licenciatura en Periodismo y contenidos multimediales

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: Grado

Título que otorga: Licenciado/a en Periodismo y contenidos multimediales

Duración y carga horaria de la carrera: 4 (cuatro) años y medio - 2880 horas reloj equivalentes a 288 RTF



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

1.2. Alcances del Título

El título de la Licenciatura en Periodismo y contenidos multimediales posee validez nacional y tiene los siguientes alcances que habilitan al egresado para:

1. Diseñar, producir, dirigir y evaluar contenidos periodísticos e informativos según las características de los diversos soportes, lenguajes, formatos y narrativas en el contexto digital, para contribuir a la transformación de problemáticas socioculturales desde una perspectiva crítica, interdisciplinaria y de género.
2. Aplicar saberes y habilidades comunicativas para la producción de contenidos en medios masivos, plataformas, aplicaciones, industrias creativas y del entretenimiento, a partir de la comprensión de los aspectos socio-técnicos.
3. Gestionar proyectos periodísticos y/o comunicacionales creativos, innovadores y sustentables en diferentes ámbitos y alcances (cultura y artes, educación, participación ciudadana, ciencia, salud, publicidad, política, entre otros).
4. Crear contenidos periodísticos para medios tradicionales y para distintas plataformas multimedia a partir de investigaciones sobre la realidad social, económica y cultural.
5. Dirigir medios de comunicación y equipos de producción periodística desde una perspectiva ética y democrática.



6. Diseñar políticas y grillas de programación de contenidos a partir de relevar y analizar las prácticas, demandas y consumos de las audiencias.
7. Gestionar e implementar proyectos periodísticos en la industria de medios y producciones comunicacionales con incidencia social en medios comunitarios y populares desde una concepción de la comunicación y la información como un derecho humano.
8. Generar contenidos para las industrias creativas y del entretenimiento, a partir de producciones de dimensión cultural, artística o lúdica.

1.3. Antecedentes y fundamentación

Antecedentes

Las trayectorias de la Licenciatura en Comunicación Social del Plan 93 en sus orientaciones de Comunicación radiofónica, Comunicación audiovisual y Comunicación Gráfica constituyen la base para la propuesta de creación de la Licenciatura en Periodismo y contenidos multimediales.

Esta nueva carrera articula con una oferta educativa de pregrado, grado y posgrado que incluye la Especialización en Lenguaje y comunicación digital, la Especialización en Comunicación pública de la ciencia y periodismo científico, la Maestría en Periodismo digital y el Doctorado en Comunicación Social. Es así como surge la especificidad de la oferta educativa de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, generada a partir de los cambios sociales y



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

tecnológicos que han producido transformaciones en el campo del periodismo y en el diseño, producción y consumo de contenidos comunicacionales.

Estos cambios implican no sólo procesos de sinergia de los diferentes medios masivos de comunicación clásicos que exigen competencias en múltiples lenguajes, sino también el reconocimiento de una creciente digitalización de la cultura y los vínculos sociales e institucionales. Este proceso ha generado nuevos roles laborales, que requieren de competencias novedosas y de una actualización de los perfiles periodísticos existentes.

A su vez, el plan de estudios involucró a actores diversos, tuvo un alcance colectivo y se inició en la Escuela de Ciencias de la Información, para culminar en la actual Facultad de Ciencias de la Comunicación, a través de numerosas instancias de consulta y participación de los diferentes claustros. La creación de la Facultad consolida el espacio para la formación académica y profesional de Comunicadores sociales y periodistas, en sus diferentes roles y exige una actualización a fin de responder a nuevas demandas del campo comunicacional, y a la necesidad de generar producciones adecuadas a demandas que van más allá de las instituciones periodísticas, como las industrias creativas.

En los últimos años, hay también antecedentes institucionales importantes para la creación de esta carrera: la creciente cantidad de alumnos que realizan prácticas pre profesionales en distintos medios de comunicación, el crecimiento de áreas institucionales vinculadas al quehacer periodístico y la producción digital en la Facultad, como el CePIC (Centro de producción e innovación en Comunicación); las experiencias de producción y generación de contenidos en el *Qué. Portal de contenidos*, Radio Revés, y la Secretaria de producción y transmedia de la Facultad de Ciencias de la 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

Fundamentación

La comunidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación ha realizado numerosas acciones para abordar la problemática de la formación de comunicadores y periodistas, habida cuenta de la centralidad de la comunicación social en la organización de la sociedad y los cambios generados por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Estas transformaciones implican una convergencia entre los medios clásicos, que ven profundamente transformadas sus rutinas de producción y sus lenguajes, en el contexto de una sociedad atravesada por una digitalización creciente de la información, la cultura y el entretenimiento. Las transformaciones que se observan desde hace 20 años se han instituido e impactan de tal manera en la configuración de nuevas prácticas comunicacionales que deben ser asumidas en los procesos de formación universitarios. Este diagnóstico dio origen a la propuesta de generar una nueva oferta de grado que forme profesionales de la comunicación con especificidad en la producción de contenidos periodísticos y no periodísticos para la cultura, la ciencia, las artes, la política, la educación, entre otros ámbitos.

En particular, la comunidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación puso énfasis en el periodismo en tanto institución fundamental de la democracia y su necesaria adaptación al escenario de convergencia, globalización, regulación y nuevos comportamientos de las audiencias. La formación periodística exige en la actualidad un conjunto de saberes referidos a la complejidad de múltiples lenguajes en procesos de sinergia, los complejos efectos de los medios, su capacidad para la consolidación de



agendas democráticas e igualitarias, el reconocimiento y seguimiento de los públicos cada vez más fragmentados y las diferentes áreas de especialización de la información pública.

En la actualidad, el mercado capitalista en transformación y las ecologías comunicacionales cuestionan la formación y la práctica profesional periodística y obligan a la generación de propuestas que asuman las nuevas prioridades y desafíos que nos presenta una realidad dinámica y cambiante. En este sentido, el periodismo y la producción de contenidos para la cultura, en tanto campos disciplinares y profesionales, demandan competencias para crear, diseñar, producir y poner en circulación una producción comunicacional acorde a nuevos paradigmas.

La nueva propuesta curricular tiene en cuenta estas dimensiones del mundo laboral periodístico, los vínculos externos a la universidad, las normativas respecto a los regímenes y reglamentaciones en torno al currículum desde la puesta en valor de la función social de las y los periodistas y productores de contenido, su responsabilidad en tanto trabajadores y profesionales con capacidad de incidir en la construcción y en la transformación social. Esta formación debe fomentar en los profesionales periodistas y productores de contenidos multimediales la comprensión e intervención en una realidad compleja.

En relación con este planteo, se destaca la tarea del docente para acompañar y promocionar la formación de los estudiantes de manera integral desde una perspectiva crítica y extensionista. Asimismo, la comunidad de la FCC reconoce la importancia de profundizar en el espesor cultural de las transformaciones sin desdeñar la actualización en cuanto a las habilidades



requeridas para la producción de múltiples contenidos periodísticos y no periodísticos que recuperen la mirada local, nacional y latinoamericana sin dejar de lado la mirada global.

En la segunda década del siglo XXI, la digitalización del mundo es un fenómeno a escala planetaria. La información ya no circula como antes en unidades precisas y controladas, no se presenta en las formas tradicionales (cables, diarios impresos, noticieros de radio) sino que, convertida en algo inmaterial, adopta formas fluidas que circulan en Internet, las redes sociales, la web 2.0, las plataformas. El declive de los medios de comunicación tradicionales, el auge del capitalismo de plataformas, la saturación informativa, las noticias falsas, los discursos de odio, exponen la urgencia de formar profesionales que produzcan mensajes para consolidar la democracia. Profesionales que puedan reflexionar sobre la digitalidad como un conjunto de prácticas discursivas con normas y convenciones propias, algunas fáciles de reconocer, otras más complejas y sutiles por lo que se requieren conocimientos y técnicas complejas para desarrollar producciones comunicacionales.

Ante este escenario, la propuesta de la nueva carrera reconoce un campo comunicacional y cultural marcado por las convergencias mediáticas y las narrativas transmedia, superando la división entre lenguajes de los medios. El entorno digital propicia una nueva alfabetización - digital y multimedial - que está definiendo nuevas realidades, aportando modificaciones fundamentales en el horizonte social, cultural y político general.

Entonces, dado que la comunicación constituye una dimensión estratégica en nuestra sociedad, la currícula destaca la importancia que tiene la



formación de profesionales del periodismo y la gestión de contenidos comunicacionales multimedia con sólidos conocimientos técnicos y específicos sobre el funcionamiento del ecosistema de las plataformas y los medios, formados con mirada crítica, capacidad de comprender los procesos de transformación de la comunicación y la cultura, el apego a la verdad y el compromiso con una sociedad democrática.

1.4. Objetivos de la carrera y perfil del egresado

1.4.1. Objetivos de la carrera

Esta Licenciatura proporciona los conocimientos teóricos y técnicos requeridos para la práctica profesional del periodismo y la producción de contenidos multimediales desde una perspectiva crítica, emancipadora, creativa e innovadora.

Pretende estimular el conocimiento y la aplicación de los diversos abordajes metodológicos, y procedimentales, ofreciendo las herramientas conceptuales y tecnológicas para la producción de contenidos periodísticos y comunicacionales que amplíen el horizonte de la profesión hacia áreas de vacancia y aseguren la actualización permanente.

En este sentido, se orienta a formar profesionales competentes y capacitados para producir contenidos que promuevan los debates orientados a la transformación de problemáticas socioculturales, promoviendo una comprensión de los aspectos históricos, sociales, culturales y éticos que implica el ejercicio profesional del periodismo y la producción de contenidos a nivel local, nacional, regional e internacional.



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

En síntesis, se trata de formar periodistas y comunicadores a partir de una concepción de la comunicación como derecho humano, los valores democráticos y la cultura de la convivencia, favoreciendo el desarrollo de las potencialidades del estudiante a partir de procesos cognitivos, procedimentales y ético-actitudinales.

1.4.2. Perfil del egresado/a

El/la egresado/a de la Licenciatura en Periodismo y Contenidos multimediales obtiene conocimientos y capacidades técnicas y creativas para coordinar equipos y medios de comunicación, diseñar políticas y grillas de programación de contenidos a partir del estudio de audiencias; producir y gestionar contenidos comunicacionales de calidad (periodísticos y no periodísticos) para las industrias culturales, los medios tradicionales y las plataformas multimedia, en distintos lenguajes y soportes que promuevan el debate público sobre las problemáticas sociales y contribuyan a la promoción de los derechos humanos y el afianzamiento de los valores democráticos y las ciudadanías ampliadas.

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

La Facultad de Ciencias de la Comunicación, en el marco de su pertenencia a la universidad pública, 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.

En la especificidad del campo del periodismo y la comunicación social, tiene un papel protagónico ineludible para afrontar el desafío de aportar producciones y



consolidar agendas que contribuyan a la reflexión, concientización y sensibilización sobre las problemáticas relativas al desarrollo sostenible, al bienestar de todas las personas y la igualdad de género de mujeres y niñas, la discriminación, el cambio climático, el acceso a la salud, el empleo, la educación y la justicia, entre otros aspectos económicos, sociales y políticos que propone la Agenda del Desarrollo 2030.



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)

Licenciatura en Periodismo y contenidos multimediales

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	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		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	2° AÑO	Anual	Narrativas audiovisuales	120
14		1	Taller de Edición audiovisual	60
15		1	Conducción y locución I	60
16		1	Teorías de la comunicación I	60
17		1	Historia argentina contemporánea	60
18		1	Taller de Diseño gráfico y composición visual	60
19		2	Gestión de contenidos digitales y big data	60
20		2	Taller de Edición y montaje sonoro	60
21		2	Formatos sonoros contemporáneos	60
22		2	Narrativas transmediales	60
23		2	Comunicación, género y diversidades	60
24		2	Idioma Extranjero I	60
25	3° AÑO	Anual	Narrativas sonoras	120
26		1	Comunicación y antropología	60
27		1	Conducción y locución II	60
28		1	Comunicación política y opinión pública	60
29		1	Movimientos culturales, arte y comunicación II	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

30		1	Taller de Producción para las industrias creativas	60
31		2	Documental contemporáneo	60
32		2	Semiótica	60
33		2	Sociología de la comunicación	60
34		2	Políticas de programación y convergencia de medios	60
35		Anual	Narrativas gráficas	120
36		1	Investigación y métodos para la producción	60
37		1	Comunicación, salud y ambiente	60
38		1	Derecho de la información y la comunicación	60
39		1	Periodismo de autor	60
40	4° AÑO	2	Fotoperiodismo	60
41		2	Periodismo de investigación	60
42		2	Economía política de la comunicación	60
43		2	Taller de Producción y realización audiovisual	60
44		2	Semiótica de las interacciones digitales	60
45	5° AÑO	1	Estudios de audiencias y consumos culturales	60
46		1	Bimestral Idioma extranjero II	30
47			Taller o Materia Electiva 1*	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

Carga horaria total de la carrera		2880 horas reloj
--	--	-------------------------

* Los alumnos deberán elegir entre un taller o materia de 60 hs, entre las asignaturas de la oferta académica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de otras carreras de la UNC, de otras universidades nacionales o extranjeras, con las que la Facultad tenga convenio, previa autorización del comité académico de la carrera a la que pertenece. Este espacio curricular también aplica a talleres o materias optativas dictadas en la licenciatura en Periodismo y contenidos multimediales, cuyos contenidos pueden variar anualmente, por ejemplo, sobre áreas de la producción periodística especializada, de acuerdo a temáticas convencionales o de agenda: Periodismo Cultural, Deportivo, Judicial, Científico, Político, de Relaciones Internacionales, entre otros.

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.



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 Licenciatura en Periodismo y contenidos multimediales adopta una estructura curricular por ciclos. Tiene una duración de 4 años y medio en los que los estudiantes realizan el cursado de los espacios curriculares y las actividades previstas en el Plan de estudios. El diseño curricular de la carrera posee una carga horaria de **2880** horas reloj que equivale a **288 RTF**.

La trayectoria formativa de la Licenciatura en Periodismo y contenidos multimediales articula los campos formativos distribuidos en un 46% de asignaturas de formación específica, 22% de práctica profesionalizante para garantizar la articulación teoría-práctica, 22% de formación de fundamento y 10% de formación general.

El Plan de estudio se estructura en espacios curriculares obligatorios desarrollados en 3 ciclos: un *ciclo introductorio* nivelador, previo al cursado del primer cuatrimestre; un *ciclo básico* de 1 año de duración, integrador, nivelador de las competencias, común con las otras dos licenciaturas que dicta la Facultad de Comunicación: licenciatura en Ciencias de la comunicación y licenciatura en Comunicación institucional. Y un trayecto de tres años y medio constituido por las materias que garantizan la formación profesional específica.

A partir del segundo año, comienza el *tercer ciclo profesional*, donde los espacios curriculares y sus contenidos mínimos se vinculan a las áreas de formación requeridas para garantizar las competencias que tendrán los egresados para desempeñarse como periodistas y gestores de contenidos multimediales. Las materias están asociadas por diferentes ejes. En primer



lugar, un conjunto de espacios curriculares orientados a la formación general y los fundamentos de la disciplina y sus campos profesionales, profundizando en la vinculación de la Comunicación respecto a las ciencias sociales y humanas como base de la producción.

En segundo lugar, espacios vinculados a la producción específica y a las prácticas profesionales, que consolidan la competencia para diseñar, producir, dirigir y evaluar contenidos periodísticos y comunicacionales según los diversos soportes, lenguajes, formatos y narrativas en los medios de comunicación y los entornos digitales.

En tercer lugar, existen un conjunto de materias orientadas a la formación específica para la aplicación de saberes y habilidades comunicativas en múltiples medios, plataformas y aplicaciones desde la comprensión de los aspectos socio-técnicos, para el espacio público, los medios masivos y digitales, y las industrias creativas y del entretenimiento.

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 1 (una) asignatura *electiva (materias o talleres)* de 60 horas donde los/as estudiantes puedan 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 con las que la Facultad tenga convenio, 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, así como favorece la interdisciplina en la formación integral del egresado, incluyendo la posibilidad de acreditar las experiencias de intercambio estudiantil e internacionalización en la malla curricular. Así, la estrategia de internacionalización en el plan de estudio incorpora la dimensión internacional, intercultural y global en la formación del estudiante.

Finalmente, al aprobar el 50% del Plan de estudios y los módulos de Idioma, 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 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.



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

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 - 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 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

14 - Taller de Edición audiovisual

Principios básicos de la edición. Edición de imagen y sonido en la línea del tiempo. Color y diseño de títulos. Manipulación digital de la imagen. Opciones de exportación y conversión. Usos específicos de herramientas de edición. Capacitación en manejo de software de edición audiovisual.

15 - Conducción y locución I

Conducción y locución audiovisual. Elementos del lenguaje y la comunicación ante cámara. El espacio y el movimiento en el encuadre. La gestualidad corporal de acuerdo a los planos. El uso de la voz: respiración, colocación, proyección. Expresividad. La actitud para comunicar: cambios de clima, de plano y movimiento. La expresión verbal, claridad sonora, tono, timbre, ritmo adecuado. Interpretación. Conducción periodística en diferentes géneros y formatos audiovisuales.

16- Teorías de la Comunicación I

Teorías sobre los medios masivos de comunicación. Paradigma funcionalista: la teoría hipodérmica y el modelo de Lasswell. El estudio de los efectos a largo plazo: gatekeeping y newsmaking. Teorías del periodismo: distorsión, agendas, noticiabilidad, rutinas productivas, valores/noticias. Paradigma crítico:



comunicación y cultura. Escuela de Frankfurt. La industria cultural y la cultura unidimensional. La concepción de los efectos de los medios masivos de comunicación.

17 - 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.

18- Taller de Diseño gráfico y composición visual

Componentes del lenguaje visual y el diseño gráfico: ilustración, tipografía, color, diagramación, logotipos, composiciones fotográficas. Fundamentos y principios de la composición visual. Distribución de la información y composición de una pieza. Introducción a las imágenes vectoriales. Técnicas y herramientas digitales de composición para diseño gráfico. Manejo de software especializado.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

19- Gestión de contenidos digitales y big data

Tipo de fuentes de datos e información digital. Necesidades informativas en diferentes modalidades de periodismo y producción de contenidos en red. Proceso de búsqueda, recuperación y evaluación de información en bases de



datos, plataformas y repositorios digitales. Análisis documental formal y software de gestión de referencias y documentación y de gestión del conocimiento.

20- Taller de Edición y montaje sonoro

Principios generales de la edición sonora. Manejo de consola de grabación y producción radial. Adobe audition, audacity para la edición de audio. Edición sonora para redes sociales. Nuevos soportes: radio online, podcast, streaming.

21- Formatos sonoros contemporáneos

Audio digital: características y tendencias. Nuevos soportes, plataformas y aplicaciones de audio. Nuevos formatos. Hibridaciones. Procesos de producción. Audiencia y comunidad. Modalidades de consumo de audio. Experiencias comunicacionales mediatizadas por el sonido. Variables de contenido y estéticas. Producción de entretenimiento, dramática y educativa. El lenguaje sonoro en el espacio público y cultural.

22 - Narrativas transmediales

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



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

23 - Comunicación, género y diversidades

Dimensión epistemológica, política y ética del género. Estudios de género y feminismos en clave sociohistórica. El carácter androcéntrico de los medios y las plataformas. Perspectiva de género en la esfera mediatizada y enfoque de derechos humanos. Leyes y políticas públicas sobre comunicación, género y sexualidades. Violencia de género, simbólica y mediática: representaciones, estigmas y estereotipos. Abordaje periodístico no sexista: uso inclusivo del lenguaje, nuevas agendas y diversidad de fuentes. Indicadores de género para medios y monitoreo.

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 adquirir 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.

TERCER AÑO

ANUAL

25 - Narrativas sonoras

La comunicación de audio: naturaleza, narrativas y canales. Sonido. Lenguaje sonoro y sus sistemas expresivos. Oralidad. Escritura para el oído. El proceso creativo. Idea, guion, realización, edición, postproducción de piezas sonoras. Producción de programas. Géneros y formatos. Soportes del lenguaje audio en



aire y en línea: podcast, radio, streaming. Estrategias narrativas. Ámbitos y tendencias de la práctica comunicativa sonora. Comunicación audio alternativa. La producción y realización de programas periodísticos en radio.

PRIMER CUATRIMESTRE

26 – Comunicación y antropología

Vinculaciones disciplinarias entre la comunicación y la antropología. Perspectivas y debates sobre la cultura. La cultura como estructura simbólica y diferencia radical. Aportes de la etnografía a la comunicación social y a la investigación periodística. La observación participante. La entrevista antropológica. Globalización, comunicación y otras problemáticas contemporáneas: género, pobreza, política indigenista, minorías y diversidades.

27 – Conducción y locución II

Conducción y locución radiofónica. Cuerpo y voz. Características de la lengua hablada. Lectura expresiva. Locución, expresión y conducción. La voz en los diversos formatos: conducción en vivo, podcast, magazine o radiorevista, radio online, streaming. Performance vocal sonora. Producción creativa y expresiva. Producción creativa y expresiva. Agendas alternativas: la voz como reclamo. Amplificar las voces.

28 – 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 tendencias sociales. Medición de percepciones sociales,



valoración y seguimiento de imágenes. Comunicación estratégica y planificación de campañas. Marketing y discurso político.

29- Movimientos culturales, arte y comunicación II

Movimientos artísticos entre los siglos XIX, XX y XXI en Argentina. Opciones estéticas, lenguajes artísticos y construcción de identidades. Identidades/alteridades. La configuración de subjetividades. Tensiones en torno a los procesos de legitimación. Desplazamientos entre lo popular y lo masivo.

30- Taller de producción para las industrias creativas

Ecosistemas de las industrias creativas en Argentina. Estrategias de contenidos para un proyecto audiovisual, sonoro y transmedial. Definición de públicos y objetivos digitales, de redes y cómo aplicarlos al contenido. Metodologías para la elaboración de proyectos para las industrias creativas. Diseño de productos en diversos formatos.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

31- Documental contemporáneo

Características del documental canónico y contemporáneo. El problema de la representación audiovisual de lo real. Formas, modalidades y estéticas del documental. Vinculaciones del lenguaje documental con otros lenguajes mediales y neome diales. Subjetividad y nuevos lenguajes documentales. Documental interactivo y transmedial. Producción y realización de documental audiovisual.

32 - Semiótica



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

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 y político.

33 - 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.

34- Políticas de programación y convergencia de medios

Concepciones de la programación. Planificación. Recursos humanos, económicos, materiales y técnicos. Sistematización y organización de los contenidos: coherencia e identidad. Selección de los contenidos: generales y especializados; informativos, culturales y de entretenimiento. Segmentos de la programación. Diferentes tipos de audiencias y públicos. Mediciones, métricas e indicadores: rating, share. La convergencia digital y la fragmentación de las



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

audiencias. La perspectiva de la Economía política. Propiedad, control y concentración de los medios de comunicación. Prácticas culturales, estrategias de posicionamiento de contenidos y nuevas formas de consumo.

CUARTO AÑO

ANUAL

35- Narrativas gráficas

Las formas del relato. Los géneros periodísticos en la era digital. Elementos del periodismo multimedia y transmedia. Fuentes de información, verificación y ética. Agendas periodísticas en el escenario convergente. Ley de acceso a la información pública: cómo hacer un pedido de información pública. El uso profesional de la web. Géneros periodísticos tradicionales y nuevos. Criterios de noticiabilidad. El proceso de producción de la información. Del tema al enfoque. Las rutinas productivas: recolección, selección, jerarquización y procesamiento del material informativo. La era del periodismo móvil: coberturas en tiempo real. Producir para redes sociales. Proyecto editorial. Producción de medio gráfico multimedial y digital.

PRIMER CUATRIMESTRE

36- Investigación y métodos para la producción

Periodista informador versus Periodista investigador. Planteamiento del tema y formulación de una hipótesis. Diversidad de fuentes oficiales y no oficiales. Uso de fuentes documentales e investigación en archivos bases de datos (públicas y privadas). Documentación: concepto y características. Documentación



informativa o periodística. Fuentes de información. Análisis documental: nuevas tendencias. Uso de técnicas y procedimientos de las Ciencias Sociales. Técnicas de investigación periodística en contextos digitales.

37- Comunicación, salud y ambiente

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. 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. Análisis de públicos y mapa de actores. 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.

38- Derecho de la información y la comunicación

La información y la comunicación como derechos fundamentales. Libertad de expresión, información y comunicación. Alcances, contenido, objeto, fuentes y límites. Garantías de los derechos de comunicación. Marco normativo de los medios de comunicación. Estatuto jurídico del periodista profesional. Propiedad intelectual y derechos de autor. Comunicación y protección de datos personales. Derechos digitales y democracia. Marco regulatorio de la profesión periodística.

39- Periodismo de autor



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 construcción de la voz autoral en textos periodísticos narrativos y de opinión. Recursos discursivos, retóricos, sintácticos y gramaticales para narrar y opinar. Una mirada transdisciplinaria: aportes de otras áreas como la literatura y la antropología. Géneros periodísticos con marca de autor: columnas, ensayos periodísticos, comentarios, perfiles, aguafuertes y crónicas. Estrategias de lectura, análisis, redacción y producción de textos periodísticos con voz autoral.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

40- Fotoperiodismo

Historia de la fotografía. La cámara fotográfica. Composición. Introducción a la fotografía. Manejo de la luz. Cámara réflex analógica y digital. Posibilidades técnicas. Profundidad de campo y enfoque selectivo. Leyes de composición de la imagen. Historia del fotoperiodismo. Análisis de la fotografía de prensa. El fotorreportaje. Géneros de la fotografía periodística. Los colectivos fotográficos. Fake news. Redes. La posfotografía. Ensayo fotográfico. Fotorreportaje. Planificación, producción y edición del material.

41- Periodismo de investigación

Conceptualizaciones sobre el periodismo de investigación. Rol social del periodista investigador. Periodismo de investigación, poder y censura, del siglo XX al XXI. Lecturas y análisis de casos emblemáticos y actuales de investigaciones periodísticas. El trabajo periodístico en redes. Etapas de un proyecto de investigación. Elección del tema, enfoque y alcances. Antecedentes. Fuentes de información. Estrategias de abordaje. Técnicas de recolección y chequeo de información. Recursos. Análisis e interpretación.



Redacción y elaboración de textos periodísticos de investigación en distintos soportes. Publicación, reacciones y continuidad. Límites y posibilidades.

42- Economía política de la comunicación

La economía política de la comunicación, la información y la cultura. Los bienes culturales: valor, servicio, mercancía. Políticas, mercados e industrias culturales. Condiciones del trabajo en la sociedad de la información. Estrategias y métodos para la gestión de proyectos comunicacionales en medios tradicionales y plataformas multimedia.

43- Taller de Producción y realización audiovisual

Producción y realización de programas de noticias. El rol del productor y del realizador periodístico audiovisual. Procesos de producción y posproducción. Agendas y fuentes en el periodismo tradicional y en el periodismo digital. Estructura del informativo en su puesta. Material en vivo. Organización de la pauta. Programas de investigación periodística. Contenidos periodísticos en nuevos formatos y redes sociales. Producción de contenido periodístico para los medios digitalmente expandidos. Producción de materiales periodísticos en el campo transmedial.

44- Semiótica de las interacciones digitales

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



géneros discursivos. Nuevas lógicas de construcción del acontecimiento. Las redes y su incidencia en las agendas mediáticas y públicas.

QUINTO AÑO

PRIMER CUATRIMESTRE

45- 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. Observatorios.

46- 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 el periodismo; y la 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 N° 08/2014 y Resol HCD N° 326/2018.



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

1.7. 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 carrera 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 Licenciatura en Periodismo y contenidos multimediales permite el cursado y la aprobación de sus asignaturas y con relación a las correlatividades, serán establecidas en un acto administrativo específico.

El plan de la Licenciatura permite la electividad de 1 (una) asignatura (materia o taller) de 60 horas, donde los/as estudiantes puedan elegir cursar: asignaturas 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



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

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 Periodismo y contenidos multimediales es requisito la aprobación de la totalidad de las asignaturas y espacios curriculares exigidos en este plan de estudios y acreditar un mínimo de 288 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 carrera de Licenciatura en Periodismo y contenidos multimediales, integrada por representantes de los claustros (docentes, estudiantes avanzados, no docentes del área de enseñanza y egresados de la Carrera), cuyos integrantes serán 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



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 correlatividades de este Plan de Estudio se establecerán en un acto administrativo separado y posterior a su aprobación.

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

Grilla de reconocimiento de actividades curriculares entre ambos planes

Tabla de Reconocimiento de Trayectos Formativos entre la Licenciatura en Periodismo y contenidos multimediales y la Licenciatura en Comunicación Social (Plan 93) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación UNC.

Lic. en Periodismo y contenidos multimediales	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
Narrativas audiovisuales	Narración televisiva I
Taller de Edición audiovisual	-----
Conducción y locución I	Conducción periodística en televisión
Teorías de la comunicación I	Teorías de la comunicación I
Historia argentina contemporánea	Historia argentina contemporánea
Investigación y métodos para la producción	Producción audiovisual Lenguaje III y producción audiovisual



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

Taller de Producción y realización audiovisual	Dirección televisiva Producción Televisiva 1
Comunicación y Antropología	Antropología socio cultural
Sociología de la comunicación	Sociología I
Narrativas transmediales	---
Comunicación, periodismo y género	---
Idioma extranjero I	Inglés
Narrativas sonoras	Lenguaje II y producción radiofónica
Taller de Edición y montaje sonoro	Taller: sonido y musicalización
Conducción y locución II	Taller: expresión oral y locución
Comunicación política y opinión pública	Política y comunicación
Movimientos culturales, arte y comunicación II	---
Taller de Producción para las industrias creativas	---
Documental contemporáneo	Producción televisiva II
Semiótica	Semiótica
Formatos sonoros contemporáneos	Producción radiofónica
Políticas de programación y convergencia de medios	Políticas de programación radiofónica Políticas de programación en televisión
Narrativas gráficas	Lenguaje I y producción gráfica
Taller de Diseño gráfico y composición visual	Taller: Comunicación visual
Comunicación, salud y ambiente	Seminario optativo Comunicación y salud
Derecho de la información y la comunicación	Derecho de la información
Periodismo de autor	Redacción periodística II
Materia Electiva	Seminario optativos u otras materias del plan 93
Fotoperiodismo	Taller: Fotografía periodística
Periodismo de investigación	Redacción Periodística II
Economía política de la comunicación	Políticas de programación en televisión Seminario optativo Economía política y Comunicaciones masivas
Gestión de contenidos digitales y big data	Documentación periodística
Semiótica de las interacciones digitales	Seminario: semiótica aplicada



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

	Análisis del discurso
Estudios de audiencia y opinión pública	-----
Idioma extranjero II	Lenguas romances

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.

La unidad académica cuenta con un cuerpo docente adecuado a la propuesta curricular de la licenciatura en Periodismo y contenidos multimediales, con amplias trayectorias en diferentes áreas teóricas, metodológicas y de producción para diferentes medios y lenguajes. Se trata de una planta docente



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

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.

Equipamiento e infraestructura

La Facultad cuenta con las condiciones tecnológicas que garantizan el acceso a computadoras, equipamientos de grabación y producción para radio,



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

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.





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

**Hoja Adicional de Firmas
Informe Gráfico**

Número:

Referencia: Lic en Periodismo y contenidos multimediales

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 41 pagina/s.