

PLAN DE ESTUDIOS DOCTORADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Tipo de carrera: Doctorado

Título que otorga: DOCTOR/A EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Modalidad: Presencial

Plan de Estudio: Semiestructurado

Duración de la carrera: máximo de 5 años, incluyen 3 años de cursado y 2 años para la elaboración y presentación de la tesis.

Total de horas: 480 horas como máximo o 24 créditos, pues se considera 1 (un) crédito igual a 20hs.

I. FUNDAMENTACIÓN

La comunicación en su evolución como disciplina se ha visto condicionada, influida, constituida y atravesada por la evolución de los medios de comunicación, el contexto político económico y social en el que está inmersa, la mundialización de la cultura, la globalización y las miradas propias que se han dado en la evolución de las ciencias sociales y su legitimación a través del tiempo.

Por ello la comunicación social y los procesos comunicacionales constituyen una trama integrada por múltiples aspectos que se relacionan, involucran, trascienden los medios masivos y deben ser considerados como productos de relaciones sociales en los cuáles se inscriben intercambios de sentido que constituyen un entretejido de interacciones.

La comunicación trasciende las fronteras geográficas, es el espacio donde se diseñan y definen viejas y nuevas relaciones, marcos y reglas para la interacción entre los sujetos, sus identidades y socialización, sus sistemas de normas y valores. Estas nuevas prácticas construidas en los espacios mediáticos, pero también más allá, reformulan la vida cotidiana, la cultura, la economía y la política. La complejidad y dinámica del objeto “comunicación”



son una limitación importante ya que no pueden ser reducidas a un esquema simple sin correr el riesgo de no abarcarla. De hecho, la comunicación puede y debe ser abordada por distintas disciplinas, además de considerar el contexto y las condiciones de producción donde se dan los procesos comunicacionales.

La creciente mediatización de la vida social, las transformaciones en las prácticas culturales, la significativa incidencia de los medios y las tecnologías en la conformación de los procesos simbólicos hacen de la comunicación un espacio clave para comprender los cambios y los rasgos particulares que presentan nuestras sociedades contemporáneas y la convierten en una dimensión estratégica para su desarrollo.

El Doctorado en Comunicación Social comenzó a dictarse en el año en la Escuela de Ciencias de la Información, dependiente de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y CONEAU otorgó reconocimiento del título de Doctor en Comunicación Social, en Sesión 333 el 9 de mayo de 2011; el 28 de Mayo de 2013 se reconoció el título por Resolución del Ministerio de Educación N° 1075. En 2014 se realizó otra evaluación y fue acreditado y validado por Resolución de CONEAU N° 948/14 Y RM 2842/15.

Inicialmente el Doctorado surgió como respuesta a la necesidad de formación de cuarto nivel en el campo de la comunicación y a demanda específica de varias generaciones de egresados/as, docentes y profesionales del área disciplinar.

Junto a la voluntad de dar respuesta a esta necesidad, se entendía que la formación especializada a nivel de posgrado en el dominio de la Comunicación Social, constituía no sólo un requisito para la carrera docente (exigida para acceder al cargo de Profesor/a Titular), sino, fundamentalmente, una condición esencial para el desarrollo de la investigación en comunicación y zonas fronterizas con otras disciplinas en el marco de nuestra universidad.

Igualmente, y dada la existencia de carreras universitarias del ámbito de las Ciencias Sociales y Humanidades con intereses afines a la Comunicación, el Doctorado se propuso como una instancia flexible de formación para quienes, proviniendo de otras carreras, quisieran especializarse en este campo.



Con la creación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación a partir de la Asamblea Universitaria del 12 diciembre de 2015, el Doctorado pasó a ser parte de esta unidad académica. En 2016 fue auditado por la Universidad Nacional de Córdoba e inició un proceso de normalización y adecuación técnico administrativa y reglamentaria tendiente a la inclusión de la carrera en el nuevo ámbito institucional.

El Plan de estudios aún vigente, buscó satisfacer las crecientes demandas de formación superior de posgrado en el campo de la comunicación, fortalecer la vinculación con la investigación y contribuir al reconocimiento de la investigación comunicacional en el ámbito académico, político, cultural y social; fortalecer la institución y unir transversalmente la formación académica del pre grado, grado y posgrado.

Hasta octubre de 2023 egresaron 32 Doctores en Comunicación Social. De los cuales: 28 son docentes e investigadores nacionales y 4 internacionales. De los 28 doctores nacionales, 13 son docentes e investigadores de la Provincia y Ciudad de Córdoba, 1 es la de la UNC (FFyHH) y 6 son docentes investigadores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Durante el año 2015 la carrera implementó una autoevaluación, que expuso una serie de aspectos que debían considerarse:

- a) *Sobre el Plan de estudio del Doctorado en Comunicación Social (DCS).* Como resultado de la dinámica evolución del campo disciplinar y sus zonas fronterizas, las líneas de investigación previstas en el Plan limitaban las propuestas de los y las postulantes. Asimismo, se visualizaron vacíos teórico-prácticos en la producción de conocimientos entre la carrera de grado de la Facultad de Comunicación Social y la producción de conocimientos en el Doctorado en Comunicación Social relacionados con el área de lenguajes, teorías y reflexiones tecnológicas, política y comunicación, instituciones, educación, economía política, entre otros. Por otra parte, se observó la necesidad de reforzar el acompañamiento y supervisión en la realización de la Tesis Doctoral.
- b) *Sobre cuestiones de investigación y formación de recursos humanos institucionales.* Se evaluaron las limitaciones para el acceso a la carrera de becarios/as, y egresados/as, quienes deben cumplir con 200 horas para la admisión.



- c) *Sobre el Reglamento Interno del DCS.* Por ser anterior a la constitución de la nueva unidad académica, el Reglamento Interno del DCS presenta algunas inconsistencias que deben ser adecuadas al Reglamento de Posgrado de la nueva Facultad de Comunicación Social sugeridas por el Consejo Académico.

La presente propuesta de nuevo Plan de Estudios incorpora los resultados de este informe, se adecua a la nueva condición institucional de la Facultad de Comunicación Social, a la evolución de los desarrollos tecnológicos, a las actualizaciones y avances disciplinares y a las reglamentaciones vigentes en la Universidad Nacional de Córdoba.

II. OBJETIVOS DE LA CARRERA

Son objetivos del Doctorado en Comunicación Social:

- Proporcionar una oferta educativa de formación de posgrado de máxima titulación en el campo de la comunicación social para amplios sectores de la comunidad académica nacional y extranjera.
- Contribuir a satisfacer la demanda de carreras de posgrado en el área de la comunicación social
- Formar investigadores de alto nivel y excelencia académica en el campo específico.
- Ofrecer una instancia de formación teórica, reflexiva y crítica a los egresados de las carreras de comunicación social y de otras ciencias sociales que estén vinculados con la comunicación social.
- Brindar una carrera de posgrado flexible, que articule y potencie la formación previa y responda a las necesidades e intereses de los egresados de carreras de comunicación social y otras ciencias sociales y humanas
- Consolidar los espacios de producción de conocimientos disciplinares y enriquecer los aportes originales en el campo de la comunicación social.

III. PERFIL DEL EGRESADO/A



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

El Doctorado se propone formar investigadores reflexivos y críticos capaces de:

- Producir conocimientos que signifiquen un avance en el campo comunicacional.
- Elevar el nivel de excelencia de los docentes y estudiantes en el ámbito de la enseñanza de la comunicación.
- Orientar y asesorar a investigadores en proceso de formación.
- Promover el desarrollo de proyectos interdisciplinarios estimulando la reflexión

sobre la interdisciplinariedad en el campo de la comunicación.

- Reflexionar sobre fundamentos teóricos-epistemológicos en la construcción de conocimiento sobre el campo comunicacional.
- Problematizar, planear, desarrollar y construir objetos de investigación de manera autónoma en un área o áreas del campo comunicacional.
- Favorecer el desarrollo académico e institucional de la universidad y de otros espacios sociales mediante la transferencia de conocimientos.

IV. ADMISIÓN

A los fines administrativos, los/las postulantes se inscriben en alguno de los niveles de Formación General (Nivel I y Nivel II) o en el nivel de Formación Específica (Nivel III), siendo el Consejo Académico, luego de analizar la documentación presentada, quien define finalmente el nivel en el que será admitido/a cada postulante.

Parar ser admitidos/as en el Nivel I los/las postulantes deben poseer título de grado, de cuatro años de duración como mínimo. Se da preferencia a quienes cuenten con títulos universitarios en el área de la comunicación. Quienes cuenten con título de grado de otras áreas de conocimientos podrán ser admitidos/as cuando acrediten antecedentes académicos relevantes en el campo disciplinar del Doctorado, según la consideración del Consejo Académico.

Para ser admitidos/as en el Nivel II se deberán acreditar al menos ciento sesenta (160) horas de formación de postgrado aprobadas con anterioridad a la inscripción, en



instituciones universitarias, realizadas en los últimos 5 (cinco) años y en el área disciplinar del Doctorado o en áreas afines.

Se podrán admitir en calidad de inscriptos/as condicionales para ingresantes a Nivel II, a postulantes que al momento de la inscripción acrediten un mínimo de 100 hs. y asuman el compromiso de completar la restantes 60 hs. con el cursado y la aprobación de actividades formativas de posgrado que integren la oferta de la Facultad de Ciencias de la Comunicación o de otras carreras o instituciones. Este requisito deberá completarse durante el primer año de cursado del doctorado, mientras se cumple con las actividades académicas regulares de la carrera.

Para la admisión a Nivel II, quienes se postulen deberán presentar en un informe escrito la problemática a abordar en su Proyecto de Tesis y un estado de la cuestión en no más de 8 (ocho) carillas. El texto será considerado y evaluado por el Consejo Académico para la admisión. El Dictamen de dicha evaluación, elaborado por al menos dos integrantes del Comité Académico, será notificado al Doctorando.

Para ser admitidos en el Nivel III, quienes se postulen deberán acreditar título de Magíster o haber cursado una maestría de manera completa, en el área de la Comunicación Social o Ciencias Sociales o Humanas. Deberán además, presentar un Proyecto de tesis de no más de 10 (diez) carillas, que será considerado y evaluado por el Consejo Académico.

V. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DEL DOCTORADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

El Plan de estudios tiene una modalidad curricular semiestructurada y flexible, que reconoce la formación previa de los/las estudiantes y sus distintos intereses de investigación, en función de los cuales el Consejo Académico establece el nivel de admisión. Su diseño se orienta a compatibilizar la demanda de formación de posgrado para egresados de carreras de grado en comunicación social o en ciencias sociales y la necesidad de desarrollar las competencias necesarias para realizar una carrera de alto nivel académico.

El reconocimiento y validación de las instancias previas de formación, la incorporación de los estudiantes en los niveles que correspondan según las acreditaciones presentadas y la oferta de seminarios renovada periódicamente de acuerdo a las demandas surgidas de los



temas presentados en las admisiones, otorgan al Plan de Estudios un carácter dinámico y flexible.

V.1 TRAYECTOS CURRICULARES:

Trayecto Curricular Nivel I: El/la postulante admitido/a en el Nivel I deberá cursar todos los espacios curriculares de la Formación General correspondientes a Nivel I, Nivel II y la Formación Específica del Nivel III, integrada por 3 (tres) Seminarios Optativos y el Taller III

Trayecto Curricular Nivel II: El/ la postulante admitido/a en el Nivel II deberá cursar todos los espacios curriculares de la Formación General correspondientes a Nivel II, y la Formación Específica del Nivel III.

Trayecto Curricular Nivel III: El/la postulante admitido/a en el Nivel III deberá cursar los 3 (tres) Seminarios Optativos y el Taller III.

V.2 MÓDULOS

El Plan de Estudios entrelaza distintos saberes que se combinan desde distintos módulos y se integran en las áreas de Formación General y Específica:

Módulo Epistemológico-Metodológico

Tiene por finalidad profundizar y fortalecer la formación en las áreas Epistemológica y Metodológica, y apoyar la realización de la Tesis. Los talleres actúan como modalidades operativas que permiten reelaborar y sistematizar los conocimientos adquiridos.

Módulo de Profundización y Contextualización Disciplinar

Tiene por finalidad aportar formación teórica y de reflexión conceptual indispensable para fortalecer la coherencia académica del trabajo de Tesis.

Módulo de Formación Específica

Tiene por finalidad brindan elementos específicos de profundización o contextualización para la realización de la Tesis. Está conformado por seminarios optativos. Se dictarán al menos seis seminarios optativos por año.



V.3 ESPACIOS CURRICULARES QUE INTEGRAN CADA MÓDULO.

<p>Módulo Epistemológico- Metodológico</p>	<p>Epistemología de la Ciencias de la Comunicación (20hs)</p> <p>Metodologías de la Investigación en Comunicación I (cuantitativas) (20hs)</p> <p>Metodologías de la Investigación en Comunicación II (cualitativas) (20hs)</p> <p>Metodologías de la Investigación en Comunicación III (Análisis del Discurso) (20hs)</p> <p>Taller de Tesis I (20 hs)</p> <p>Taller de Tesis II (60 hs)</p> <p>Taller de Tesis III (60 hs)</p> <p>Subtotal de horas: 220 hs Créditos: 11</p>
<p>Módulo de Profundización y Contextualización Disciplinar</p>	<p>Representación de la Política en la Esfera Comunicacional (20 hs)</p> <p>Comunicación y Educación: Perspectivas Críticas Latinoamericanas (20hs)</p> <p>Economía Política de la Comunicación en la Era Digital (20 hs)</p> <p>Comunicación y Nuevos Paradigmas (20hs)</p> <p>Prácticas, Saberes, y Acciones Comunicativas Contemporáneas (20 hs)</p> <p>Narrativas Transmedia y Expandidas en Comunicación Post Convergente (20 hs)</p> <p>Teorías de la Comunicación (20 hs)</p> <p>Consumos Culturales y Procesos de Recepción (20 hs)</p>



	Antropología de la Contemporaneidad (20 hs) Cuestiones Actuales del Campo Comunicacional (20hs) Subtotal de horas: 200hs Créditos: 10
Módulo de Formación Específica	Seminario optativo (20hs) Seminario optativo (20hs) Seminario optativo (20hs)
TESIS	2 AÑOS (después de aprobar el taller III)
	Total de horas: máximo de 480 hs. Total de créditos: máximo 24

V.4. ESQUEMA DE PLAN DE ESTUDIO SEGÚN LOS NIVELES QUE LO INTEGRAN.

Según los niveles de cursado y los saberes descriptos en cada módulo:

FORMACION GENERAL : NIVEL I

Nivel I
Epistemología de las Ciencias de la Comunicación (20hs)
Representación de la Política en la Esfera Comunicacional (20hs)
Economía Política de la Comunicación en la Era Digital (20 hs)
Comunicación y Nuevos Paradigmas (20hs)
Comunicación y Educación: Perspectivas Críticas Latinoamericanas (20hs)
Prácticas, Saberes y Acciones Comunicativas Contemporáneas (20hs)
Narrativas Transmedia y Expandidas en la Comunicación Post-Convergente (20hs)



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 Tesis I (20hs)

FORMACION GENERAL : NIVEL II

Nivel II

Teorías de la Comunicación (20hs)

Cuestiones Actuales del Campo Comunicacional (20hs)

Consumos Culturales y Procesos de Recepción (20hs)

Antropología de la Contemporaneidad (20hs)

Metodologías de la Investigación en Comunicación I. Metodología Cuantitativa (20hs)

Metodologías de la Investigación en Comunicación II. Metodología Cualitativa (20hs)

Metodologías de la Investigación en Comunicación III. Análisis del Discurso (20hs)

Taller de Tesis II (60Hs)

FORMACIÓN ESPECÍFICA: NIVEL III

Nivel III

Requisito de acreditar comprensión lectora de dos idiomas

Seminario optativo (20hs)

Seminario optativo (20hs)

Seminario optativo (20hs)

Taller de Tesis III (60hs)

V.5 SÍNTESIS COMPLETA DEL DISEÑO CURRICULAR POR NIVEL



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

	Espacio curricular	tipo	carácter	carga horaria teórica	carga horaria práctica	Carga horaria total	Créditos	Régimen
NIVEL I								
FORMACION GENERAL: NIVEL I PRIMER AÑO	Epistemología de las Ciencias de la Comunicación (20 hs)	Teór /Práct	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Representación de la Política en la Esfera Comunicacional (20 hs)	Teór/Práct	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Economía Política de la Comunicación en la Era Digital (20 hs)	Teór/Práct	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Comunicación y Nuevos Paradigmas (20 hs)	Teór/Práct	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Comunicación y Educación: Perspectivas Críticas Latinoamericanas (20 hs)	Teór/Práct	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Prácticas, Saberes y Acciones Comunicativas Contemporáneas (20 hs)	Teór/Práct	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Narrativas Transmedia y Expandidas en la Comunicación Post-Convergente (20 hs)	Teór/Práct	obligatorio	10	10	20	1	mensual



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 Tesis I	Taller	obligatorio	10	10	20	1	cuat.
FORMACION GENERAL: NIVEL II: SEGUNDO AÑO		tipo curso	carácter	carga horaria teórica	carga horaria practica	Carga horaria total	Créditos	Régimen
	Teorías de la Comunicación (20 hs)	Curso Teór/ Práct	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Cuestiones Actuales del Campo Comunicacional (20 hs)	Curso Teór/ Práct	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Consumos Culturales y Procesos de Recepción (20 hs)	Curso Teór/ Práct	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Antropología de la Contemporaneidad (20 hs)	Curso Teór/ Práct	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Metodología de la Investigación en Comunicación I. Metodología Cuantitativa (20hs)	Curso Teór/ Práct	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Metodología de la Investigación en Comunicación II. Metodología Cualitativa (20 hs)	Curso Teór/ Práct	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Metodología de la Investigación en Comunicación III. Análisis del discurso	Curso Teór/ Práct	obligatorio	10	10	20	1	mensual



	(20 hs)							
	Taller de Tesis II (60 hs)	taller	obligatorio	30	30	60	3	anual
Formación específica: NIVEL III TERCER AÑO	NIVEL III	tipo curso	carácter	carga horaria teórica	carga horaria práctica	Carga horaria total	Créditos	Régimen
	Requisito de acreditar dos idiomas							
	Seminario optativo (20 hs)	Sem.	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Seminario optativo (20 hs)	Sem.	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Seminario optativo (20 hs)	Sem.	obligatorio	10	10	20	1	mensual
	Taller de Tesis III (60 hs)	taller	obligatorio	30	30	60	3	anual
			total		240	240	480	24
	Horas cursadas (como máximo)	480						
	total de créditos (como máximo)	24						
	Tesis							



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

Aclaraciones:

En la Formación Específica, y según las necesidades y características de cada proyecto de tesis, los/las doctorandos/as podrán elegir y aprobar tres seminarios optativos. La oferta del doctorado será de no menos de seis seminarios optativos por año.

Total Créditos realizados en la cursada por Nivel: Nivel I= 8 créditos ; Nivel II =10 créditos; Nivel III= 6 créditos.
Total de créditos de la Carrera: máximo 24 créditos

V.6 ACTIVIDADES DE LOS ESTUDIANTES

Las actividades prácticas previstas para los cursos y seminarios se orientan a favorecer la participación y los intercambios entre los cursantes. En el espacio áulico se privilegian las instancias de debate y se propicia la producción de aportes individuales en la resolución de actividades grupales. Los doctorandos/as desarrollan además actividades extra áulicas en diferentes formatos, en los momentos posteriores a los de desarrollo conceptual. En cuanto a las destrezas de investigación, se desarrollan en el marco de los espacios curriculares de las metodologías y los talleres, orientadas a la realización de la tesis doctoral.

V.7 MODALIDAD DE LAS EVALUACIONES

Cada docente a cargo de un espacio curricular establece las modalidades de la evaluación (a excepción de los talleres de tesis). Las evaluaciones consistirán en la presentación de trabajos escritos (ensayos, informes o análisis de textos en diferentes soportes), los que se ajustarán a los criterios generales correspondientes a evaluaciones de este nivel de posgrado. La aprobación de un curso o seminario requiere: a) Contar con un porcentaje mínimo de asistencia del 75% a cada actividad curricular; b) Aprobar la evaluación final que consistirá en un trabajo integrador b) Aprobar, según las instancias de evaluación establecidas, los cursos y seminarios con una calificación mínima de 7 (siete), en una escala de cero (0) a diez (10) puntos. Los trabajos no aprobados podrán ser devueltos para su corrección hasta 2 (dos) veces, después de lo cual el curso o seminario deberá ser recurrido; c) Cumplir con los plazos, de entrega de los trabajos, establecidos en el



reglamento.

La aprobación del Taller de Tesis I requiere presentar en no más de 8 (carillas) la formulación del problema de investigación de la tesis, principales interrogantes y el estado de la cuestión. Para aprobar el Taller de Tesis II se requiere, como trabajo final, presentar un proyecto de tesis en no más de 10 (carillas). En el caso del Taller de Tesis III, finalizada la primera etapa (30 hs.) se presenta un índice analítico de la tesis; y al término de la segunda (30 hs.) se presenta un avance de la tesis de 40 o 50 (carillas).

V.8 TESIS DOCTORAL

La carrera culmina con la aprobación de una tesis doctoral de carácter individual, inédito y original, que realice un aporte innovador en el campo de conocimiento de la Comunicación Social y demuestre solvencia teórica y metodológica relevante en el campo de la investigación científica. La extensión mínima de la tesis doctoral en ningún caso resulta inferior a doscientas (200) páginas. La Tesis de Doctorado podrá incorporar, además del texto escrito, una o más piezas comunicacionales que sirvan al desarrollo de la Tesis.

Para presentar su Tesis Doctoral el/la doctorando/a deberá cumplir los siguientes requisitos:

- a) Aprobar la totalidad de los cursos, seminarios y talleres del plan de estudios, según nivel en el que fue admitido.
- b) Tener registrado el Proyecto de Tesis con Director/a y Codirector/a, si la/o hubiere.
- c) Acreditar la comprensión lectora de dos (2) idiomas extranjeros de acuerdo a la normativa del Reglamento.
- d) Cancelar los compromisos arancelarios establecidos en el reglamento.

V.9 PREVISIONES PARA EL DICTADO INTENSIVO

El dictado de cada espacio curricular se desarrollará mensualmente, y se concentrará en días consecutivos, dentro del cronograma anual, con una duración de 6 a 8 hs por jornada. Se prevé el uso de la mayor carga horaria para los cursos, seminarios y talleres que cuenten con docentes que no residan en Córdoba y extranjeros.



A los fines de asegurar el aprovechamiento eficaz de la modalidad de cursado adoptada, se ha previsto desarrollar distintas modalidades de enseñanza y de actividades que combinen clases teóricas, debates, presentaciones audiovisuales, desarrollo de trabajos prácticos grupales e individuales, entrevistas en línea, video conferencias con expertos, informes grupales de resultados de investigación, todo ello con recesos pautados para facilitar tiempos de descanso y de intercambios informales entre los/las participantes.

VI. PROPUESTA DE SEGUIMIENTO CURRICULAR

La carrera ha dispuesto formas concretas para la evaluación permanente del desarrollo de la carrera y del desenvolvimiento de los/as doctorandos:

- Se implementa un formulario de evaluación a completar de manera anónima para evaluar aspectos vinculados a contenidos y enfoques propuestos en el programa de cada espacio curricular, valoración del equipo docente, valoración de los aportes del espacio curricular a la formación general del doctorando/a y un espacio para sugerencias y/o valoración personalizadas.
- Junto al comité académico, la dirección y la coordinación de la carrera sostienen contactos con los doctorandos y sus directores/as de tesis a través de entrevistas personales.
- Se desarrolla una política de comunicación fluida con los doctorados para incentivar la participación en programas de becas de investigación, estancias académicas y sostener el cursado de la carrera.
- Las autoridades de la carrera asisten al dictado de cursos, seminarios y talleres.
- Para acceder a la graduación, se implementa la encuesta de evaluación estudiantil SIU-Kolla.
- Los/las graduados/as mantienen vínculos con la carrera a través de diferentes actividades académicas: integración de tribunales de tesis; participación en el dictado de cursos y/o, seminarios, talleres y tutorías; dirección/codirección de tesis, entre otras.
- Se desarrollan propuestas para que la valiosa experiencia de los egresados sea conocida por actuales doctorandos, la comunidad académica de la Facultad de Comunicación Social,



la Universidad Nacional de Córdoba y otros doctorados y centros de investigación. Para ello se organizan jornadas abiertas de exposiciones de Tesis y se elaboró un Banco de datos de graduados y de sus producciones académicas, entre otras estrategias.

VII. CONTENIDOS MÍNIMOS

FORMACIÓN GENERAL : NIVEL I.

1. EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Objetivos:

- Reflexionar sobre los principales problemas epistemológicos en la construcción de teorías sociales y de la comunicación.
- Identificar y valorar los fundamentos epistemológicos que subyacen en las teorías de la comunicación.

Contenidos mínimos:

Introducción al conocimiento científico de las ciencias sociales en general, y de las ciencias de la comunicación, en particular. Dilemas y perspectivas filosóficas y problemas de validez sobre la construcción del saber científico. El debate actual sobre los estándares científicos en las teorías de la comunicación. El carácter autorreflexivo de las prácticas de investigación en comunicación. De la legitimación del saber a la institución del poder en ciencias de la comunicación. Tradiciones de las teorías críticas, derivas e inflexiones.

Modalidades de Evaluación:

- Asistencia reglamentaria a clases
- Realización de dos trabajos prácticos durante el cursado.
- Realización de un escrito monográfico final.

Aspectos a tener en cuenta para la aprobación de la monografía:

De contenido: Pertinencia y originalidad en la elección de la temática, delimitación del problema, claridad conceptual, consistencia y coherencia argumentativa, análisis crítico de



las fuentes, adecuación entre el problema formulado y la respuesta propuesta, capacidad para establecer relaciones.

Formales:

- a) Correspondencia del trabajo con la presentación formal propia de la disciplina
- b) Dominio del lenguaje
- c) Corrección en la citación (se debe basar en el sistema APA o en algún otro sistema reconocido en el ámbito académico)
- d) Distinción en el uso de fuentes y bibliografía secundaria y análisis crítico de las mismas.

La monografía tendrá una extensión no menor a 4000 palabras y no mayor a 7000.

Las fechas de entrega están estipuladas en el reglamento.

Bibliografía

Martin Serrano, M. (1990). La epistemología de la comunicación a los cuarenta años de su nacimiento. Telos. *Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, nº 22, pp. 65-75. Disponible en: http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloU.visualiza&articulo_id=4524.

Recuperado el 28 de septiembre de 2023 de <http://eprints.ucm.es/13238/>

Padrón, J. (2007). Tendencias epistemológicas de la investigación científica en el siglo XXI. *Revista Cinta Moebio*, nº 28, pp. 1-32.

Santos, B. (2009), *Una epistemología del sur*. México: Siglo XXI.

Schmucler, H. (1997). Lo que va de ayer a hoy (en los estudios de la comunicación). En *Memorias de la comunicación* (pp. 95-176). Buenos Aires Biblos, 1997,.

Valdettaro, S. (2015) *Epistemología de la comunicación: una introducción crítica*, Rosario, Argentina: UNR Editora.

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.

2. REPRESENTACIÓN DE LA POLÍTICA EN LA ESFERA COMUNICACIONAL

Objetivos:



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

- Recuperar la discusión teórica entre política y comunicación.
- Analizar el modo en que se constituyen las actuales manifestaciones de la política y su representación en el ecosistema mediático.
- Desarrollar una actitud crítica en torno al rol que juega la esfera mediática como espacios de representación política.
- Establecer criterios para circunscribir y desarrollar un eje temático del trabajo final.

Contenidos mínimos:

La imagen en la antigüedad como principio ordenador del poder político. El cuerpo y la simbolización del poder en la Edad Media. La representación del orden y el desorden en las cortes medievales. De la imagen como representación a la representación del orden político: el rol de las imágenes religiosas. Las transformaciones del modelo teatral como disciplinamiento de la mirada. La escenificación del poder. La lógica posmoderna y la crisis del modelo político industrialista. El orden y el conflicto como instancias constitutivas de la política. El resurgimiento del individualismo en la lógica neo-liberal. Los programas de denuncia en la escena mediática. La anti-política como desborde y escándalo, no como desorden. La construcción del odio en el ecosistema mediático. El odio como instancia performativa y su impacto en el sistema democrático. Los cuerpos en el espacio público como disputa por el reconocimiento de derechos políticos. Representación de los cuerpos: estéticas y discursos antagónicos.

Modalidades de evaluación:

El criterio para aprobar el curso, además de la asistencia a clases fijada en el reglamento, comprende dos instancias. Una de ellas es una evaluación en el aula a partir de la presentación individual de una de las temáticas que integran las unidades del programa. La segunda instancia consiste en un trabajo individual, en la modalidad ensayo y/o ponencia, de entre 10 y 13 páginas, incluida la bibliografía.

Bibliografía:

Dubet, F (2021[2019]) *La época de las pasiones tristes. De cómo este mundo desigual y el resentimiento, desalienta la lucha por una sociedad mejor*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.



Giorgi, G. & Kiffer, A. (2020) *Las vueltas del odio. Gestos, escrituras políticas*. Buenos Aires: Eterna Cadencia

Kantorowicz, E. (1985) *Los dos cuerpos del rey*. Madrid: Alianza

Palti, E. (2018) *Una arqueología de lo político. Regímenes de poder desde el siglo XVII*. Buenos Aires: Edición FCE.

Quevedo, L.A. & Ramírez I. (Coord.) (2021) *Polarizados. ¿Por qué preferimos la grieta? (aunque digamos lo contrario)*. Buenos Aires: Capital Intelectual.

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.

2. ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN EN LA ERA DIGITAL

Objetivo:

-Analizar el proceso de transformación de los procesos productivos y de circulación social de las comunicaciones desde la perspectiva de la economía política de la comunicación y la cultura en la era de la digitalización.

Contenidos mínimos:

La comunicación y la cultura como recursos económicos. Debate sobre economía política y estudios culturales: un objeto, distintas perspectivas. Procesos de industrialización y mercantilización de las comunicaciones. Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y relaciones de poder. Modelos de desarrollo industrial e informacional: modos de acción fordista y toyotista en información y cultura. Revolución digital. Actores, intereses y políticas. Accesos y dinámica de reconfiguración de espacios geográficos de producción y circulación de las comunicaciones. Capitalismo de plataformas. Evolución y transformación de la economía política de las comunicaciones en Argentina.

Modalidades de Evaluación:

Durante el curso se expondrán y debatirán en modalidad de seminario los textos nodales de la bibliografía obligatoria. La participación en la exposición y debate forma parte de la evaluación final, que se complementa con un trabajo escrito obligatorio de carácter



individual sobre alguna de las problemáticas abordadas en el curso con uso de la bibliografía del mismo. Tendrá un carácter reflexivo a partir de las categorías presentadas y su estructura deberá identificar un problema, exponer actores y conflictos, desarrollar conceptualmente la problemática a partir de diferentes perspectivas, analizar y concluir el trabajo con la integración de los ejes elaborados. Se requerirá la asistencia a clases establecida en el reglamento.

Bibliografía:

Adorno, T. (1967), “La industria cultural”, en Morin, Edgar y Theodor Adorno, La industria cultural, Galerna, Buenos Aires, p. 7-20

Becerra, M. (2021). Restauración transgresora: las políticas de comunicación del gobierno de Macri. En M. Becerra & G. Mastrini (comps), *Restauración y cambio. Las políticas de comunicación de Macri (2015-2019)*. Buenos Aires: ICEP-UNQ y Sipleba.

Moore, M & Tambini D. (2022). Without a Holistic Vision, Democratic Media Reforms May Fail. En *Regulating Big Tech: Policy Responses to Digital Dominance*. New York: Oxford University Press.

Peil, C & Spaviero S. (2017). La convergencia de medios se encuentra con la desconvergencia. En S. Spaviero et al. (eds.), *Media Convergence and Deconvergence, Global Transformations in Media and Communication Research*. Palgrave & IAMCR Series.

Pohle, J. & Thorsten, T. (2020). Soberanía digital. En *Internet Policy Review 9(4)*. Recuperado el 02 de octubre de 2023 de Internet Policy Review <https://doi.org/10.14763/2020.4.1532>

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.

4. COMUNICACIÓN Y NUEVOS PARADIGMAS

Objetivos:

-Presentar contribuciones teóricas y metodológicas de la comunicación en las organizaciones



-Sistematizar redefiniciones y debates en torno a las principales categorías y dimensiones de la comunicación en las organizaciones.

Contenidos mínimos:

Nuevos modelos y metáforas de la comunicación en las organizaciones. Comunicación y autoorganización. Lo fluido: acción y conocimiento. Desplazamientos, inconformidades, rescates. Situacionalidad vs. abstracción. Comunicativo vs. comunicacional: del actor racional a los sujetos relacionales como autodispositivos colectivos. Epistemologías de la comunicación en las organizaciones. Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva. Metodología de investigación Enactiva en comunicación. Redefiniciones y debates de la categoría Estrategia de comunicación y de las dimensiones de la comunicación. Matrices socioculturales. Mediaciones. Cambio comunicacional. Estrategias de investigación participativas en las organizaciones públicas. Redes emergentes. Derivaciones de la redefinición teórica sobre los perfiles del comunicador, sobre las rutinas de la comunicación en las organizaciones y sobre la investigación de la comunicación en las organizaciones. Análisis de Marcas de Racionalidad Comunicacional. Metodologías participativas y asuntos epistemológicos. Abordajes críticos de la Escuela Latinoamericana: contribuciones y avances teórico-metodológicos.

Modalidades de evaluación:

Para la aprobación del curso, además de la asistencia a clases fijada en el reglamento, se evaluará la participación y aportes individuales en los debates y resolución de actividades grupales durante la cursada. La evaluación se completa con la presentación de un ensayo final integrador.

Bibliografía:

Deleuze, G. (2008). *En medio de Spinoza*. Buenos Aires: Cactus.
De Sousa Santos, B. & Meneses, M. (eds.) (2014) *Epistemologías del sur*. Madrid: Akal.
Massoni, S. (enero - junio 2018). Investigación enactiva en comunicación, metodologías participativas y asuntos epistemológicos en Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación. ALAIC Año XV (Nº 28)



Massoni, S. (agosto - noviembre 2019). Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva e Investigación Enactiva en Comunicación: aportes desde Latinoamérica a la democratización de la vida cotidiana. Eje: Abordajes críticos de la Escuela Latinoamericana: contribuciones y avances teórico-metodológicos. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación N.º 141. Ecuador: CIESPAL.

Massoni, S. (2021). La metaperspectiva de la Comunicación Estratégica Enactiva: hay un fractal en tu comunicación. Sampaio, R & Porém (comp.) *Comunicación, Innovación y Organizaciones*. Salvador: EDUFBA.

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.

5. COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN: PERSPECTIVAS CRÍTICAS LATINOAMERICANAS

Objetivos:

- Interpretar la potencialidad comprensiva y transformadora del campo transdisciplinario de la comunicación/educación.
- Reconocer las problemáticas teóricas contemporáneas y de intervención en comunicación/educación, definidas como proyectos políticos culturales tendientes a la consolidación de sociedades democráticas con énfasis en Latinoamérica.

Contenidos mínimos:

Comunicación, educación y políticas públicas: los campos de conocimiento de comunicación y educación como expresiones sociales en perspectiva crítica emancipadora. Comunicación y educación como prácticas políticas coextensivas. Medios, educación y nuevas subjetividades: las TIC en la constitución de nuevas identidades. Comunicación, Cultura y Educación en los entramados formativos. Educación, ciudadanía y Derechos Comunicacionales: comunicación y educación en perspectiva de derecho. Normativas regionales como expresión de conquista de derechos. Deudas pendientes. Comunicación y Educación en ámbitos educativos formales y socio comunitarios: mediatización y escolarización como expresiones culturales. Alfabetización mediática y virtualización en sociedades mediadas y mediatizadas: tensiones, propuestas. Mediación tecnológica de la



cultura. Perspectivas teórico-metodológicas emergentes, nuevos modelos comunicacionales y de educación en Latinoamérica. Universidad Pública y Comunicación en la configuración de sociedades democráticas, disputa de sentidos críticos emancipadores. El derecho a la comunicación y educación como bienes públicos y legados reformistas.

Modalidades de Evaluación

Evaluación Formativa/De Proceso:

Presentación de los ejes/problema del seminario mediante exposición dialogada.

Discusión de consignas de lectura de los textos para articular material bibliográfico y temática de tesis doctoral.

Análisis de materiales en distintos soportes para articular categorías teóricas con situaciones socio educativas y proyectos de comunicación.

Evaluación final:

El trabajo final se realizará optando por una de las siguientes consignas:

- 1.- Articular el proyecto de investigación del doctorando con categorías trabajadas en el seminario con el objeto de profundizar, enriquecer, criticar la problemática objeto de su investigación.
- 2.- Seleccionar una temática trabajada en el seminario y profundizarla desde los aportes bibliográficos.
- 3.- Elaborar una síntesis conceptual del seminario a través de la lectura de todo el material bibliográfico para identificar problemas, ejes.

Se requerirá la asistencia a clases establecida en el reglamento.

Bibliografía

Ayuste, A. & Trilla, J. (2020). Un sexto principio para el 'Manifiesto por una pedagogía post-crítica'. *Teoría De La Educación. Revista Interuniversitaria*, 32(2), 25-36. Recuperado el 02 de octubre de 2023 de Usal Revistas en <https://doi.org/10.14201/teri.22384>

Bambozzi, E (enero – abril 2019). Teorías de la Educación en proyectos socioeducativos institucionales: de las enunciaciones a las prácticas. *Revista Praxis Educativa. Vol 23. N° 1.*

García Linera, A (2022). *La Política como disputa de las esperanzas*. CLACSO

González Pazos, J. (2020). *Medios de comunicación: ¿al servicio de quién?* CLACSO.



Guelman, A, Cabaluz, F & Salazar M. (2021). *Educación popular y pedagogías críticas en América Latina y El Caribe. Corrientes emancipatorias para la educación pública del Siglo XXI*. CLACSO

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.

6. PRÁCTICAS, SABERES Y ACCIONES COMUNICATIVAS CONTEMPORÁNEAS

Objetivos:

- Identificar las características que adquieren las prácticas relacionadas al periodismo y las narrativas audiovisuales y sonoras para las acciones comunicativas contemporáneas.
- Identificar rupturas y continuidades en las modalidades del discurso periodístico a partir de la digitalización, y las características que asume la construcción identitaria en las redes, como por ejemplo los sitios Web personales.

Contenidos mínimos:

La reinención de las narrativas digitales del yo en el periodismo. La extimidad y lo autobiográfico exhibidos como espectáculo. La exaltación del éthos y la implicación de las audiencias. Rupturas y continuidades en las modalidades del discurso periodístico audiovisual y sonoro a partir de la digitalización. Expresividad e interacción. Las narrativas de los nuevos formatos: instantaneidad, fragmentación, polifonía, multisoporte. Creación de contenidos audiovisuales y sonoros para construir relaciones de valor. Transformaciones en los modos de la oralidad, la conversación y la narración. Los nuevos lugares del discurso oral: podcasts, radio en línea, audiolibros, plataformas de audio.

Tecnologías de género, inclusión y derechos en las estrategias de las comunicaciones institucionales. Estudio de casos las narrativas audiovisuales y transmedia aplicadas a la comunicación corporativa.

Modalidades de Evaluación:

La evaluación se realiza durante el proceso de enseñanza-aprendizaje de carácter participativo, en las actividades áulicas y extra áulicas propuestas y finaliza con la



aprobación de un trabajo integrador de realización individual que respete alguna de las siguientes opciones:

Opción 1: Elaborar un ensayo monográfico cuyo tema aborde algunos de los contenidos desarrollados en el programa de la asignatura.

Opción 2: Analizar un caso aplicando categorías y marcos relacionados a las perspectivas presentadas en el curso.

En ambos casos, la estructura deberá contener: introducción, desarrollo, conclusiones y bibliografía.

Se requerirá la asistencia a clases establecida en el reglamento.

Bibliografía:

Han, B. (2021). *No-cosas. Quiebras del mundo de hoy*. España. Editorial Taurus

Fernández, J.L. (2021) *Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual*. Buenos Aires: Editorial La Crujía

Parisi, M. L. (2018) El Periodismo de Autor 2.0 en Argentina: ¿nuevo género periodístico en la construcción de identidades digitales? *index. Comunicación*, 8(3), 185–206. Recuperado el 02 de octubre de 2023 en: <https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/416>

Rincón, O. (2019) Narrativas del entretenimiento expandido. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (141), 149-160. Recuperado el 02 de octubre de 2023 en Dialnet <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7320761>

Samela, G. (2018) *Subjetividades virtuales: las narrativas del yo en internet*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.

7. NARRATIVAS TRANSMEDIA Y EXPANDIDAS EN LA COMUNICACIÓN POST-CONVERGENTE



Objetivos:

- Reflexionar sobre el nuevo ecosistema de medios y de la comunicación en la post-convergencia.
- Conocer las características, elementos y estructuras de las narrativas híbridas, transmedias, expandidas, inmersivas y móviles.
- Identificar nuevos hábitos de consumo y la distribución de contenidos.

Contenidos mínimos:

Nuevo ecosistema de medios y de la comunicación. Dimensiones de la comunicación post-convergente. Narrativas híbridas, transmedias, expandidas, inmersivas y móviles. Hábitos de consumo y distribución de contenidos. De las audiencias participativas a la ciudadanía comunicativa: prosumers, emirecs, translectores y ciudadanos. Redes y plataformas sociales. Soportes emergentes. Microformatos y viralidad. Audiencias móviles y multipantalla. Territorialidad expandida y postterritorio. La ciudad como plataforma transversal de relatos. Inmersiones: Realidad Aumentada, Realidad Virtual y Realidad Mixta. VR360 y Fulldome.

Modalidades de Evaluación:

Se requerirá la asistencia a clases establecida en el reglamento.

El curso se aprueba con la presentación de un trabajo final: artículo científico de entre 5.000 a 6.000 palabras, con formato de publicación en revista especializada.

Bibliografía:

- Aguado, J. (2020). *Mediaciones ubicuas. Ecosistema móvil, gestión de identidad y nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Fernández, J. (2021). *Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual*. Buenos Aires. La Crujía.
- Irigaray, F. (2021). De los conceptos de espacio, territorio y lugar al de postterritorio: Territorialidad expandida en el ecosistema urbano. En V. Gosciola & F. Irigaray (orgs.), *Transmedia Storytelling e complejidades narrativas* (pp. 36-67). Aveiro: Ria Editorial.



Irigaray, F. (2022). Narrativas expandidas por la ciudad. Habitar los relatos en el postterritorio. En C. Ortiz (org.). *Convergências da comunicação: novas perspectivas e visões* (pp. 76-106). Aveiro: Ría Editorial.

Scolari, C. (2018). *Las Leyes de la Interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnológica*. Barcelona: Gedisa.

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.

8. TALLER DE TESIS I

Objetivos

- Establecer relaciones reflexivas entre los momentos epistémicos, teóricos y metodológicos de toda problematización cognoscitiva.
- Precisar la especificidad de los procesos de investigación y los de elaboración/escritura de una tesis.
- Elaborar una revisión bibliográfica respecto al fenómeno de interés cognoscitivo.
- Formular la problemática a investigar y los interrogantes principales de la tesis

Contenidos mínimos

Conocer lo no conocido desde el punto de vista científico. Naturaleza y relación de la Tesis Doctoral con la investigación y sus componentes. Los diferentes momentos del proceso de abstracción: epistemológico, teórico, metodológico y empírico. Dimensiones temporales del desarrollo de una tesis: lo procedimental/lo situado/lo contextual/lo histórico (gran tiempo del campo y del fenómeno). Características del género científico y académico: reglas y recursos. La revisión bibliográfica como parte del proceso investigativo y su relación con la pertinencia/originalidad de una problemática. La relevancia del estado del arte en la formación académica y en el proceso de planteamiento del problema. La trama experiencia-afectación-creencia en el reconocimiento de un aspecto no conocido de la problemática abordada en toda investigación. La construcción del problema y su relación con la duda (aspectos decisionales). Consideraciones lógicas y argumentales del planteamiento de una



tesis como vector de una investigación en comunicación. El lugar de lo proyectual en la actividad investigativa.

Modalidades de Evaluación:

Para aprobar el taller se evaluará: a) la participación en las clases; b) la realización de dos actividades orientadas a la escritura del plan de revisión bibliografía y la formulación de problema y preguntas de la investigación; c) la escritura proyectual de la tesis y su relación con el proceso de investigación. Se requerirá la asistencia a clases establecida en el reglamento.

Bibliografía:

Bajtín, M. (2003). Introducción. Planteamiento del problema, en *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais*, Buenos Aires: Alianza Editores.

Foucault, M. & Deleuze, G. (1992) Los intelectuales y el poder. Entrevista Michel Foucault-Gilles Deleuze. En Foucault, M., *Microfísica del poder*. (pp. 83-93) Edición y traducción de Julia Varela y Fernando Álvarez-Uría. Madrid: La Piqueta.

Guevara Patiño, R. (2016, julio - diciembre). El estado del arte en la investigación: ¿Análisis de los conocimientos acumulados o indagación por nuevos sentidos? *Revista Folios*, núm. 44, pp. 165-179.

Peirce, C. (1877) La fijación de la creencia y Algunas consecuencias de cuatro incapacidades. Traducción castellana y notas de José Vericat. Recuperado el 02 de octubre de 2023 en <https://www.unav.es/gep/Peirce-esp.html>

Ortiz-Ocaña, A. (2018). La configuración de la tesis doctoral. Su estructura, redacción, defensa y publicación *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (Colombia)*, vol. 14, núm. 2, pp. 102-131. Universidad de Caldas.

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.



FORMACIÓN GENERAL : NIVEL II

9. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

Objetivo:

-Abordar perspectivas actuales relevantes para conceptualizar la comunicación contemporánea en diálogo con las tradiciones teóricas del campo de estudios.

Contenidos mínimos:

Reconsideración de los estudios de comunicación a partir de los principales conceptos clásicos que dieron lugar a su constitución (cultura masiva, medios de comunicación, influencia, industria cultural, opinión pública, recepción, consumo, espectáculo, simulacro, etc.) y los enfoques en los que se inscriben (Mass Communication Research, Teoría Crítica, Estudios Culturales, Estructuralismo, etc.). Transformaciones de la comunicación, la cultura, las tecnologías y los medios en la actualidad. Aportes recientes que permiten pensar las mediatizaciones contemporáneas a partir de los procesos de “informatización”, “digitalización”, “virtualización”, “datificación” y “algoritmización”. Nuevos medios, plataformas, sociedad-red, conectividad, interactividad, inteligencia colectiva, convergencia, nuevo espacio público, acción conectiva. Sociedad de la información, capitalismo de plataformas, tecnocultura, semicapitalismo, tecnoliberalismo. Zonas de continuidad y ruptura en la elaboración conceptual en torno a la comunicación. Aspectos como las configuraciones de poder, la redefinición de las relaciones sociales y las transformaciones de la sensibilidad.

Modalidad de Evaluación:

Para la aprobación del curso se evaluará la participación en clase, la intervención en un foro de discusión y la elaboración de un trabajo integrador final escrito, que debe ser sintético y preciso, centrado en la revisión y discusión de un concepto (o una relación entre conceptos) abordado en las lecturas y que esté vinculado con su tema de tesis doctoral. La consigna propone que este escrito –cuya autoría será individual- aporte a la elaboración del “marco



teórico” o el “estado del arte” del proyecto de tesis doctoral. Se requerirá la asistencia a clases establecida en el reglamento.

Bibliografía:

Berardi, F. (2017). *Fenomenología del fin. Sensibilidad y mutación conectiva*. Buenos Aires: Caja Negra

De Biasi, P. (2022). *El tercer cerebro. Pequeña fenomenología del smartphone*. Madrid: Ampersand.

Sisto, D. (2022). *Posteridades digitales. Inmortalidad, memoria y luto en la era de Internet*. Katz.

Scolari, C. (2022). *La guerra de las plataformas. Del papiro al metaverso*. Anagrama.

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.

10. CUESTIONES ACTUALES DEL CAMPO COMUNICACIONAL

Objetivo:

-Revisar y actualizar los grandes campos temáticos y problemáticos de la comunicación, a fin de construir un mapa actualizado de investigaciones que informe los estados de la cuestión en las investigaciones doctorales.

Contenidos mínimos:

Definiciones tradicionales y actuales de la comunicación. Mass communication research: investigaciones clásicas y continuidades actuales. Sociologías del nuevo periodismo. Teorías críticas, situacionismo y crítica de las sociedades contemporáneas. Consumo, recepción y emirecs. Comunicación interpersonal en presencia y a distancia. La construcción sociocultural de las emociones. De las TIC a las redes: nuevos debates teóricos. Mundialización de la comunicación: abordajes desde la economía política.



Modalidad de Evaluación:

Para la aprobación del curso, es necesaria la asistencia y participación en las clases y la aprobación de un trabajo final que consiste en la entrega, desarrollada y ampliada en base al esquema delineado durante el cursado, de los antecedentes / estado de la cuestión de la investigación doctoral en curso. Se requerirá la asistencia a clases establecida en el reglamento. Se espera un trabajo de 4 a 6 páginas de extensión (mínimo 1600 – máximo 3000 palabras), bajo normas de citado APA.

Bibliografía

Aparici, R & García-Marín D. (2018) Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas. *Comunicar*, 55(26), pp. 71-79.

Han, B (2014) *Psicopolítica*. Barcelona: Herder.

Magallanes Udovicich, M. (2014) Ciberperiodismo: digitalización de redacciones, neorutinas y estrés laboral. *Teknokultura*; 11(3): 607-636. Recuperado el 02 de octubre de 2023 en <http://hdl.handle.net/11336/37190>

Srnicsek, N. (2018) Capitalismo de plataformas. Buenos Aires: Caja Negra.

Warner, M. (2012) *Público, públicos, contrapúblicos*. México: Fondo de Cultura Económica

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.



11. ANTROPOLOGÍA DE LA CONTEMPORANEIDAD

Objetivos:

- Reflexionar antropológicamente acerca de las formas culturales de los mundos contemporáneos.
- Problematizar el giro etnográfico en las ciencias sociales y las artes contemporáneas.

Contenidos mínimos

La construcción del punto de vista antropológico y el giro etnográfico en las ciencias sociales, las humanidades y las artes. Antropologías en la sociedad del espectáculo: Los aportes de la Internacional Situacionista. Culturas híbridas. Antropologías en un mundo poscolonial/decolonial. La relación Norte/Sur en la Antropología. Discutir la cultura es discutir la raza y el género. Antropología e interseccionalidad. Antropología Queer. Perspectivismos. El problema de la cultura: Pragmática histórica del término cultura y la transformación de la cultura en un recurso. Capitalismo cultural y economía de la cultura. Consumos culturales, fans y la formación de un “star system”. Análisis de casos: la música y los festivales musicales; el animé y el manga; cultura cannábica, festivales artísticos y lucha por derechos. La antropología y los mundos del arte: la producción social de los productores culturales. La emergencia de la gestión cultural y el diseño de políticas culturales. Análisis de casos: Activismos y militancias; la ópera y el gusto por el jazz. Subjetividades y sujeciones contemporáneas: el lugar de la cultura y la violencia. Cultura y muerte. Análisis de casos: Narcocapitalismo y necroempoderamiento; capitalismo gore y zombies. Cultura, comunicación y mundos digitales. Las redes sociales y la etnografía on line. Análisis de casos: “Only Fans” y capitalismo farmacopornográfico.

Modalidad de Evaluación:

La evaluación incluye la participación en clase a través de ejercicios de exposición y un trabajo integrador final escrito. Las fechas de entrega de la evaluación son las estipuladas por el reglamento. Se requerirá el porcentaje de asistencia a clases en los términos establecidos por el reglamento.



Bibliografía:

Ortner, S. (2006). Capítulo 3. *Antropología y Teoría Social. Cultura, poder y agencia* (pp. 79-96). San Martín: UNSAM edita.

Taussig, M. (2014) *Belleza y violencia: Una relación aún por entender*. Popayán, Colombia: Editorial Universidad del Cauca.

Viveiros de Castro, E. (2013) *La mirada del jaguar. Introducción al perspectivismo amerindio*. Buenos Aires: Tinta Limón.

Williams, R. (1997). Lenguaje, pp. 32-58, Base y superestructura, La determinación y La hegemonía. *Marxismo y literatura* (pp. 93-101/102-108/129-136). Barcelona: Ed. Península.

Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.

12. CONSUMOS CULTURALES Y PROCESOS DE RECEPCIÓN

Objetivos:

-Introducir a los/las estudiantes en el estudio de las principales tradiciones teóricas que abordan la recepción y el consumo desde una perspectiva comunicacional, estableciendo un diálogo con los aportes fundacionales de otras sedes disciplinarias.

-Adquirir conocimientos que permitan comprender las distintas posiciones epistemológicas y políticas sobre las cuales se construyen esas tradiciones teóricas.

-Aportar a la actualización de los debates en torno a la especificidad de las nociones de consumo y de recepción en los estudios contemporáneos.

Contenidos mínimos

Recepción/consumo. Aportes fundacionales de la antropología, la economía y la teoría literaria. Recepción y consumo en los estudios de comunicación: paradigmas, tradiciones



de análisis y modelos interpretativos. El modelo funcionalista y la teoría de los usos y gratificaciones. La propuesta de la semiótica estructuralista: la recepción como momento de reproducción de la ideología. El giro hacia el sujeto: tensiones entre codificación y decodificación. La decodificación como práctica situada: los *cultural studies* y las etnografías de las audiencias. La cuestión de la identidad en estudios de consumo cultural: género, raza y condición etaria. Recepción y consumos culturales desde la tradición latinoamericana. Entrar/salir de la modernidad: la historia como variable de análisis de la relación entre medios y culturas populares. Los procesos de recepción y consumo desde una perspectiva política. Modelos interpretativos en la tradición intelectual latinoamericana acerca de las relaciones entre apropiación cultural y poder: hibridación, mestizaje, transculturación, canibalismo. Ciudadanía, consumo y participación en la esfera pública. Consumos digitales y emergencia de la figura del prosumidor. Ciudadanía y algoritmización. Consumos culturales y diseño de sí: inscripciones de la subjetividades en la red.

Modalidades de evaluación:

La evaluación se realiza por medio de un trabajo final escrito en el que el/la estudiante elabora una reflexión crítica de las lecturas y problemas discutidos en clase, con la posibilidad de vincular dichas cuestiones a sus propios temas de investigación. Se requerirá la asistencia a clases establecida en el reglamento.

Bibliografía

- Álvarez, L. (2019). *(Re) pensar la ciudadanía en el siglo XXI*. Ed. Universidad Nacional Autónoma de México.
- García Canclini, N. (2020). *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Bielefeld University Press. Recuperado el 02 de octubre de 2023
- Grimson, A. & Varela M. (1999). *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre la televisión*. Eudeba.
- Groys, B. (2014). *Volverse público: las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. Caja Negra.
- Hall S. & Morley D. (2018). *Essential essays. Volume 1*. Duke University Press.



Jáuregui, C. (2008). *Canibalia: canibalismo, calibanismo, antropofagia cultural y consumo en América latina*. Iberoamericana- Editorial Vervuert.

Kellner, D. (2011). *Cultura mediática: estudios culturales, identidad, y política entre lo moderno y lo posmoderno*. Akal.

Morley D. & Bixio A. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu editores.

Reguillo, R. (2017). *Paisajes insurrectos: Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. Ned Ediciones.

Wortman, A. (2018). *Un mundo de sensaciones: sensibilidades e imaginarios en producciones y consumos culturales argentinos del siglo XXI* (Primera edición). Instituto de Investigaciones Gino Germani Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Buenos Aires – CLACSO.

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.

13. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN I. METODOLOGÍA CUANTITATIVA

Objetivos:

-Contribuir al desarrollo de la capacidad para elaborar y aplicar proyectos de investigación enfocados en las dimensiones cuantificables de los fenómenos de comunicación social.

-Reflexionar sobre el estatuto epistemológico de la perspectiva cuantitativa, su utilidad y ubicación al interior del campo de las investigaciones sobre Comunicación Social.



Contenidos mínimos:

La metodología y el análisis de datos como componente del diseño del proyecto de investigación. La comprobación: la estructura de los datos, diseño y matriz de trabajo. Unidades de análisis y problemas de muestreo, las variables como sistemas de clasificación y espacio de propiedades. Sistematización de la información: la matriz de datos como herramienta, del modelo experimental al modelo de asociación. Sistematización y procesamiento de la información. Elementos de estadística descriptiva: tablas gráficas y medidas de posición. Manejo básico de software de análisis de datos. Análisis estadístico bivariado. Caracterización de grupos a partir de modalidades. La minería de datos. Del análisis bivariado al análisis multidimensional. Introducción al análisis de correspondencias. Análisis Factorial de Correspondencias simple o binario. Lectura de gráficos factoriales. La crítica al análisis estándar de datos y el análisis de correspondencias múltiples. Análisis de la dimensión estructural en investigaciones en comunicación social. Los métodos de clasificación. El armado de clases y tipologías. Análisis de datos textuales mediante el SPAD. El análisis de contenido y la estadística léxica. Tratamiento estadístico en el análisis de preguntas abiertas y su articulación con variables estructurales. El uso de datos secundarios: principales fuentes secundarias disponibles.

Modalidades de evaluación:

La evaluación del curso se realizará por medio de un trabajo de análisis e interpretación de un conjunto de datos –provistos por el docente o a propuesta de los/las cursantes– donde puedan demostrar haber comprendido las implicancias del método cuantitativo en el análisis de fenómenos comunicacionales. Para ello se deberá explicitar de qué modo y por qué la perspectiva cuantitativa puede aportar a la construcción de conocimientos para la mejor comprensión de una investigación en marcha, o la problematización de un fenómeno comunicacional que interese abordar como objeto de estudio. Se requerirá la asistencia a clases establecida en el reglamento.

Bibliografía:



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

- Baranger, D. (1999). *Construcción y análisis de datos. Introducción al uso de técnicas cuantitativas en la investigación social*. Misiones: Editorial Universitaria.
- Bologna, E. (2013). *Métodos Estadísticos de Investigación, nueva edición reordenada, corregida y ampliada de Estadística para Psicología y Educación*. Córdoba: Editorial Brujas.
- Bourdieu, P., Chamboredon, J-C & Passeron, J-C (1987). *El oficio del sociólogo. Presupuestos epistemológicos* (10ª edición en español) Mexico: Siglo XXI.
- Marradi, A., Archenti, N. & Piovani, J. (2018). *Manual de metodología de las ciencias sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Moscoloni, N. (2005). *Las nubes de datos. Métodos para analizar la complejidad*. Rosario: UNR Editora.

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.

14. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN II. METODOLOGÍA CUALITATIVA

Objetivos

- Problematizar los distintos paradigmas, perspectivas teóricas y diseños cualitativos de investigación que guían la elección metodológica en el campo de las ciencias sociales y la comunicación.
- Reconocer el instrumental metodológico y técnico para abordar problemas desde distintas perspectivas teórico – metodológicas, diferenciando sus posibilidades y limitaciones.
- Promover la apropiación de herramientas metodológicas que permitan a los alumnos transferirlas a sus propios proyectos de investigación en pos de abordar las problemáticas por ellos seleccionadas para investigar en el marco del Doctorado.

Contenidos mínimos:

Metodología e investigación cualitativa. Naturaleza y definición. Orígenes, desarrollo, debates y perspectivas. Investigación cualitativa y pensamiento decolonial: nuevos desafíos. El diseño de investigación según pautas de organismos de investigación: un repaso de sus componentes principales. El diseño de investigación cualitativo y sus



características distintivas. Resumen. Introducción. Propósitos. Contexto conceptual. Presupuestos teórico-epistemológicos del investigador y de la investigación. Aportes al conocimiento y a la conceptualización del problema en estudio. Pregunta de investigación. Método. Particularidades del software de tratamiento cualitativo de datos. Tipos de relación con los sujetos en estudio; cuestiones éticas. Bibliografía. Cronograma. El método biográfico y las historias de vida. Investigación Participante. La investigación acción. Estudios de caso. Observación. Observación documental. Conversaciones: Entrevista y grupos focales. Talleres, testimonios. Elaboración de datos a partir de fuentes secundarias. Determinación de las unidades de observación y unidades de análisis. La *Grounded Theory* como estrategia cualitativa de investigación. Algunos principios epistemológicos y metodológicos. Muestreo teórico. Método de comparación constante. Saturación muestral y teórica. Aproximaciones a la codificación. Resultados. Trabajo de campo. Acceso, inserción y construcción de mapas. Triangulación.

Modalidades de evaluación:

La aprobación del curso estará sujeta al cumplimiento de los requisitos de asistencia fijados por la carrera, y a la realización y aprobación de un trabajo escrito e individual, monografía o ensayo, que dé cuenta de los contenidos del módulo. La extensión prevista es entre 15.000 y 25.000 caracteres. El trabajo deberá ser entregado según los plazos estipulados en el reglamento.

En la valoración del trabajo escrito se tendrán en cuenta:

- capacidad de análisis, reflexión y construcción de pensamiento propio.
- integración de lecturas realizadas y relacionadas para contrastar ideas y argumentos expuestos utilizando bibliografía obligatoria, complementaria y ampliada.

Bibliografía:

Chamaz, K. (2013). La teoría fundamentada en el siglo XXI. Aplicaciones para promover estudios sobre la justicia social en Denzin, N. y Lincoln, Y. (Coords.), *Manual de investigación cualitativa. Volúmen III. Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Cohen N. & Gómez Rojas, G. (2019). *Metodología de la investigación ¿para qué? La producción de los datos y los diseños*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Teseo.



- Denzin, N. & Lincoln Y. S. (eds.). (2011). *El campo de la Investigación Cualitativa. Manual de investigación Cualitativa Volumen I.* ed. México: Gedisa. En inglés. *The Sage Handbook of Qualitative Research*, California, Sage Publications.
- Denzin, N. K. y Lincoln Y. S. (eds.). (2013). *Manual de Investigación Cualitativa: Vol III. Las estrategias de investigación cualitativa.* Barcelona: Gedisa.
- Denzin, N. K. y Lincoln Y. S. (eds.). (2017) *Manual de Investigación Cualitativa: Vol. V. El arte y la práctica de la interpretación, la evaluación y la presentación.* Barcelona: Gedisa.
- Guber, Rosana (2011). *La Etnografía. Método campo y reflexividad.* Bs As, Argentina: Siglo XXI Ed.
- Guber, Rosana (2013). *La articulación etnográfica. Descubrimiento y trabajo de campo de la investigación de Esther Hermitte.* Buenos Aires: Biblos.
- Maxwell, J.A. (2013). 1. Model for Qualitative Research Design, en J. A. Maxwell. *Qualitative Research Design. An Interactive Approach.* (Tercera Edición) Pp. 1-21. Los Ángeles/London/New Delhi/Singapore/Washington DC: Editorial Sage.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2008). Los fundamentos epistemológicos de la metodología cualitativa. En Néstor Cohen y Juan Ignacio Piovani (comps.) *La metodología de la investigación en debate.* Buenos Aires: Eudeba - Edulp.
- Vasilachis de Gialdino, I. Estrategias de investigación cualitativa I (coord.) (2007). Barcelona: Gedisa.
- Vasilachis de Gialdino, II (Coord) (2019) . Estrategias de investigación cualitativa II. Barcelona: Gedisa.

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.

15. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN III. ANÁLISIS DEL DISCURSO

Objetivo:

-Promover en los/as doctorandos/as el desarrollo de competencias conceptuales y analíticas que les posibiliten proyectar y ejecutar investigaciones comunicacionales con una



perspectiva crítica, rigurosa e interdisciplinaria a partir de los aportes teórico-metodológicos de los estudios del discurso.

Contenidos mínimos:

El análisis del discurso en la investigación comunicacional. Líneas de investigación en Argentina: lectura y revisión de trabajos actuales. Análisis del discurso como una técnica de investigación cualitativa y como campo disciplinar/interdisciplinar. Su inscripción epistemológica. El campo de emergencia de los estudios discursivos: crisis del análisis estructural y emergencia de los enfoques pragmáticos en los estudios de los lenguajes: breve genealogía. Algunos conceptos clave: signo ideológico, enunciado/discurso, dialogismo/intertextualidad, tipos y géneros discursivos, lo explícito y lo implícito (presupuestos e implicaturas). El poder de los discursos. La materialidad de los procesos de significación. Semiosis, discurso social y hegemonía discursiva: discusiones metodológicas relativas a dos teorías discursivas contemporáneas. El problema de las unidades de análisis en la investigación de la comunicación mediatizada desde un enfoque discursivo. Nociones para abordar los discursos mediatizados: interacciones, interfaces, dispositivos técnicos, géneros, usos sociales. El anclaje subjetivo de la discursividad y algunos procedimientos para su análisis. La dimensión enunciativa. Marcas, huellas y estrategias enunciativas. Otros niveles de abordaje de los discursos: la dimensión narrativa y la dimensión retórico-argumentativa. Su especificidad. Análisis del corpus y elaboración de hipótesis interpretativas fundadas. Saberes e imaginación para elaborar respuestas a los problemas. La posición del analista.

Modalidades de evaluación:

Será condición para aprobar el curso la presentación de un trabajo escrito de análisis discursivo, preferentemente relacionado con la investigación doctoral, en el que se retomen, articulen y operacionalicen problemáticas y categorías desarrolladas. Se requerirá la asistencia a clases establecida en el reglamento.

Bibliografía:

Amossy, R. (2017). Apología de la polémica. Buenos Aires: Prometeo.



- Angenot, M. (2010). El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Arnoux, E. (2006). Análisis del Discurso. Modos de abordar materiales de archivo. Buenos Aires: Santiago Arcos.
- Arnoux, E. (2021). El análisis del discurso en Latinoamérica: Objetos, perspectivas y debates. *Revista Signos. Estudios de Lingüística*, 54 (107).
- Austin, J. (1982). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.
- Ducrot, O. (1984) *El decir y lo dicho*. Buenos Aires: Hachette.
- García Negroni, M. M. y Tordesillas Colado, M. (2001). *La enunciación en la lengua. De la deixis a la polifonía*. Gredos.
- Londoño Zapata, O., et al (2019) *Métodos de Análisis del Discurso / Varios*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Maingueneau, E. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.

16 . TALLER DE TESIS II

Objetivos:

- Reflexionar sobre los aspectos metodológicos para faciliten la elaboración del proyecto de tesis doctoral.
- Profundizar el desarrollo del estado de la cuestión sobre la problemática abordada.
- Revisar críticamente la estrategia metodológica para la elaboración del proyecto.
- Elaborar el proyecto de tesis.

Contenidos mínimos:

Tipos y niveles de investigación. Definición y tipos de diseño. La relación teoría – realidad. La configuración de los objetos sociales en el proceso de investigación. Obstáculos



epistemológicos en la formulación de la pregunta inicial. Consideraciones en el planteamiento del problema. La identificación de una situación problemática: La necesidad de delimitar y descomponer las dimensiones del problema. Alcance y objetivos de la investigación. La problematización en torno a la construcción del objeto de estudio. El estado de la cuestión: la Tesis Doctoral en marcha. Contexto conceptual. Organización del estado de la cuestión. El problema de la naturalización de los datos en la confrontación empírica. La relación entre teoría y realidad. Elaboración del diseño metodológico. Hipótesis: definición, tipos, estructura, formulación y condiciones. Niveles de abstracción: operacionalización de variables. Supuestos y dimensiones. Unidades de análisis. Universo. Muestra y corpus. Relación entre los componentes de la hipótesis y la recolección de datos. Vínculos entre medición, observación y dato. Criterios para la selección de técnicas de recolección de datos. Técnicas de recolección de datos usuales en la investigación de la comunicación. Conceptualización, tipos, posibilidades y limitaciones. Redacción y exposición de la primera versión del proyecto de tesis.

Modalidades de evaluación:

Será condición para aprobar el curso la realización de las prácticas áulicas y extráulicas y la presentación de un proyecto de tesis. En el transcurso del Taller se evaluará el avance y realización del proyecto. Los criterios de evaluación son: originalidad y factibilidad de la propuesta, coherencia teórica- metodológica, desarrollo del estado del arte, precisión metodológica y aspectos formales. Se requerirá la asistencia a clases establecida en el reglamento.

Bibliografía:

García Lucero, D. (2018). *La tesis como actividad estructuralista*. (1ra Edición) Córdoba, Argentina: Facultad de Ciencias de la Comunicación, UNC.

Vasallo De López, M. y Fuentes Navarro, R. (comps) (2005) *Comunicación. Campo y objeto de estudio*. Guadalajara: Ed. CUCSH.

Sautu, R. (2003) *Todo es teoría. Objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Lumiere.



Galindo Cáceres, L. (2009). Relación entre problema y preguntas. Apuntes para un taller de investigación en Comunicación y Cultura en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. XV, Núm. 29, pp. 149-160. México: Universidad de Colima.

Sautu, R & Otros (2010). *Manual de Metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. (Segunda edición). Buenos Aires: Clacso, Prometeo libros.

Hernandez Sampieri, F. y et. al. (2014) *Metodología de la investigación*. (Sexta Edición). Mexico: Ed. Mc Graw Hill. México.

López Yepes, J. (2010). *Como se hace una tesis. Trabajos de fin de grado, máster y tesis doctorales*. México: Library Outsourcing Service, Centro universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.

Cortez Ruiz, C. (2014). Investigación y acción social. Formas de trabajo, experiencias y reflexiones. Coyoacán, México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.

CICLO DE ESPECIALIZACIÓN: NIVEL III

En este nivel los doctorandos/as tendrán que cursar tres Seminarios Optativos de la oferta que brinda el Doctorado en Comunicación Social. Se dictarán al menos seis (6) Seminarios Optativos por año. La oferta de seminarios propios de la carrera de Doctorado es renovada en forma periódica atendiendo especialmente a las demandas que surjan de los temas de investigación presentados en las admisiones y definida por el Consejo Académico de la carrera.

17. SEMINARIO OPTATIVO

18. SEMINARIO OPTATIVO

19. SEMINARIO OPTATIVO

20. TALLER DE TESIS III



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

Objetivos:

- Adquirir las destrezas para comunicar de modo escrito los resultados de una investigación científica en el género tesis, asegurando su legibilidad y corrección en forma y contenido.
- Producir avances necesarios en la escritura de la tesis individual.

Contenidos mínimos:

Una mirada integral de la tesis doctoral: La relación entre teoría, método y realidad: revisión de la relación del tema y el problema con la teoría. Relación de la teoría con la realidad empírica. La tesis como posibilidad del discurso académico: etapas, elementos, estructura. La importancia de la tesis doctoral como instrumento de comunicación del conocimiento científico. Aspectos prácticos de la presentación formal: citas, notas y referencias. Elaboración del índice general. El estilo en la redacción final. Modos de organización del discurso escrito. Gráficos y esquemas. Otros componentes del diseño de la tesis. Estructura de la tesis. Pautas generales formales para su escritura. Registros de escritura.

Modalidades de evaluación:

Para aprobar el Taller se requerirá la asistencia reglamentaria a clases, la aprobación de las exposiciones de avance y la entrega del trabajo final. Finalizada la primera etapa (30 hs) se presentará un índice analítico de la tesis; y al término de la segunda (30 hs), se presentará un avance de la tesis de 40 o 50 (carillas) de un capítulo de la tesis de doctorado con opción a un recuperatorio. Se requerirá la asistencia a clases establecida en el reglamento.

Bibliografía:

- Arán, P. (2020) *Diseño del proyecto de tesis de una investigación literaria. Propuesta semiodiscursiva*. CABA: Ed. Biblos.
- APA (2010), Manual de publicaciones. México D.F.: Manual Moderno.
- Botta, M. (2002) *Tesis, monografías e informes. Nuevas normas y técnicas de investigación y redacción*. (1° ed.) Buenos Aires: Ed. Biblos.
- Eco, U. (1999) *Cómo se hace una tesis*. Barcelona: Ed. Gedisa.



Walker, M. (1997) *Cómo escribir trabajos de investigación*. Barcelona: Ed. Gedisa.

Aclaración: la bibliografía completa se presenta en el programa, por unidades temáticas.



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: ANEXO 2- Plan de Estudios del Doctorado en Comunicación Social

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 46 pagina/s.