



**FACULTAD DE PERIODISMO
Y COMUNICACION SOCIAL**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

**TRAMAS Y TENSIONES EN LA
CONFIGURACIÓN DE LA
FORMACIÓN DE POSGRADO EN
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN
EN ARGENTINA
AL AÑO 2018**

DOCTORANDO: MARTÍN STRAH

UNLP

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

DIRECTOR: WASHINGTON URANGA

Una reflexión antes de adentrarnos en la investigación

“¿Es de equidad que durante años hayamos poblado la Provincia de Buenos Aires de universidades públicas cuando todos los que estamos acá sabemos que nadie que nace en la pobreza en la Argentina hoy llega a la universidad?”

María Eugenia Vidal, 30 de mayo de 2018

Avanzado ya en el recorrido de esta investigación, en el transcurso de las entrevistas en profundidad, aparece esta frase que tiene nombre y apellido pero bien podría tener algún otro autor, o muchos. Por unos momentos la frase me invitó a la reflexión sobre si estaba en el lugar correcto: intentando finalizar una tesis doctoral en una universidad pública. Nieto e hijo de inmigrantes europeos que escapando de la segunda guerra mundial llegan al país como única opción de supervivencia. Y llegan sin nada: sin forma de comunicarse, sin elementos materiales. Solamente con la expectativa de conseguir un trabajo que permitiese sostener la familia y comenzar una nueva vida. Y el trabajo para ellos fue una constante y un valor que se mantuvo desde iniciada la adolescencia hasta el día de hoy avanzados los años. Estudiar no era prioridad, se tenía que trabajar. Finalizar la escuela primaria para trabajar y ayudar en un hogar con seis hermanos –en el caso de mi madre-; finalizar la escuela técnica secundaria y salir a trabajar para sostener a una madre viuda y una hermana –en el caso de mi padre-. Está claro que la universidad no era una opción ni una posibilidad.

¿Por qué esta descripción personal? La mayoría de los manuales y textos relativos a los procedimientos de una investigación señalan como una de las principales etapas del proceso a la contextualización. El párrafo precedente refiere al contexto en que surge esta tesis. Un contexto de tres hermanos que llegan a la universidad y se convierten en profesionales; uno de ellos aspirante a obtener un título de doctorado. Y aunque esto pueda interpretarse como una justificación personal, la realidad nos muestra que aparecen numerosas historias similares en la mayoría de las universidades públicas del conurbano, donde los datos reflejan que –en varias de ellas- más de un 70% de sus graduados son “primera generación” universitaria.

Entonces, si la pregunta inicial se convirtiese en hipótesis podríamos afirmar que es falsa: el lugar de nacimiento no determina el acceso a la universidad. Incluso podrían citarse numerosos estudios sobre cómo en los lugares más desfavorecidos del conurbano bonaerense la llegada de una universidad pública significó la posibilidad de acceso para un sector de la población que no podría haberlo concretado de otra forma. Seguramente la hipótesis sería verdadera si nuestro sistema de educación superior no contase con universidades públicas y gratuitas.

La primera parte de la pregunta, respecto de si es de equidad que durante años hayamos poblado la Provincia de Buenos Aires de universidades públicas es muy fácil de responder: sí. Porque generan nuevas posibilidades y nuevos derechos –afirmación que es fundamentada en el transcurso de esta investigación-. El problema surge cuando se intenta instalar un concepto falso de universidad, más asociado a un gasto que a una inversión social.

¿Está mal entonces que aquellos que no nacimos en contextos favorables hayamos llegado a la universidad? Para algunos está mal. Muchos lo piensan, algunos lo expresan.

Y esta afirmación, que inicialmente me llevó a pensar si estaba en el lugar correcto, se convirtió en un elemento de impulso y de motivación, en un hecho de militancia que intenta hacer visible la historia de muchos otros que con esfuerzo, dedicación y el apoyo de la universidad pública logran cumplir sus objetivos académicos, profesionales y personales.

Estoy en el lugar correcto.

Martín Strah

Agradecimientos

- A la universidad pública por ofrecerme la posibilidad de asistir a una institución con tradición, con historia y con prestigio.
- A la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP por su compromiso con la educación pública y el campo del periodismo y la comunicación, y por brindarme la posibilidad de asistir a un posgrado de calidad.
- A mi Director, Washington Uranga, hoy un amigo. Por su predisposición, su tiempo, y su confianza. Por ofrecer motivación y apoyo constante; por respetar mis ideas y acompañar mi incertidumbre en el camino de la tesis.
- A los compañeros y compañeras que trabajan en la Facultad, por haberme ayudado en cada etapa de este doctorado con gentileza y buena predisposición para resolver mis inquietudes. A Pablo y a Lía por responder cada mail, cada consulta, y siempre ayudar con una respuesta positiva.
- A los docentes, por su generosidad en compartir sus conocimientos, por la iniciativa constante en generar nuevas discusiones, por enriquecer los debates, y por permitir la posibilidad de un vínculo docente-alumno fluido y ameno.
- A los colegas entrevistados, por el tiempo que me dedicaron más allá de sus cargos y responsabilidades formales, por la buena predisposición a reflexionar sobre sus prácticas y responder las inquietudes planteadas, y por el interés manifestado en el objeto de estudio.
- A mis compañeros de cursada, por haber compartido momentos de profundidad en los debates y discusiones, por dejarme aprender de ellos y por haberme permitido conocer un grupo humano generoso excepcional.
- A Alejandro y a Pamela, por leer y releer, por sugerir cambios y correcciones, por sus puntos de vista y sus opiniones, por su tiempo y dedicación, y por haber sentido este trabajo como propio.
- A los viejos, por su esfuerzo durante años, y por haber generado las condiciones para poder asistir a la universidad y haber finalizado esta investigación.

- A los amigos, por su entendimiento, comprensión y contención en los momentos en los uno siente que todo eso es necesario.
- A Sol, mi esposa y compañera, por acompañar, redundancia imprescindible de utilizar en este caso.
- A Juli, quien en sus primeros años de vida permitió –sin saberlo- que su papá se ausentase muchos sábados, se fuese temprano y volviese tarde para cumplir con este desafío.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	3
ÍNDICE	5
MAPA DE LECTURA	7
PRIMERA PARTE	11
LA CUESTIÓN METODOLÓGICA.....	11
SIGLAS Y ACRÓNIMOS	29
LA INSCRIPCIÓN EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN / EDUCACIÓN ...	31
EL SISTEMA UNIVERSITARIO: SUS ORÍGENES Y	
LA HISTORIA ARGENTINA	44
El creciente rol de la Universidad de Buenos Aires	49
UNLP: la planificación de una universidad nueva	51
La Reforma del 18	53
Las primeras escuelas de periodismo en Argentina (y América Latina)	56
La política de educación superior en el peronismo	59
La Universidad Obrera	62
Laica o libre: la discusión post-peronismo	63
La gravitante participación política estudiantil	65
La última dictadura	68
El retorno democrático y el ordenamiento universitario	69
LA DÉCADA DEL 90	71
El neoliberalismo, su impacto regional y nacional y el impacto en	
las universidades argentinas	71
La explosión de los posgrados durante la década del noventa	76
Las transformaciones en materia de comunicación	78
EL SISTEMA UNIVERSITARIO ARGENTINO HOY	82
El perfil actual y sus recientes transformaciones estructurales	90
Nueva realidad. Nuevos derechos	94
LAS CARRERAS DE GRADO DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN	
EN ARGENTINA	99
Los orígenes en Argentina: contexto y rol de la	
Universidad Nacional de La Plata	106
Las carreras de grado de periodismo y comunicación	
en Argentina en la actualidad	112
UN POCO DE HISTORIA SOBRE LOS POSGRADOS	129
LOS POSGRADOS EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN	142
SEGUNDA PARTE	158
MARCO NORMATIVO	158
LA CARACTERIZACIÓN DE LAS CARRERAS DE POSGRADO	
EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN	164

LOS PROYECTOS FORMALES DE CARRERA PRESENTADOS	
ANTE CONEAU	191
LA VOZ DE LOS REFERENTES	206
LAS DENOMINACIONES	214
FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CREACIÓN Y DISEÑO DE UNA CARRERA DE POSGRADO	228
FACTORES POLÍTICOS	229
FACTORES INSTITUCIONALES	234
FACTORES ACADÉMICOS	241
FACTORES VINCULADOS A LA PROFESIÓN	246
FACTOR REGIONAL	252
LA INTROSPECCIÓN COMO ELEMENTO COMÚN	254
LOS PERSONALISMOS	261
LA FORMACIÓN DE POSGRADO EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COMO PROCESO DE “RE-GENERACIÓN” DE CONOCIMIENTOS	265
LA INFLUENCIA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN LAS CARRERAS DE POSGRADO	271
CONCLUSIONES	276
BIBLIOGRAFÍA	287
ANEXOS	301

MAPA DE LECTURA

El primer recorte que plantea esta investigación, ya desde el principio, es su inscripción en el campo de la Comunicación/Educación; decisión que será fundamentada avanzado el desarrollo de los capítulos. Para la organización de los diferentes niveles de análisis y descripción que se presentan de aquí en adelante se toma como eje organizador una de las definiciones que realiza Jorge Huergo respecto al campo de la Comunicación/Educación. Este importante referente académico la ha concebido -a la práctica en terreno prevista para Comunicación/Educación- a partir de la figura del viaje. Tal metáfora implica pensar que cuando emprendemos un viaje (o el recorrido por el terreno de la Comunicación/Educación), prevemos experiencias, planificamos trazados, nos predisponemos a realizar determinados recorridos y llegar a algunos sitios para desandar determinadas prácticas.

Este viaje se encuentra organizado en capítulos o estaciones que nos van trasladando desde los interrogantes iniciales y las aproximaciones a ciertas respuestas hacia las conclusiones que se posicionan como nuevos interrogantes, nuevas inquietudes y nuevas posibilidades de interpelación. En el medio del camino, aparecerán capítulos o estaciones de naturaleza más descriptiva y otros de naturaleza analítica que permiten desandar las tramas y tensiones que subyacen al objeto de estudio planteado. Para la organización de la lectura de esta tesis se proponen dos grandes trayectos o etapas en el interior del viaje que vamos a emprender.

Primera parte del viaje

Se trata aquí de dotar al objeto de estudio de esta investigación de una contextualización temporal, espacial, metodológica y académica. Todo manual de investigación social da cuenta de la importancia de la contextualización: el objeto de estudio no debe abordarse de forma aislada; y esta primera parte del viaje tiene como objetivo situar la investigación en su contexto.

La primera etapa se inicia con la denominada “cuestión metodológica” donde se sientan las bases de esta investigación y se reflexiona sobre el camino a recorrer a lo largo de la tesis. Se plantean los interrogantes iniciales que han dado un marco al trabajo investigativo y que se derivan en un objetivo general y objetivos específicos. En este mismo trayecto se desarrollan

las herramientas de recolección de datos que se utilizarán para la consecución de los objetivos propuestos y un acercamiento a las respuestas de los interrogantes planteados.

Como se ha dicho, el desarrollo de la temática propuesta nos lleva a inscribir esta tesis en el campo de la Comunicación/Educación. Esta decisión es fundamentada en esta primera etapa y tiene principal sustento en la obra de Jorge Huergo y sus aportes a este campo de estudio. En el siguiente capítulo de la primera etapa, empezamos a desandar el “de dónde venimos”. La formación de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina no puede ser analizada alejada del sistema universitario argentino. Es por esto que aquí –más allá de no ser esta una tesis historiográfica- se presenta el recorrido que han transitado las instituciones universitarias en nuestro país, y cómo ese recorrido se ha visto influenciado por los principales sucesos políticos de nuestra historia.

El recorrido por la historia argentina especialmente vinculado a la conformación del sistema universitario argentino nos invita a realizar una parada especial en la década del 90, cuyo desarrollo refleja un impacto sustancial en el objeto de estudio de esta investigación y en la educación superior en su conjunto. Avanzando en el camino, el próximo capítulo aborda las particularidades del sistema universitario argentino, focalizando en su composición y en la evolución que dicho sistema ha transitado especialmente en los últimos años.

En el marco de una contextualización de tipo académica se presenta la necesidad de indagar respecto de la instancia previa a toda formación de posgrado como lo son las carreras de grado. Se presenta en este apartado una descripción sobre los orígenes y la evolución de las carreras de periodismo y comunicación en Argentina y en la región latinoamericana y centroamericana; con un foco especial en el rol de la Universidad Nacional de La Plata en el surgimiento de este tipo de formación; hasta llegar a la caracterización de las carreras en Argentina en la actualidad.

En los capítulos “un poco de historia sobre los posgrados” y “los posgrados en periodismo y comunicación” -y para completar la contextualización del objeto de estudio- se presenta una aproximación a la historia de los posgrados en el país y en Latinoamérica; en primera instancia a nivel general de todas las disciplinas, y en segundo lugar con énfasis en los posgrados en periodismo y comunicación. De esta forma se completan las bases sobre las cuales se construye y aborda el objeto de estudio de esta investigación: las tramas y tensiones en la configuración de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina al año 2018.

Segunda parte del viaje

Esta segunda parte comienza con un capítulo dedicado a explicar la normativa que regula la formación de posgrado en nuestro país incluida en la Ley de Educación Superior 24.521, donde se explicitan también los diferentes tipos de carrera de posgrado que se reconocen en nuestro país.

En el capítulo “la caracterización...” se realiza una descripción de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación en nuestro país: cantidad de carreras, universidad donde se dictan, tipo de institución universitaria y región del país donde se dicta.

La próxima detención es en el análisis de los proyectos formales de carreras presentados ante la CONEAU. Siendo los proyectos formales una fuente importante de esta investigación, se indagan aquí las principales características de estos proyectos con el fin de identificar tendencias, similitudes, diferencias, fortalezas y debilidades.

Las personas entrevistadas en el marco de esta tesis son consideradas referentes de la formación de posgrado en periodismo y comunicación en el país. En el capítulo “la voz de los referentes” se presenta la vinculación de los académicos seleccionados con los distintos espacios de formación de posgrado en el país.

En los cuatro capítulos siguientes el foco está puesto en los factores que inciden en la creación y diseño de una carrera de posgrado. A fines de estructurar el análisis de estos factores, han sido separados en políticos, institucionales, académicos y profesionales. La historia de los actores referentes en la vida de las carreras estudiadas permite un análisis profundo de esta variable.

Continuado en este viaje de la tesis, la mirada se detiene en la variable regional y geográfica en cuanto a la distribución de la oferta en el país. Siguiendo, se pone el foco en lo común y lo distintivo entre la formación en las universidades públicas y las universidades privadas; y sus niveles de integración. Los testimonios de los referentes han generado una parada obligada para analizar la influencia de los personalismos en las carreras de posgrado y en las instituciones universitarias.

Los últimos dos capítulos de esta parte se proponen una mirada más amplia. Por un lado el desarrollo del perfil de las carreras nos permite preguntarnos sobre si estos procesos de

formación generan algún impacto en la sociedad en su conjunto y, por otro lado, indagar respecto de la influencia de las políticas públicas en este tipo de formación.

La llegada a destino y nuevos puntos de partida

La investigación llega a su destino y finaliza este viaje en las conclusiones. El recorrido por las distintas fuentes de información y la profundización en el análisis de cada uno de los capítulos propuestos permite llegar a destino con una serie de afirmaciones que nos aproximan a las respuestas de los interrogantes inicialmente planteados. Y es aquí donde hay un volver a empezar. Las teorías de investigación social señalan que el producto de un proceso de investigación es el conocimiento científico que se transforma en medio de nuevas investigaciones y en condiciones de investigación para nuevos procesos respecto de nuevos objetos. Y así es que comienza un nuevo viaje.

PRIMERA PARTE

LA CUESTIÓN METODOLÓGICA

Reflexiones acerca del *camino* recorrido

La ciencia moderna es el arquetipo del conocimiento. Aquella cualidad humana de vinculación y necesidad de aprehensión de su interioridad y contexto ha sido correspondida a través de diversas vías. Pero sólo la ciencia ha permitido hallar respuestas satisfactorias para entender la matriz de los hechos observados y sus implicancias en un plano de proyección. El éxito de su imperio radica “en la práctica de privilegiar a la razón de cada individuo para el desenvolvimiento de los interrogantes y a partir de aquí la resolución de todo tipo de problemas, antes que apelar a la magia, al mito o a la fe” (Durand y Mombrú, 2003: 27). Esta no es una decisión fortuita, pues confluyen en esta tesitura experiencias históricas mundiales y condiciones emergentes del llamado nuevo escenario burgués; vértices que hacen de la ciencia una práctica social e histórica.

Sin entrar en la polémica de su gestión y condición actual, diremos que la ciencia es una forma de conocimiento que consiste en dar explicaciones satisfactorias de todo aquello que nos parece precisar una explicación (Popper, 1994). Su valor diferencial está en la presencia de valores epistémicos como racionalidad, objetividad y sistematicidad que cimientan los enunciados elaborados a partir de un horizonte empírico y una forma específica de actuación; es decir, un método.

Es así que reafirmamos en este trabajo a la ciencia como una práctica histórica-social; como forma posible de saber ligada a valores epistémicos que demarcan su legitimidad institucional y generan, desde una superficie empírica, respuesta acotadas sobre lo real. Confluyen, además, tensiones valorativas y subjetivas que atraviesan su núcleo, y superan el debate positivista planteado en torno a la polarización hecho-valorización.

Hacemos énfasis en este conjunto de enunciados pues las ciencias sociales han sido razón de históricas controversias respecto a su fiabilidad y método en comparación con el prestigio

ganado por las ciencias naturales o exactas. Diremos, en tal sentido, que “las ciencias sociales no son exactas, pero si rigurosas” (Díaz y Heler, 2002: 158) y que coexisten en ellas instancias de validación de interpretaciones, tanto internas como externas, que sostienen su legitimidad y aporte comunitario. Es así que las ciencias sociales permiten la interpretación de un objeto de estudio, abarcativo y complejo, como lo es la realidad a partir de características propias y un método, no único, que no se corresponde, necesariamente, con el llamado saber positivo.

Entendemos la metodología, siguiendo a María Immacolata Vassallo de Lopes (2012: 13), como un “proceso de toma de decisiones y opciones que estructuran la investigación en niveles y en fases que se realizan en un espacio determinado que es el espacio epistémico”. Un espacio epistémico en el que se da una constante interacción entre el investigador, aquello que el investigador pretende conocer y el contexto en el que ese acto de conocer se produce, se construye. El investigador, entonces, está atravesado por lo recorrido en su trayecto, por sus posiciones que son construidas a partir de sus posturas teóricas y por sus pertenencias. Así, una investigación es el resultado de una serie de procesos, de articulaciones no sólo entre materiales, métodos y herramientas; sino también una articulación entre personas, otras investigaciones y producciones; recorridos que van marcando la perspectiva del sujeto investigador. El conocimiento nunca se construye en soledad, siempre parte de redes, de entramados; por lo que no podemos dejar de reconocer las condiciones de producción en la que esta tesis está inserta. Ante todo, se enmarca en una mirada acerca de la comunicación y del campo Comunicación/Educación; y la metodología no puede desprenderse de dicho posicionamiento.

Por otro lado, esta investigación se inscribe en un contexto institucional y en la pertenencia a ciertos grupos y espacios de investigación que han dado cuenta de modos de investigar y que han puesto en tensión viejas estructuras dicotómicas en los modos de construcción del campo. Retomando a Vassallo de Lopes (2012: 14), esta inscripción se construye en “mecanismos organizativos de distribución de recursos y poder dentro de una comunidad científica. Corresponde a lo que Bourdieu (1983) llama el campo científico”. El campo de la comunicación ha debido disputar y legitimar sus *haceres* científicos; pero hoy podemos señalar, siguiendo a Orozco Gómez y González Reyes, que:

“(…) no hay sólo una, ni dos, sino muchas razones para hacer investigación y que la perspectiva cualitativa no se contrapone, sino que complementa a la cuantitativa y

viceversa. La sensación que en décadas pasadas se tuvo de estar en guerra paradigmática no tiene la misma fuerza en la actualidad. Las diferencias de perspectivas para llevar a cabo la producción de conocimiento, más que marcar distancias insalvables, hoy se encuentra en un debate que cada vez más busca las complementariedades y las integraciones posibles". (Orozco Gómez y González Reyes, 2012: 203)

Desde este lugar no podemos mantenernos en una dicotomía entre la investigación cuantitativa y la cualitativa, sino desde, como señala Vassallo de Lopes (2012), una multimetodología.

El contexto socio-cultural en el que la investigación se inserta también contribuyó a la elección de determinadas formas de construir el problema, acercarse al campo y relacionar los materiales con la posición del investigador. Un tema como el que se propone conllevaría metodologías diferentes con otra configuración del sistema universitario argentino, con otras realidades políticas o con otro nivel de desarrollo y consolidación de las carreras de periodismo y comunicación.

"Sólo es "científico", elaborador de una verdad, un método que surja de una situación histórico política determinada y que verifique sus conclusiones en una práctica social en las que se pretende inscribirlas. Lo contrario, la consideración política de la "práctica científica" como fenómenos paralelos (es decir, separados), concluye –como paralelas euclidianas- sin que jamás una roce a la otra. Mientras, cada una de esas llamadas prácticas establecen ciencias y políticas en las que necesariamente se confunden. Dicho sin metáfora geométrica: le guste o no al científico, siempre su ciencia se vincula a una política. Y lo quiera o no, toda política condiciona una ciencia (...)". (Schmucler, 1997: 133)

Así como lo sostenía Schmucler en el marco del debate entre las revistas "Comunicación y Cultura" y "Lenguajes" que se dio en los años 70 y que marcó un hito en los modos de entender la producción de conocimiento en el campo de la comunicación; no se puede ser neutral al momento de plantear y abordar un problema de investigación. El método, el camino, siempre estará guiado por las posturas del investigador.

Lo metodológico, entonces, son construcciones que marcan un posicionamiento, la elección de determinadas técnicas y no de otras no es un proceso neutro. Cada técnica contiene una

teoría implícita de lo social, por eso Bourdieu (1990) se refiere a la *falsa neutralidad de las técnicas*. Y la elección de esas técnicas no debe darse siguiendo recetas prediseñadas, sino en un proceso reflexivo-creativo en el que las técnicas son entendidas como “teorías en ejecución” (Vassallo de Lopes, 2012: 20). Como investigador siempre se parte de un posicionamiento que tiene que ver con lo ideológico, en el sentido en que lo aborda Stuart Hall (1994). Es decir, entender lo ideológico como un sistema de ideas que permiten pensar el mundo. Pero estas surgen de la experiencia y, por esto, puede decirse que la ideología tiene una base material. Así, la investigación social y sus metodologías constituyen unos de los modos posibles de conocer. Es en este sentido que es oportuno citar lo expuesto por Roberto Follari (2000) acerca del conocimiento y la posición del investigador: “El conocimiento no es una reproducción, sino producción, acto. Y en serlo, la constitución de lo perceptible viene ofrecida a partir de las posibilidades surgidas de la condición sociohistórica que se trae (...) Si es así, aquello que se conoce está conformado desde el modo en que lo social/objetivo produce a los sujetos cognoscentes” (Follari, 2000).

Según lo planteado por Juan Samaja (1993), podemos reconocer ciertas condiciones características propias del conocimiento científico. En principio, se adhiere a la idea de que el conocimiento de carácter científico debe producir una descripción de los aspectos particulares del objeto de estudio, además de proporcionar conocimiento sobre su funcionamiento (surgimiento, modo de existencia anterior, desarrollo, desaparición o reemplazo); y, por último, debe comprender el comportamiento de los objetos de la experiencia.

Desde un punto de vista político acerca del trabajo del investigador social, del investigador en comunicación, consideramos que el conocimiento científico debe significar un aporte al campo¹ en tanto permita contribuir al análisis de la sociedad, ser punto de partida, antecedente, para futuras investigaciones que posibiliten pensar alternativas, que posibiliten desatar procesos de transformación. Entendemos a la investigación social en términos de procesos porque no puede ser pensada en etapas estancas, separadas y rígidas; sino que debe pensársela como flexible y con diferentes momentos que sólo pueden separarse analíticamente para poder ordenar y comunicar.

¹ Retomando la concepción de campo en los términos de Pierre Bourdieu “espacios profesionales con reglas, lugares y jerarquías, donde los mecanismos de inclusión, consagración y relegamiento son los que regulan la lucha, a la vez que resultan objeto de ésta”.

Samaja (1993) considera que el proceso de investigación parte de analogar, y para esto está primero la experiencia, no en el sentido que le da el empirismo, sino la experiencia de vida, el vivir. Según lo planteado por Samaja, la condición originaria de la investigación científica está constituida por el lenguaje (tanto enunciativo, como prescriptivo y retórico), por un lado; y la cultura de una sociedad por otro. A la vez, éstos (el lenguaje y la cultura) son objeto final de toda investigación científica.

Continuando este acercamiento al proceso de investigación, la metodología no puede entenderse como un grupo de técnicas desvinculadas de lo teórico y de lo social, sino como una concepción teórica de abordajes que las incluyen y que alientan el potencial creativo del investigador. Es por esta causa que las técnicas de campo no resultan suficientes para el diseño completo de la investigación y que aquella información recabada y procesada debe articularse con la teoría cuestionándola y, eventualmente, generando nuevas conceptualizaciones teóricas que contribuyan a la argumentación. Entonces, una estrategia general de investigación debe involucrar tanto a la indagación en el campo, como al análisis y a su relación con la teoría que la orienta (Xhardez, 2009).

En esta línea existe coincidencia con Sautu (2005) en que aquello que sostiene la estructura argumentativa de una investigación son bloques teóricos conectados por medio de nexos lógicos mediante los cuales cada etapa se deriva de la anterior o anteriores. En esta lógica es que este proceso de investigación respondió también a las diferentes rondas mencionadas por la autora en las cuales se influyen mutuamente los desarrollos teóricos, los objetivos de la investigación y la metodología seleccionada para cumplirlos.

Según Sautu (2005), una primera ronda parte del sentido común de la lectura de la bibliografía disponible, desde la cual se formulan objetivos compatibles con las teorías que, a la vez, se siguen definiendo durante el proceso de investigación. Ambos elementos (teorías y objetivos) establecen las posibilidades sobre los métodos a desplegar, dando lugar a un nuevo análisis de los elementos, de los cuales “el más importante es la teoría ya que las decisiones teóricas llevan a reformular los objetivos y los métodos compatibles con ellos” (Sautu, 2005: 21). Una segunda ronda explicita la teoría general contrastable con los conceptos derivados, ambos elementos sustento de la metodología elegida. Por último, una tercera ronda de profundización de la investigación sobre estos tres elementos (teoría, objetivos y metodología) responde a la necesidad del recorte del abordaje, los niveles de análisis a utilizar, y las vinculaciones entre estos últimos.

De este modo se entiende –de manera simplificada- que el devenir de esta investigación comienza con la identificación en la realidad de la problemática por la que se siente interés científico y que sólo es visible a los ojos de la teoría que la pone en relieve y que, luego de recabar la información para su análisis, ponemos a discutir con la propia teoría que la sustenta enriqueciéndola. Ese diálogo entre campo (en sentido amplio) y teoría es el que guía las etapas de la investigación, vinculando los tres elementos mencionados: teoría, objetivos y metodología.

Según Samaja (1993: 211) se podría decir que el proceso de investigación se puede presentar como moviéndose tensionado entre estas dos coordenadas polares: la necesidad de que sus procedimientos puedan ser validados ante las distintas instancias que controlan la calidad o científicidad, conforme a las normas que rigen las prácticas en las comunidades científicas, y la necesidad de que estos mismos procedimientos resulten eficaces a la hora de hacer avanzar realmente el conocimiento, a la hora de producir nuevos conocimientos.

De los interrogantes iniciales a los objetivos de la investigación

Para poder preguntar hay que querer saber, saber que no se sabe². Saber quiere decir siempre entrar al mismo tiempo en lo contrario. En cumplimiento de la oposición platónica del sí y el no en el mismo enunciado (Gadamer, 1993). Abordar la complejidad de las tensiones en la formación de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina surge no de uno sino de varios interrogantes. Una pregunta inicial para quien no conoce el universo académico argentino podría ser ¿existe oferta de formación de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina?, y todos aquellos que se reconozcan con cierto vínculo y pertenencia al campo académico, al sistema universitario o a la profesión responderían asertivamente a la pregunta. Ahora bien, cuando el objetivo es profundizar sobre la oferta de formación de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina, la mirada sobre el objeto se vuelve más borrosa y limitada: ¿qué universidades tienen a cargo esta oferta de formación?; ¿cuál es el perfil de estas carreras?; ¿a qué demandas intentan responder?; ¿qué perfil de profesionales se proponen formar?; ¿existen divergencias en la formación profesional de un graduado de periodismo y comunicación de una universidad pública y de una universidad privada?; ¿cuáles son los factores políticos que subyacen y entran en tensión al momento de crearse una

² Concepto central de la hermenéutica de Hans-Georg Gadamer.

carrera de posgrado en periodismo y comunicación?; ¿qué elementos institucionales entran en disputa al proponerse una nueva carrera?; ¿coinciden, al menos en términos generales, los objetivos de formación de las diferentes carreras de posgrado?; ¿existe unicidad de criterios respecto al perfil de graduados que se busca formar?; sería difícil en este tipo de interrogantes encontrar respuestas que estén a la vista o puedan resolverse con la consulta a alguna base de datos o a alguna única referencia.

“El arte de preguntar es el arte de seguir preguntando, y esto significa que es el arte de pensar. Se llama dialéctica por ser el arte de llevar una auténtica conversación”.
(Gadamer, 1993, p.444)

Esta cantidad de interrogantes nos conduce a preguntarnos qué tipo de tesis vamos a desarrollar en función del abordaje que adoptaremos para indagar respecto a las perspectivas que rodean nuestro objeto de estudio. Esta no es una tesis de ciencias de la educación. La problematización de los planes de estudios, los perfiles de egresados o los contenidos de las asignaturas no son el foco principal de la investigación. Aunque estas dimensiones puedan estar en parte incluidas en el análisis de la formación de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina, la centralidad apunta a indagar esta actividad con una mirada más profunda que pueda aproximarse a un análisis de las consecuencias políticas de los posgrados en periodismo y comunicación.

Esta es una tesis comunicacional. Porque se pregunta por los procesos de producción de sentido de identidad, entendiendo ésta como el resultado (siempre dinámico e inacabado, resituado y complejo) de sentidos constituidos y constitutivos; una multidimensión en donde se entrelazan materialidades, experiencias e intercambios, discursos y prácticas, pero también expectativas, concepciones, atributos, evaluaciones y valores sociales (con sus míticas y místicas) que atraviesan y resignifican esas experiencias y metas. Se indagan entonces fantasías y motivaciones, ideales y mandatos, con los que cada situación social (tradicional o nueva) se relaciona, se enfrenta y se constituye. Educadores y educandos participantes de un trayecto de formación de posgrado en periodismo y comunicación se convierten en actores sustantivos en los procesos de producción de sentido; y difícil es el ejercicio de intentar separar este hecho formativo de un hecho comunicacional.

Entender la conformación del campo comunicacional como un lugar de entrecruzamiento de mitos fundacionales, tensiones y visiones políticas, trayectos militantes diferenciados de los principales referentes requeriría un modo de abordaje que superara las herramientas

historiográficas tradicionales. Tratándose, además y específicamente, de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación como objeto de estudio, la reflexividad y el eje puesto en los procesos de producción de sentidos que conformaron el estatuto disciplinario de la comunicación, requiere apelar a los estudios de la memoria más que a las síntesis documentales, a la reconstrucción de expectativas, utopías y diseños más que analizar los resultados concretos de cada época, a la búsqueda de los ejes de los debates más que las negociaciones consumadas.

La presente tesis no pretende en absoluto diseñar un modo de plantear la constitución del campo comunicacional, intento que predomina en la actualidad en diversos ámbitos académicos, de investigación e institucionales en Argentina. La meta del abordaje que se propone es plantear un debate teórico-metodológico con los tradicionales estudios sobre campos académicos que, desde la sociología de la ciencia, pueden abordar con igual efectividad cualquier disciplina: desde la biología hasta la antropología, desde la física nuclear hasta la propia comunicación.

A través de un criterio que podría ubicarse en la línea etnográfica y hermenéutica, este es un estudio comunicacional no sólo por su objeto de estudio, sino también por su metodología y su mirada. Se plantea aquí una apuesta comunicacional para abordar un corpus de consolidación epistemológica de una disciplina, en la específica dimensión de la institucionalización universitaria. Se trata de un objeto comunicacional no sólo porque, en este caso, las carreras universitarias de posgrado abordadas versan sobre periodismo y comunicación, sino porque se plantea en término de tensiones que generarán la producción de sentido de los procesos de estructuración de cada una de esas carreras, teniendo la comunicación un lugar privilegiado para el despliegue de las tramas y las tensiones, dada la pluralidad semántica y la multiplicidad y elasticidad de su extensión en el objeto.

Es oportuno referenciar también la concepción sobre la comunicación expuesta por Sergio Caletti (2002), en el camino de esta aproximación a la metodología utilizada en esta investigación:

“Desde el punto de vista de la lógica que dio lugar al actual ordenamiento en disciplinas -una zona empírica delimitable de “objetos propios”, una teoría y un método para investigarlos- la comunicología es entonces, más bien, una disciplina imposible: los problemas de la información y de la significación en el contexto de la vida social no se configuran como asuntos que pueden “recortarse” e investigarse

más o menos extrapolados del contexto en el que se producen sino que, por el contrario, constituyen un aspecto o un nivel de problematización posible para todos fenómenos de la vida social. Para referirnos a la “comunicología” -transversal a las ciencias sociales y humanas- es más importante hablar, entonces de un campo de problemas y estudios”. (Caletti, 2002: 22)

Objeto de estudio y delimitación

“No existe una forma verdaderamente atórica para ver un objeto. El objeto sólo se percibe y se entiende a través de una organización interna de los datos, mediada por constructos conceptuales y formas de ver el mundo”. (Willis, 1980: 92)

Las carreras de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina al año 2018 es el objeto de estudio sobre el cual gira con una mirada analítica esta investigación y sobre el cual se organizan los datos, se reflexiona sobre ellos y se analizan.

La perspectiva de abordaje que se plantea implica definir una serie de recortes que dotarán de factibilidad a los objetivos de la tesis. La formulación de objetivos muy amplios que no son susceptibles de ser investigados suele ser uno de los errores más comunes de las investigaciones sociales (Wainerman y Sautu, 2001: 8); y para evitar una amplitud desmesurada se han tomado ciertas definiciones iniciales.

En términos generales, no basta con haber elegido el tema, con tener identificado un tema-problema de investigación o con haber definido un objeto de estudio. Es necesario establecer los alcances circunscribiendo el campo de análisis y especificando dicho objeto de estudio (Pérez Lalanne, 2010).

Serán consideradas carreras de posgrado (especializaciones, maestrías y doctorados) en periodismo y comunicación todas aquellas carreras que desde su denominación, sus objetivos generales y el perfil del graduado planteen y aborden centralmente el campo disciplinar del periodismo y la comunicación.

Respecto al recorte temporal, se incluyen en el universo de estudio aquellas carreras de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina que han sido ofrecidas a los estudiantes en el año 2018 y contaban con la respectiva acreditación vigente.

Otra delimitación definida es la inclusión en el análisis de todo el territorio nacional argentino. No se establece un recorte geográfico sino que se abordará la realidad en materia de formación de posgrado en periodismo y comunicación de todas las regiones y provincias del país. Además, tanto instituciones universitarias de gestión estatal como las de gestión privada serán incluidas en el universo de estudio.

Objetivo general

Analizar la configuración de la oferta y el perfil de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación en nuestro país al año 2018 según el tipo de carrera, tipo de institución y región del país donde se dicta; y los factores políticos, institucionales, académicos y profesionales que intervienen en el proceso de creación y diseño de las carreras.

Objetivos específicos

- Describir la oferta universitaria de carreras de posgrado en periodismo y comunicación de nuestro país en función del tipo de carrera, tipo de universidad y región del país donde se dicta.
- Examinar el perfil de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación a los fines de identificar tendencias.
- Identificar factores políticos, institucionales, académicos y profesionales que participan en la creación y el diseño de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación.
- Analizar la relación entre los factores que participan en la creación y diseño de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación con los tipos de carreras, tipo de universidad y región del país donde se dicta.

Análisis documental

Para llegar a definir el universo de estudio (la cantidad final de carreras de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina al año 2018) se trabajó fundamentalmente sobre

tres fuentes oficiales: la CONEAU, la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación, y las propias instituciones universitarias. El camino recorrido constó de diversos pasos; en primer lugar se consolidó una base de datos con todos los posgrados acreditados vigentes en Argentina descartando algunas carreras que eran difundidas por algunas instituciones pero no eran dictadas en ese momento; en segundo lugar, acotando ese total de carreras de posgrado (más de tres mil) a aquellas definidas como de ciencias sociales³; en tercer lugar, se generó un grupo de carreras “de periodismo y comunicación”, ya sea por su denominación específica o por su pertenencia al campo de estudio aquí definido; y, finalmente, se descartaron algunas carreras -como por ejemplo de Ingeniería que pueden tener la palabra “comunicación” en su denominación- para lograr la definición del universo de estudio definitivo: todas aquellas carreras que desde su denominación, sus objetivos generales y el perfil del graduado planteen y aborden centralmente el campo disciplinar del periodismo y/o la comunicación. Para este último recorte se accedió a las presentaciones formales que han realizado todos los posgrados ante la CONEAU, donde puede encontrarse el planteo de los objetivos de la carrera, el perfil de los graduados, los contenidos, el plantel docente propuesto y la fundamentación entre otros aspectos que las instituciones universitarias se ven obligadas a presentar en el marco de un proyecto formal de creación de una nueva carrera de posgrado o acreditación de una ya en funcionamiento.

El trabajo de revisión de los documentos que las mismas instituciones universitarias realizan para la acreditación de sus carreras de posgrado ha generado un significativo caudal de información que, sumado a la que las propias universidades explicitan en sus portales web, conforman el corpus documental que se utiliza para el análisis y profundización del objeto de estudio.

Las entrevistas

La otra parte del corpus, sustancial también, surge de entrevistas en profundidad realizadas a actores referentes de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina. Este grupo es conformado por rectores, decanos de facultades, directores de carrera, docentes, funcionarios nacionales, investigadores y referentes de la disciplina en las universidades.

³ Tanto CONEAU como la SPU ubican las carreras de periodismo y comunicación dentro de la categoría Ciencias Sociales.

Revisando autores que se han abocado a la caracterización de la entrevista como herramienta de recolección de datos vemos que -palabras más palabras menos- coinciden en definir la entrevista como una situación de interacción comunicacional que tiene como principal soporte -no el único- la palabra. Desde Weber en adelante éste ha sido otro factor que las corrientes interpretativistas han remarcado como *diferenciador* entre las ciencias naturales y sociales: la posibilidad de la comunicación con el otro -básicamente a través del lenguaje- sin que ello vaya en desmedro de quienes consideran que esta comunicación también sería posible con algunos animales e incluso vegetales.

Al mismo tiempo están quienes -refiriéndose a esta supuesta ventaja de la comunicación- afirman que uno de los “problemas” que tienen las ciencias sociales es que trabajan con un objeto de estudio que habla y que incluso hablan en el mismo idioma, lo cual significa que permanentemente se corre el riesgo de caer en la tentación de creer que de la boca de los sujetos va a salir la verdad científica (Bourdieu, 1990).

Decimos que la entrevista es como mínimo una relación entre dos partes: entrevistador y entrevistado. Vale aquí remarcar que esta relación no es igualitaria sino más bien es asimétrica -en términos psicológicos, sociológicos y epistemológicos- a favor del entrevistador que es quien conduce la entrevista, realiza las preguntas y el que conoce la verdadera finalidad de la investigación. De manera que debe procurarse revertir esa asimetría inicial en una *asimetría parlante* a favor del entrevistado (Guber, 1991) y ello sin perder de vista que se trata de una estrategia que está siendo utilizada como técnica de investigación. Otros autores como Goode y Hatt (1978) la definen como una *pseudo conversación*, ya que si bien la entrevista debe desarrollarse amablemente y cordialmente logrando el clima y el *feedback*, no debe olvidarse que la finalidad de la herramienta es la obtención de determinada información.

En esta línea son numerosos los autores que han sugerido diversas estrategias y recomendaciones pensadas para las entrevistas en profundidad. Algunos de dichos aportes utilizados en esta investigación han sido los siguientes:

1. “El arte de no ir al grano” (Guber, 1991). Se ha tenido en cuenta que algunas preguntas pueden alejar al entrevistado de una clima óptimo de entrevista. Por eso, al

menos de entrada, es importante saber no sólo lo que se debe preguntar sino lo que no se debe preguntar.

2. Ir acercándose al tratamiento de ciertas temáticas que pueden ser centrales a los objetivos de la investigación de forma gradual hasta que se detecten las primeras resistencias y ahí retroceder para abordar otras cuestiones y luego volver. Algunos han llamado esta técnica “la táctica de dos pasos hacia adelante y uno hacia atrás”. (Castro en Pérez Lalanne, 2010: 225)
3. Se han comenzado las entrevistas en los términos del entrevistador para -lo antes posible, familiarización mediante- pasar a los términos de los entrevistados (Guber, 1991).
4. Bruyn (1978) menciona como otros de los índices de adecuación subjetiva el conocimiento del lenguaje, la “jerga”, los códigos que manejan los actores, en la hipótesis que a un mayor conocimiento del lenguaje de los sujetos estudiados aumentaba la probabilidad de obtener una mejor comunicación con los mismos.
5. Se ha trabajado con la técnica de la *atención flotante* por parte del entrevistador (Guber, 1991). Esto refiere a un modo de escuchar que consiste en no privilegiar de antemano ningún punto del discurso del entrevistado. Debe tenerse en cuenta aquí que cuando el entrevistador plantea la pregunta está al mismo tiempo estableciendo el marco interpretativo de las respuestas, es decir, el contexto donde lo verbalizado por los informantes tendrá sentido para la investigación. Por lo tanto, debe poner entre paréntesis su propio marco referencial absteniéndose de interpretar las respuestas -en forma apresurada y sociocéntricamente- asumiendo que sus pautas de categorización no son las únicas posibles y quedando a la espera -en actitud de escucha activa, atenta e interesada- hasta comenzar a conocer la propia perspectiva del actor desde la cual se pueda interpretar sus respuestas.
6. Aprovechar la asociación libre por parte del entrevistado ha sido una táctica productiva. Esto es: utilizar los mismos términos del actor para continuar el diálogo surgido y promoviendo que sea el entrevistado mismo quien vaya asociando y proponiendo el sendero por el cual irá transitando la comunicación. Después habrá tiempo para la focalización y profundización repreguntando sobre los temas más significativos de la investigación.

7. Si bien es cierto que, según Bruyn (1978), el tiempo es otro de los factores que contribuye a la adecuación subjetiva y que cuanto mayor tiempo pasemos con los actores mayor será el conocimiento que se logre tener sobre los mismos; una de las premisas ha sido no cansar al entrevistado ni abusar de su paciencia y disposición, intentando lograr la empatía recíproca como factor que contribuya a la práctica investigativa. En definitiva, el ritmo de la entrevista, los tiempos, los encuentros e incluso las temáticas abordadas y su profundidad se “negocian y construyen recíprocamente, en la reflexividad de la relación de campo”. (Guber, 1991: 243)
8. Se ha tenido en cuenta la cuestión de los contextos y la posible influencia en las entrevistas. No tanto en un sentido amplio que remite al conjunto de relaciones - políticas, económicas, culturales, etc.- que engloban tanto al entrevistado como al entrevistador sin perder de vista que ambos son productos históricos y, por lo tanto, están sujetos a los mismos condicionamientos. Sí, en cuanto a un sentido restringido en referencia al ámbito donde se realiza el encuentro: lugar, personas presentes, privacidad, etc. Para algunos entrevistados puede resultar no igual sentirse locales, visitantes o neutrales.
9. La cuestión hermenéutica. En términos generales las respuestas suelen enmarcarse en una determinada visión del mundo, de la cultura, de los otros y de sí mismos que conforman el universo simbólico interpretativo y que -como se dijo- el investigador intentará identificar y reconstruir. Kuhn (1966) lo llamó paradigma y Fleck (1986) estilo de pensamiento. En función de ese estilo, el informante elabora su relato al tiempo que construye su identidad narrativa que dará sentido a los relatos de acciones o eventos que, en realidad poseen una existencia en el fondo desconocida, enigmática, fantasmal, sujeta a contradicciones, parcialidades, contradicciones, inestabilidades en relación a los hechos evocados y que el investigador deberá desentrañar (Bourdieu, 1986).
10. La cuestión existencial. Cuando se hace referencia a acontecimientos ocurridos que involucran la propia existencia de nuestro interlocutor, se presta atención a si el entrevistado se ubica “fuera” o “dentro” de ellos; si se asume como activo participante o como ajeno a los hechos.
11. La cuestión gramatical y sintáctica. En el análisis de cualquier relato siempre es conveniente distinguir entre lo que se dice (o no se dice) y el cómo se lo dice. Se debe

prestar atención a los tiempos, los modos y las personas verbales que se utilizan. Del mismo modo, se deberá estar atento a los recursos literarios como analogías, metáforas o alegorías, que el entrevistado pueda utilizar y sus respectivos significados.

También Susana Frutos (1998) realiza un aporte concreto en la conceptualización de la entrevista como herramienta, la cual es un actor central en esta investigación: “La entrevista es, ante todo, un diálogo que se desarrolla según algunos parámetros: cierto acuerdo o convención entre ambos participantes (encuadre); cierta previsión por parte del investigador acerca de las condiciones que deben cumplirse para que la entrevista sea válida metodológicamente; cierto diseño previo que incluye marco, objetivos y límites de la utilización de este instrumento metodológico. La situación dialógica presenta algunas características que han sido estudiadas por diversos autores. Por el momento, interesa señalar entre ellas:

- la competencia de los participantes para producir discursos;
- el compartir un lenguaje;
- la producción de una secuencia discursiva pautada (explícita o implícitamente);
- una meta a alcanzar”

Según Cicourel (1992) la naturalidad del medio y del sujeto queda afectada por las condiciones de la entrevista formal. Aceptamos que la naturalidad de la investigación queda afectada por las condiciones de la investigación. La propuesta es estar atento a estas influencias, identificarlas y en la medida de lo posible limitarlas al campo de conocimiento del investigador.

Además, es importante considerar que, como señala también Cicourel (1982), la entrevista es compleja y difícil porque exige establecer y mantener papeles apropiados y, posiblemente, en conflicto. En esta investigación la entrevista es tomada como un espacio para que el actor exprese su voz; su relato es el centro.

Se ha entrevistado los siguientes actores, referentes de las instituciones que se mencionan:

1. María Belén Fernández - Universidad Nacional de La Plata - Directora de la Maestría en Comunicación y Educación

2. Adolfo Vázquez - Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales - Director de la Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales
3. Santiago Aragón - Universidad Nacional de Lomas de Zamora -Ex Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y ex Docente de la Maestría en Comunicación
4. María Eugenia Boito - Universidad Nacional de Córdoba - Ex Secretaria de Posgrado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación
5. Daniela Monje - Universidad Nacional de Córdoba - Directora de la Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea de la Facultad de Ciencias Sociales
6. Sandra Massoni - Universidad Nacional de Rosario - Directora de la Maestría en Comunicación Estratégica
7. Susana Frutos - Universidad Nacional de Rosario - Directora del Doctorado en Comunicación Social
8. Pablo Bilyk - Universidad Nacional de La Plata - Vicedecano y ex Secretario de Posgrado de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social
9. Lía Gómez - Universidad Nacional de La Plata - Secretaria de Posgrado de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social
10. Roberto Igarza - Universidad Nacional de Rosario - Miembro Titular del Comité Académico de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva y Miembro de la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria y de la Academia Nacional de Educación
11. Néstor Pan - Presidente de la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria, Director de la Maestría en Comunicación de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora
12. Marcela Groppo - Directora de Acreditación de Carreras de la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria
13. Mariano Calbi, Coordinador de Acreditación de Carreras de Posgrado de la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria

14. Santiago Marino, Universidad Nacional de Quilmes - Director de la Maestría en Industrias Culturales: Políticas y Gestión
15. Nancy Díaz Larrañaga - Universidad Nacional de Quilmes - Secretaria de Posgrado
16. Marita Mata - Universidad Nacional de Córdoba - Docente y ex Directora de la Escuela de Ciencias de la Información
17. Luciano Elizalde - Universidad Austral - Decano de la Escuela de Posgrados en Comunicación
18. Damián Fernández Pedemonte - Universidad Austral - Vicedecano de la Escuela de Posgrados en Comunicación
19. Claudia Cortés - Universidad Argentina de la Empresa - Decana de la Facultad de Comunicación y Directora de la Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales
20. Damián Loreti - Universidad de Buenos Aires - Ex Director de la Maestría en Servicios de Comunicación Audiovisual
21. Mariano Mestman - Universidad de Buenos Aires - Director de la Maestría en Comunicación y Cultura
22. Gerardo Halpern - Universidad de Buenos Aires - Ex Director de la Maestría en Comunicación y Cultura
23. Graciela Paredes - Universidad del Salvador - Directora de la Maestría en Periodismo
24. Alicia Antel - Universidad CAECE - Directora de la Maestría en Comunicación e Imagen Institucional
25. Silvia Delfino - Universidad Nacional de La Plata - Integrante del Comité Académico y docente del Doctorado en Comunicación
26. Karina Galperín - Universidad Torcuato Di Tella - Directora Maestría en Periodismo
27. Silvia Ramírez Gelbes - Universidad San Andrés - Directora Maestría en Periodismo
28. Corina Verminetti - Universidad Nacional de Lomas de Zamora - Docente Especialización en Gestión de las Comunicaciones

29. Jesica Niz - Universidad Nacional de Lomas de Zamora - Docente Especialización en Gestión de las Comunicaciones
30. Paulo Rubiano - Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales - Ex Docente Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales
31. Daniel Baraglia - Secretario General y ex Miembro responsable de la acreditación de carreras de posgrado en la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria
32. Alejandro Giuffrida - Universidad Champagnat - Rector y docente de comunicación
33. Francisco Lavolpe - Universidad Nacional de Lomas de Zamora - ex Vicedecano de la Facultad de Ciencias Sociales y ex docente de la Maestría en Comunicación

SIGLAS Y ACRÓNIMOS

CAECE: Universidad CAECE

CEA: Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba

CIESPAL: Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina

CIN: Consejo Interuniversitario Nacional

CLACSO: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales

CONEAU: Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria

CONICET: Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas

CPRES: Consejo Regional de Planificación de la Educación Superior

CRUP: Consejo de Rectores de Universidades Privadas

FELAFACS: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social

FLACSO: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales

FUA: Federación Universitaria Argentina

JUP: Juventud Universitaria Peronista

LES: Ley de Educación Superior

PLANGESCO: Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales

SPU: Secretaría de Políticas Universitarias

UADE: Universidad Argentina de la Empresa

UAI: Universidad Abierta Interamericana

UBA: Universidad de Buenos Aires

UCA: Universidad Católica Argentina

UCES: Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales

UDESА: Universidad de San Andrés

UNAJ: Universidad Nacional Arturo Jauretche

UNC: Universidad Nacional de Córdoba

UNCOMA: Universidad Nacional del Comahue

UNER: Universidad Nacional de Entre Ríos

UNGS: Universidad Nacional de General Sarmiento

UNL: Universidad Nacional del Litoral

UNLAM: Universidad Nacional de La Matanza

UNLP: Universidad Nacional de La Plata

UNLZ: Universidad Nacional de Lomas de Zamora

UNM: Universidad Nacional de Moreno

UNMDP: Universidad Nacional de Mar del Plata

UNQUI: Universidad Nacional de Quilmes

UNR: Universidad Nacional de Rosario

UNSL: Universidad Nacional de San Luis

UNTREF: Universidad Nacional de Tres de Febrero

UON: Universidad Obrera Nacional

UTN: Universidad Tecnológica Nacional

LA INSCRIPCIÓN EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN

“Se ha ido constituyendo un campo de estudio que tiende a explicitar todas las condiciones bajo las cuales se producen, se legitiman y se transmiten los conocimientos”

Augusto Pérez Lindo

En la región, el campo de la comunicación/educación fue objeto de un fuerte desarrollo teórico durante los últimos años del siglo XX y estas primeras décadas del XXI, brindando un marco de lectura para muchos procesos sociales (propiciados por las fuertes transformaciones tecnológicas, comunicativas, pedagógicas y -sobre todo- sociales) que requieren una especificidad propia de este campo transdisciplinario. Su tiempo cronológico de existencia es, de todas formas, relativamente breve, y como en muchos otros casos es un campo que se abre espacio propio a partir de la insuficiencia de campos individuales para dar respuestas a fenómenos sociales. Por esto último, comunicación/educación todavía es un espacio teórico en construcción, disputa y refiguración (centralmente en el territorio político-cultural); no obstante, a los fines de este trabajo nos permite analizar dentro de un marco de interpretación y lectura los debates que emergieron en su desarrollo. Para ello, en este apartado se trabajó centralmente -a modo troncal- con textos de Jorge Huergo y Jesús Martín-Barbero, sumados a otros autores de Argentina y la región.

Para poder trabajar en este marco teórico señalado, es necesario retrotraerse a los años 70, cuando surge la noción de campo, como una forma de explicar el mundo social, y por ende, el mundo científico. Es Pierre Bourdieu quien plantea una teoría social de los campos en la cual las relaciones se pueden referenciar como objetivas si pueden encontrarse como existentes de forma independiente a los agentes que la conforman.

“Un espacio social de conflictos entre individuos y grupos que buscan según su posición de subordinante y subordinado conservar o modificar la distribución del poder derivada de la forma de capital específica del campo en disputa”. (Bourdieu, 2000: 66)

Siguiendo la lógica de Bourdieu, existe una variedad de campos y subcampos que define la estructura social, y más allá de que cada campo o subcampo tenga su propia lógica o funcionamiento resulta necesario abordarlos de manera relacional. El campo académico o

científico se constituye en un espacio social estructurado en el cual intervienen diversos agentes que portan un saber-conocimiento-poder sobre los objetos de estudio propios de cada ciencia o disciplina.

El abordaje relacional propuesto por Bourdieu nos invita a indagar sobre las relaciones que se generan a partir de los interrogantes planteados como punto de partida de esta investigación. Pensar la formación de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina trae consigo aparejado un doble riesgo: el de abordarlo como un tema eminentemente educativo y el de abordarlo como un tema eminentemente comunicacional. La complejidad de las respuestas a dichos interrogantes nos conduce a imaginar un campo más amplio que pueda contener y permita la convivencia de la educación y la comunicación. Es en este camino que encontramos el campo de la Comunicación/Educación como “Él” campo que permite alejarnos de algunas perspectivas teóricas y prácticas con diferente tradición e historia que plantean límites excluyentes y se transforman en visiones duras y en ocasiones dogmáticas.

Comunicación/Educación ha surgido como campo en una época de conflictos acerca de proyectos regionales. Como tal, carga las marcas de las disputas no sólo teóricas, sino fundamentalmente prácticas, entre el difusionismo desarrollista y la comunicación/educación popular y liberadora (en las décadas del 60 y el 70). Se comienza a pensar a Comunicación/Educación como una instancia de análisis del interjuego entre interpelaciones y reconocimientos para dar cuenta de la producción de sentidos y la formación de sujetos y subjetividades.

Comunicación/Educación, entendido como campo interdisciplinar, “ha poseído desde sus inicios un carácter fuertemente estratégico-político”, de acuerdo a María Belén Fernández (2017: 251). De la mano de los programas continentales desarrollistas, de los avances tecnicistas o de los desarrollos de la educación y la comunicación popular, Comunicación/Educación se ha ido constituyendo en un campo cuyos horizontes están articulados con diferentes perspectivas políticas. La ruptura epistemológica producida en los 80 en el campo de la Comunicación, y también de la Educación, da cuenta del desplazamiento hacia la consideración no ya de los medios y las instituciones aisladamente, sino de las mediaciones culturales en las que ellos se ven anclados y que los configuran. A partir del reconocimiento de que las prácticas educativas y comunicacionales deben comprenderse como dimensiones de la cultura, lo político-estratégico asume otros anclajes y adquiere novedosos alcances.

¿De qué hablamos cuando hablamos de Comunicación/Educación? Cuando nos referimos a este campo enfrentamos un campo problemático por el hecho de ser un territorio viscoso, con materiales blandos, a veces con escasas líneas de demarcación. La formación (en este caso de posgrado) en periodismo y comunicación transita en este campo denso y opaco. Densidad en virtud de la cantidad de material de aspecto y de ámbitos que hacen al campo problemático de Comunicación/Educación, en el orden de las prácticas sociales; y opacidad en función de la calidad formal de visiones pseudotransparentes que, con pretensión general, procuran describir el campo problemático de la Comunicación/Educación en el orden de las nociones y los conceptos. Es Jorge Huergo quien nos ha ayudado a aclarar la densidad y opacidad del campo:

“Al referirnos a Comunicación/Educación hacemos referencia a procesos y prácticas que se dan en los contextos de interrelación entre la cultura y la política. En este sentido, sería posible sostener que el objeto de este campo es la articulación entre formación de sujetos y producción de sentidos.” (Huergo, 1997)

En referencia específica al terreno de la comunicación, Michel Foucault (1992) sostiene que no es posible decir cualquier cosa en cualquier momento o lugar; en los discursos suele haber intencionalidades y sus efectos no pueden predecirse. El sentido está apoyado, sostenido, enmarañado en la cultura. Si la comunicación concierne a la significación del mundo, la cultura es la totalidad de sentido en la que las prácticas comunicacionales operan.

En cuanto a la educación, es necesario comprenderla en un sentido amplio, como proceso de formación de sujetos y subjetividades. Según Buenfil Burgos (1993) “es posible sostener que lo educativo consiste en que, a partir de una práctica de interpelación, un agente se constituye en sujeto de educación activo incorporando de dicha interpelación algún nuevo contenido valorativo, conductual, conceptual, etc., que modifique su práctica cotidiana en términos de una transformación o en términos de una reafirmación más fundamentada”. La subjetividad hace referencia al “yo”. Entendida en esa zona donde la historia se cruza con las biografías particulares. El sujeto, en cambio, es una noción más colectiva, que fluctúa entre la autonomía y la sujeción.

El campo Comunicación/Educación se complejiza aún más cuando se busca abordarlo como un campo *académico* en términos integrales. En este abordaje necesariamente debemos incluir la teoría, la investigación, la formación universitaria y la profesión, pero desde la perspectiva de las prácticas que realizan actores o agentes sociales concretos (los teóricos, los

investigadores, los docentes, los profesionales) y de los discursos donde puede reconocerse el conocimiento operante sobre los objetos de estudio. Las prácticas universitarias (a las que hace referencia el campo académico) tienen el propósito de conocer e intervenir en la transformación intencionada de las prácticas sociales (de la comunicación y la docencia).

En este campo académico “vincular” o “interdisciplinario” existe cierta confusión entre tres elementos: a) las prácticas sociales de Comunicación y de Educación; b) las prácticas profesionales en Comunicación y en Educación; c) y el interjuego entre las nociones y los conceptos de Comunicación y de Educación.

Huergo (1997) propone, entonces, reemplazar la cópula “y” (de Comunicación “y” Educación) por la barra “/”: Comunicación/Educación (retomando la práctica que Schmucler [1984] había puesto en funcionamiento en el campo “comunicación/cultura”). De esta manera, sostiene el autor, se logra significar: la recuperación de “procesos” de vinculación/expresión/liberación (aunque reconoce que se pierden los objetos disciplinares); el reconocimiento de los contextos históricos, socioculturales y políticos; y la propuesta de algunas “bases preliminares” para la construcción de un “espacio teórico transdisciplinario”. Este último punto es importante, dado que Huergo identifica que este espacio teórico es movido “más por un campo problemático común con relaciones tensas, que por miradas disciplinares escindidas”.

Huergo profundiza posteriormente esta idea y propone dotar al campo de Comunicación/Educación de un alcance más político-cultural que supere -aunque incluya- lo académico. Poner en primer plano el horizonte político le permite llevar la discusión sobre el campo Comunicación/Educación hacia la “voluntad de transformación” y darle un carácter ético-político antes que academicista. Se vale, para ello, de la definición de Argumedo (1996) respecto de “Lo político”, en tanto compleja configuración de distintas manifestaciones de poder (incluyendo *la política*), reflejando la condensación de distintas instancias del poder sociocultural y reconociendo la relativa autonomía en el desarrollo de distintas esferas de la vida sociocultural.

El esfuerzo, al fin y al cabo, está centrado en superar las reducciones aplicables a la comunicación y a la educación a las que está expuesta el campo en cuestión. En un texto escrito en conjunto entre Huergo y la profesora M. B. Fernández (2000) -y que lleva por prólogo un texto de Jesús Martín-Barbero (dado que se publicó en Colombia)- se identifican unos seis tipos de “reducciones” que debemos evitar:

1. La mirada unilateralmente pedagógica, enfoque al que definen como “un error epistemológico de peso”. No toda comunicación es educación ni viceversa; ni el comunicador necesariamente es un educador.
2. La perspectiva tecnicista, “una de las más fuertes conspiraciones contra los estudios de comunicación”. En este segmento incluye primero la confusión por asimilación de la comunicación a los medios. Y en segundo orden el reduccionismo de las “tecnologías educativas”.
3. El *interpretacionismo* de los que son y significan las relaciones entre Comunicación y Educación. Algunas perspectivas semióticas pueden entramparnos en un alejamiento de la comunicación como práctica social y como praxis.
4. El “mediacentrismo” que refiere a suponer que la comunicación son los medios masivos de comunicación.
5. La reducción de la educación meramente a lo que sucede dentro de la escuela.
6. La reducción del campo a los *proyectos* o a las *trayectorias prácticas*, limitando el margen a teorizaciones o reflexiones críticas, lo cual empobrece la potencialidad que tienen Comunicación/Educación como campo vincular.

Ahora bien, habiendo analizado las posibles y habituales reducciones que el campo presenta en sus distintos enfoques o usos; resta identificar y definir qué significa entonces “Comunicación/Educación”. Dado que no es una suma de partes y que tiene sus propias reglas, alcances, materialidades y debates; el campo en cuestión tiene que poder diferenciarse del mero acto de informar o interactuar, así como también de la interconexión o cibernética. Comunicación/Educación, según Huergo (2011), componen un territorio común que se configura por memorias, luchas y proyectos. En este marco, el autor propone hablar de comunicación en términos de procesos de producción social de sentidos y de educación como procesos de formación de sujetos y subjetividades. De allí que, como se señaló anteriormente, el campo de Comunicación/Educación debe tener un alcance más político-cultural por sobre un enfoque academicista.

La formación en periodismo y comunicación en nuestro país está estrechamente vinculada a las diferentes perspectivas que se plantean al explicar el significado de Comunicación/Educación. Uno de los interrogantes que impulsa la investigación tiene que

ver con poder descifrar si la oferta de formación de posgrado en periodismo y comunicación está más vinculada al acto de recibir e incorporar o tiene mayor relación con otras perspectivas de tipo más narrativa o tecnicista de la educación superior. En el camino del análisis de la oferta de formación posgrado aparecen factores políticos (siguiendo la línea antes mencionada que hacía referencia a que los procesos y prácticas se dan en los contextos de interrelación entre la cultura y la política, y sosteniendo que el objeto del campo de Comunicación/Educación es la articulación entre formación de sujetos y producción de sentidos), factores institucionales (aquí acotado a las universidades), factores académicos y factores profesionales.

La interpelación al conjunto de carreras de posgrados en periodismo y comunicación en nuestro país se relaciona directamente con una intervención, a partir del campo de la Comunicación/Educación, para acercarnos a visualizar si la oferta de formación incluye o no, o de qué forma incluye, un reconocimiento del mundo cultural de los sujetos (en términos de Paulo Freire el universo vocabular⁴) para desnaturalizar prácticas hegemónicas y en función de este reconocimiento producir acciones estratégicas.

Desde el punto de vista de la Comunicación/Educación, producir acciones estratégicas implica, al menos, dos procesos: el del reconocimiento del universo vocabular y el de prealimentación de las acciones estratégicas. Conocer al otro, al interlocutor, a su universo vocabular y temático, es también conocer su campo de significación (Huergo, 2003: 3), compuesto por “un conjunto de valores, lenguajes, códigos e ideologías, compartidos por una cultura o una subcultura, desde los que los sujetos pueden conocer la realidad”.

Por otro lado, Huergo recoge el concepto de “prealimentación” de Mario Kaplún (1992) para hablar de la producción de material educativo a partir de un enfoque comunicacional. Esta acción supone incluir “una intensa etapa de prealimentación, encaminada a captar las ideas, percepciones, experiencias y expectativas que, sobre la asignatura o tema a ser tratado tiene, si no la totalidad de los futuros estudiantes, al menos un conjunto representativo de ellos”. La prealimentación radica, por lo tanto, en conocer a nuestro interlocutor y reconocer su experiencia existencial, incluso antes del acto mismo de hablar o transmitir información.

⁴ Para Freire, el “universo vocabular” es el conjunto de palabras o el lenguaje con que los sujetos interpretan el mundo; mientras que el “universo temático” contiene los temas y problemas que son más significativos para los educandos, y que tienen relación con los temas preponderantes de una época.

Abordar alguna dimensión del sujeto de la educación en la actualidad implica entender que el clásico sujeto de la educación ha sido re-definido en las últimas décadas. Según Martín Barbero (2003a), el sujeto cartesiano del conocimiento, base de la acción educativa de la escuela, deja paso a un individuo que sufre de una constante inestabilidad en su identidad, ya que no le aporta ninguna de las instituciones sociales modernas, como ocurría con la Iglesia o con el Estado. Este sujeto de la educación se enfrenta a una mutación de los modos de circulación del saber que se da a partir de dos manifestaciones: por un lado el “descentramiento” que significa que el saber se sale de los libros y de la escuela, entendiendo por escuela todo sistema educativo desde la primaria hasta la universidad, el saber se sale ante todo del que ha sido su eje durante los últimos cinco siglos: el libro; y, por otro lado, una des-localización/des-temporalización que muestra que los saberes escapan de los lugares y de los tiempos legitimados socialmente para la distribución y el aprendizaje del saber. No existe ya una edad definida para el aprendizaje, tampoco un lugar (Martín Barbero, 2003a).

Resulta indispensable que el sistema argentino comprenda estas nuevas particularidades del sujeto real que hoy habita en las universidades. Las instituciones académicas se encuentran ante el desafío de lograr trascender, en la docencia como en la investigación, el plano de la renovación de contenidos o de técnicas, y afrontar el rediseño de los modos de producción del conocimiento. Según Martín Barbero (2003a), *“rediseño requerido hoy por una sociedad cuya comprensión emborrona las fronteras de los saberes instituidos, al tiempo que desestabiliza las figuras profesionales establecidas”*, y a esta capacidad denomina *“transdisciplina”*. Además, y siguiendo el desarrollo de Martín Barbero, no podemos seguir educando a partir del prejuicio que separa como si fuera un destino fatal a los poetas de los científicos.

“La transversalidad no habla sólo de transdisciplinariedad, porque no son sólo las fronteras entre los saberes las que se quedaron obsoletas, sino entre ciencias, artes, técnicas, entre creencias, imaginarios y comportamientos. La transversalidad nos lleva de allí a algo que el poeta Antonio Machado recogió de un campesino español y lo puso en labios de ese alter al que llamaba Juan Mairena: “Todo lo que sabemos lo sabemos entre todos””. (Martín Barbero, 2003b)

Este autor propone la incorporación de una transversalidad que permita romper el prejuicio que separa a las ciencias de las humanidades. Y, a su vez, rescatar los saberes que, no siendo

directamente funcionalizables son, sin embargo, “socialmente útiles, los saberes lógico-simbólicos, históricos y estéticos”, a los cuales denomina saberes indispensables.

En este recorrido por inscribir el objeto de estudio en el campo de Comunicación/Educación es importante considerar las características de la práctica docente y de los enfoques de los planes de estudio. La práctica docente es considerada como objeto de transformación; la docencia no se limita a la práctica pedagógica, sino que incluye una práctica comunicacional también. Respecto a los planes de estudios, nos encontramos frente a una serie de dificultades. Pensar en un plan de estudios que no enfoque la comunicación ni desde las disciplinas ni desde los medios, y que no sólo intente responder a las demandas del mercado, implica una serie de rupturas:

1. El primero de esos quiebres debe darse en la “interdisciplina”: debemos romper con los imperialismos de las disciplinas. Esto supone superar la concepción de currículum como mosaico de asignaturas y comenzar a considerarlo como conjunto articulado de contenidos y experiencias. (Marques de Melo, 1988)
2. En segundo lugar, aparece el predominio de la unilateralidad de la enseñanza y la inexistencia del contacto con el objeto o la realidad concreta. (Fuentes Navarro 1997)
3. En tercer lugar, y como se profundiza más adelante en otro capítulo, la formación profesional del comunicador que transita a lo largo de tensiones entre distintas tendencias: a) tensión entre la variable de formación más profesionalizante (tecnicista) que responde mayormente a las demandas del mercado laboral, y la científicista que se explica centralmente por el fracaso de las propuestas críticas de formación. b) tensión entre formar un comunicador generalista o uno especialista. c) tensión entre diferentes ideologías de formación o entre los diferentes perfiles: el periodista, el comunicador social como intelectual, y el comunicólogo como científico social.
4. Y por último, la formación pedagógica de los docentes; la docencia debe transformarse en un espacio de experimentación social, que facilite las estrategias de encuentro entre la institución educativa y la comunidad, para la formulación de demandas sociales y el diseño de alternativas.

Hace algunos años Martín Barbero (1996) planteaba dos “destiempos” que sufre el mundo de la educación en América Latina. Por un lado, el objetivo incumplido de universalización de la educación básica, dado que la región evidencia los mayores porcentajes de fracaso escolar en

el mundo, sumado a pobres indicadores en materia de educación superior. Se trata de una “deuda del pasado” que se consolida cada vez más con recesiones económicas y políticas neoliberales que empujan, entre otras cosas, a la privatización de la educación, proponiendo un modelo pedagógico centrado en el individualismo. Y por otro lado, el destiempo de los modelos de comunicación que subyacen a la educación: La escuela (y también la universidad) encarna como ninguna otra el régimen del saber que instituyó la comunicación del texto impreso.

“Ese modelo de comunicación pedagógica no sólo sigue vivo hoy sino que se refuerza al colocarse a la defensiva desfasándose aceleradamente de los procesos de comunicación que hoy dinamizan la sociedad. Primero, negándose a aceptar el descentramiento cultural que atraviesa el que ha sido su eje tecno-pedagógico, el libro. (...) Segundo, ignorando que en cuanto transmisora de conocimientos la sociedad cuenta hoy con dispositivos de almacenamiento, clasificación, difusión y circulación muchos más versátiles, disponibles e individualizados que la escuela. Tercero, atribuyendo la crisis de la lectura de libros entre los jóvenes únicamente a la maligna seducción que ejercen las tecnologías de la imagen. (...) Cuarto, impidiéndose interactuar con el mundo del saber diseminado en la multiplicidad de los medios de comunicación”. (Martín Barbero, 1996)

Es en el entramado de las tensiones y los destiempos que encontramos la configuración de la formación de posgrado en periodismo y comunicación en nuestro país. Para comenzar a transitar estas tensiones es que se adopta la concepción que propone Jorge Huergo para la práctica en terreno para Comunicación/Educación: la figura del viaje. Tal metáfora implica pensar que cuando emprendemos un viaje (o el recorrido por Comunicación/Educación), “prevemos experiencias, planificamos trazados, nos predisponemos a realizar determinados recorridos y llegar a algunos sitios para desandar determinadas prácticas”.

El objeto de estudio de esta tesis, que hemos decidido circunscribir al campo de la Comunicación/Educación, plantea una relativa originalidad y por lo tanto su estado del arte no es del todo extenso. Recuperando a Pérez Lalanne (2016: 82), una revisión bibliográfica permite al investigador informarse sobre lo que ya se sabe o se ha investigado sobre el tema en cuestión -que habitualmente se denomina estado del arte o de la cuestión- y si se está de acuerdo con lo ya realizado evita superposiciones o esfuerzos innecesarios. También es de utilidad para conocer los vacíos o lo que no se sabe de lo que se sabe; para tomar contacto

con los diferentes enfoques disciplinares existentes: antropológico, psicológico, sociológico, filosófico u otro; para conocer las distintas posturas epistemológicas y perspectivas teóricas dentro de un enfoque y para comenzar a elaborar un marco teórico de la investigación y conceptualizar las variables que se van a incluir.

Como se señaló, es acotado lo que puede encontrarse respecto a formación de posgrado en periodismo y comunicación, ya sea en artículos de revistas científicas, libros, tesis de maestría o doctorales u otros formatos. Sí aparecen autores (de los cuales varios son tomados como referencia teórica de esta investigación) que han investigado y desarrollado temas como la formación en comunicación - de grado-, la investigación en comunicación, la formación de posgrado en Argentina o cuestiones vinculadas a las universidades -principalmente públicas- en nuestro país.

Esta investigación propone indagar respecto de la configuración de la formación de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina, en universidades públicas y privadas, en todas las regiones del país, y focalizando en las tramas subyacentes que operan en los procesos de creación y vida de estas carreras que incluyen factores políticos, institucionales, académicos y profesionales. Este abordaje multivariable y multidimensional es el que sustenta la originalidad del interrogante inicial de la tesis que, seguramente, se multiplicará en nuevos interrogantes que permitirán pensar respecto a una continuidad del análisis.

En el recorrido por investigaciones previas que se vinculen de manera más o menos directa a nuestro objeto de estudio aparece una de las primeras tesis del Doctorado en comunicación de la UNLP cuya autora es Gabriela Cicalese y se titula “Tensiones políticas y teóricas en la institucionalización de las carreras de comunicación en Argentina” (2008). Más allá de no tener como objeto de estudio central las carreras de posgrado, la investigación se propuso abrir el debate reflexivo respecto de las condiciones de producción del conocimiento en las carreras de comunicación de universidades públicas en Argentina. La tesis incluyó en su trabajo de campo entrevistas en profundidad a actores relevantes de las carreras de comunicación, encuestas a graduados, grupos focales con profesionales y un corpus documental.

El sendero de la investigación inicia en la historia de las carreras de grado en las universidades públicas argentinas y continúa con profundizaciones sobre la relación y también divorcio entre academia y profesión; la relación de las carreras con el mercado y la oferta de carreras de posgrado. La multiplicidad y multidimensionalidad de las tensiones

desplegadas en el desarrollo de la tesis pretenden dar cuenta de complejidades y condicionamientos en los distintos procesos de institucionalización de la comunicación como parte del sistema universitario público en Argentina.

La investigación abordó cómo en cada proceso de institucionalización se juegan diferentes concepciones políticas en tensión no siempre explícita. Los denominadores y fronteras institucionales y los trayectos e hitos identitarios de los sujetos muestran cómo se atraviesan y despliegan esas concepciones en tensión. Asimismo, se muestra como se despliegan los mitos a partir de los cuales los sujetos se posicionan en y a partir de la disciplina, y desde los cuales elaboran sus miradas sobre las carreras. Algunas de estas particularidades de los procesos de institucionalización vuelven a aparecer cuando se trata ya no de carreras de grado, sino de carreras de posgrado.

Otra referencia para señalar en la búsqueda de estudios previos respecto a la formación de posgrado en periodismo y comunicación es la tesis de maestría realizada por Adolfo Vázquez, hoy Director de la Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales de la UCES, titulada “Carreras de posgrado en Comunicación en Argentina y construcción del saber del Comunicador Institucional”. En esta investigación su autor se propuso conocer el origen y desarrollo de la oferta de carreras de posgrado argentinas de comunicación en el período 1990-2010 y el proceso de institucionalización de la profesión del comunicador institucional en nuestro país.

Según Vázquez, el trabajo toma como punto de partida el análisis de la comunicación, en conocimiento de la falta de consenso respecto de su objeto y método de estudio, y de la existencia de concepciones que suponen nociones diversas de comunicación sintetizadas en dos grandes modelos. El primer modelo entendido como proceso social de producción de formas simbólicas y fase constitutiva del ser práctico, y del conocimiento que este modo de ser supone. Y el segundo como la reproducción selectiva y especializada del manejo técnico de ciertos elementos discursivos de un orden socialmente establecido.

El desarrollo de la tesis propone indagar respecto de la institucionalización y profesionalización del conocimiento en comunicación institucional; una disciplina que se ha consolidado en los últimos treinta años. A partir de los años setenta, en concordancia con los requerimientos de las grandes empresas comerciales, surge la figura del Director de Comunicaciones (Dircom), institucionalizando su función, su práctica y su campo de conocimiento como el indicado para indagar y gestionar la identidad, la imagen y el

posicionamiento institucional, vitales para el cumplimiento de las políticas y estrategias de las organizaciones, ya fuesen públicas o privadas, con o sin fines de lucro (Vázquez, 2012: 9).

En la visión de esta investigación, la demanda del mercado por este tipo de profesionales, los Dircom, hace que en la década del 90' empiecen a surgir ofertas de carreras de posgrado en comunicación de las organizaciones, particularmente maestrías, algunas de las cuales estaban directamente orientadas a formar profesionales con las competencias de un Dircom, y otras más cercanas a perfiles académicos.

La investigación afirma que para el año 2011 existe en Argentina un universo de 57 carreras de posgrado definidas “de Comunicación Institucional”, a partir de un proceso que incluyó la orientación de la formación (perfil de los egresados), currículum (planes de carrera, programas analíticos), planteles docentes, dirección y consejos académicos e investigaciones y tesis (qué temas fueron objeto de investigación). El recorrido llevó al autor a analizar y reflexionar respecto a esta oferta de carreras, tomando como base principalmente para dicho análisis una serie de entrevistas en profundidad a actores referentes de estas carreras.

Entre las principales síntesis y conclusiones presentadas por Vázquez respecto a dos décadas de carreras de posgrado en comunicación en Argentina se señala una tasa de crecimiento mayor de estas carreras respecto de las de ciencias sociales en general; la capacidad de adecuación que han tenido estas carreras en función de las criticidades y dificultades que atravesaron; la concentración en 5 o 6 regiones de la oferta; la presencia de dos perfiles definidos (“las culturales” y las “de relaciones públicas”) con una división muy notoria; una correlación entre tipo de universidad (pública o privada) y grupo de carrera (en función de los perfiles recién señalados); poca accesibilidad a información sobre producción en investigación; la influencia que ha tenido el debate sobre la Ley de Medios en la instalación de temas como comunicación social, medios de comunicación y sobre el rol del periodista; y las oportunidades de mejora que presentan las carreras en variables como tasas de graduación, calidad de sus investigaciones o definición de perfil de egresados.

El autor cierra su análisis de veinte años de comunicación institucional en Argentina con algunas conclusiones. Entre las más importantes se destacan: comunicación institucional y relaciones públicas son dos nombres para denominar la misma profesión, lo cual genera algunas crisis de identidad y solapamientos; la profesión trascendió el marco empresarial que le dio origen y en el cual evolucionó para llegar a ámbitos gubernamentales y de la sociedad

civil; los académicos argentinos de la especialidad son nómades geográfica o institucionalmente, no cuentan con identidad institucional o continuidad académica; no existen institutos o asociaciones académicas que lideren la actividad de difusión o investigación en la disciplina; y la evolución de las carreras de posgrado en comunicación como un proceso que también incluye la consolidación de la profesión del comunicador institucional.

Según Susana Frutos (1998), muchos estudios en comunicación padecen las mismas dificultades que atraviesan a la investigación social en su conjunto. Entre las dificultades la autora menciona el hecho de ignorar el enfoque histórico siendo bastante coyuntural; y la presentación de los sujetos separados de sus colectivos. Ante estas dificultades propone trabajar en el marco de un proceso histórico en el cual se construyen los espacios y sistemas referidos al objeto de estudio.

Esta investigación se propone también el rescate de un saber indispensable como es el saber histórico (Martín Barbero, 2003). En esta lógica se inscriben los capítulos siguientes que vienen para ocupar el espacio del saber histórico. No resulta posible profundizar sobre la formación de posgrado en periodismo y comunicación sin una presentación de la historia que rodea y antecede este fenómeno a estudiar. Es por esto que en los próximos capítulos se presentan la historia y los orígenes del sistema universitario argentino, las características de dicho sistema universitario en la actualidad, un análisis de las carreras de grado en periodismo y comunicación que siempre van a ser la instancia previa de una carrera de posgrado, y los antecedentes sobre la formación de posgrado en nuestro país y la región con un foco particular en las carreras de posgrado en periodismo y comunicación. Entender el contexto permitirá avanzar en un análisis situado y vinculado a los procesos históricos que tuvieron incidencia en el desarrollo del objeto de estudio de esta investigación.

EL SISTEMA UNIVERSITARIO: SUS ORÍGENES Y LA HISTORIA ARGENTINA

La primera universidad que se creó en el territorio que posteriormente conformaría el mapa de la Argentina fue la Universidad de Córdoba, a comienzos del siglo XVII. Para ese entonces, la vida universitaria en el mundo tenía unos 400 años de historia en su haber, a partir de una expansión centrada principalmente en Europa.

El desarrollo de Córdoba, en algunos puntos, no dista demasiado de ciertos rasgos originarios de la universidad medieval; principalmente en su fuerte vínculo con la Iglesia Católica, en la elección de las disciplinas a enseñar y en el rol que el estatus social del título de graduación confería a sus estudiantes.

Sin embargo, otros aspectos sí habían cambiado sustancialmente en esos 400 años. El gobierno de la universidad, su financiación, la necesidad de anclarse materialmente a un edificio o espacio físico y el poder de su estudiantado son algunos de los cambios más notorios.

Los primeros registros que se tienen de la universidad (en términos relativamente cercanos a lo que hoy se conoce como tal) son de comienzos del siglo XIII, en plena edad media. Aunque existen algunas experiencias anteriores, se toma a París y a Bologna como las dos universidades arquetípicas, que moldearon “la mayor parte de los aspectos de la cultura de la universidad, tal como ha sido reproducida en todo el mundo”. Por esos años se dio un fenómeno de característica doble, que fue por un lado el aumento en la difusión de la filosofía helénica y, por otro, el creciente número de docentes con influencia en Europa para congregarse estudiantes de distintos puntos del continente.

En el caso de Bologna, el primer documento que da testimonio de su funcionamiento se podría remitir al año 1088, pero -según señala Haskins- “la primera evidencia directa de su existencia es una declaración realizada por Boncompagno en 1215”. En París, en cambio, su fundación es algo más exacta y está fechada en el año 1208. Como se señaló, ambas instituciones moldearon en cierta medida el fenómeno de expansión universitario que se dio en los siglos siguientes. El aporte o la marca de Bologna se puede rastrear en el estudio del derecho; mientras que la filosofía y la teología reproducían características vinculadas a París. Desde el inicio de éstas, durante los siguientes cuatro siglos, en Europa se fundaron “entre

seis y siete docenas de universidades”, las cuales no todas sobrevivieron, pero muchas otras sí, hasta la actualidad. El denominador común que las une fue la enorme influencia católica sobre los planes de estudio y sobre la elección de los docentes -“una unión de fe y de razón”-.

“Las universidades trascendieron los Estados y la cultura regional. (...) El plan de estudios común para los estudiantes desde la Península Ibérica hasta las Islas Británicas y países ubicados al Este y en regiones centrales derivó al menos en la homogeneización de la cultura de Europa Occidental”. (Haskins, 2013)

Tal como sucederá en América con las nacientes universidades (más allá de su rango), con los años, la graduación se convirtió en una suerte de trampolín social, que otorgaba a veces poder, otras veces trabajo y casi siempre “un status legal concreto”. Aunque con limitaciones, esto fue conformando a la universidad como un elemento clave para comprender la movilidad social de los sectores económicamente menos favorecidos.

El fenómeno de expansión universitaria europea tuvo un correlato fuerte en la América colonial de España, con una organización de instituciones según rango: mayor o menor. Estados Unidos también tuvo un desarrollo contemporáneo de universidades, pero con un modelo distinto, que desde su nacimiento reprodujo el *college* inglés. No obstante, como señala Haskins (2013), ya en la creación de universidades llevada a cabo a fines del siglo XIX, Estados Unidos adoptó el esquema más clásico de Europa y, de este modo, “ingresó en el antiguo legado”.

Córdoba, en realidad, era una de las universidades menores de la corona española. Tanto México como Lima fueron las primeras instituciones impulsadas en la América colonial, con un funcionamiento calcado a las universidades medievales (cuatro facultades: Teología, Derecho, Artes y Medicina), financiadas por la Monarquía y marcadas por la Iglesia católica. En cambio las otras universidades, llamadas menores o “particulares”, debían cumplir la característica de no tener ninguna universidad mayor a menos de 200 millas y solían estar controladas por órdenes religiosas.

Como se señaló, en este marco, la actual Universidad Nacional de Córdoba fue la primera universidad que se fundó en nuestro territorio, en aquel entonces bajo el nombre de Universidad de Córdoba del Tucumán. Su estrecha ligazón con el poder eclesiástico dirigido desde la corona española se extenderá durante los primeros dos siglos de su vida académica.

A mediados de 1621, el Colegio Máximo, perteneciente a los jesuitas, logró la denominación originaria de “universidad”, luego de que la Iglesia de Roma autorizara a los colegios que funcionasen a más de 200 millas de la universidad más cercana a otorgar grados universitarios. Esa fecha quedó registrada como el origen de esta casa de estudios, aunque su denominación de Universidad de Córdoba del Tucumán la obtuvo dos años después, en 1623.

Su papel fue preponderante en la formación del clérigo rioplatense y estuvo íntimamente ligada a la vida religiosa hasta el proceso de independencia de comienzos del siglo XIX. En la primera etapa su control, administración y financiamiento provenía de la Compañía de Jesús y, a partir de 1767, la Corona española expulsa a los jesuitas y asume el manejo absoluto de la institución, e incluso nombra al virrey segundo en su línea de autoridad, antecedido únicamente por el gobernador de Buenos Aires.

Durante la etapa jesuita, según consigna Buchbinder (2010) “los fondos a partir de los cuales obtenía su sustento, tanto el Colegio de Montserrat, que albergaba a los estudiantes que provenían de diferentes sitios del espacio rioplatense, como el noviciado jesuita y la Universidad, tenían su origen entonces en las rentas que generaban las estancias, campos, ganados y las propiedades urbanas que, a través de compras, donaciones o mercedes, acumuló la orden en el Río de la Plata”.

Pero la expansión de los borbones en el poder español impactó en los jesuitas, provocando un aislamiento de esta orden y una automática decisión de la Corona de modificar (y supervisar) los planes de estudios de todas las instituciones universitarias bajo su mando, para así fortalecer su poder directo. El cambio más significativo en la vida de la Universidad de Córdoba en este período se dio exactamente en 1800, cuando una cédula de la realeza ordenó fundar una nueva Universidad en Córdoba bajo la denominación de “Real Universidad de San Carlos y de Nuestra Señora del Montserrat”. Esta nueva institución comenzó a funcionar oficialmente en 1808, tras el alejamiento definitivo de los franciscanos, aunque algunas décadas atrás había dado un giro fuerte en comenzar a otorgar en 1781 títulos de doctor a laicos, y entre 1791 y 1793 se organizó la enseñanza del derecho civil, para formar elite ilustrada que ocuparía espacios en la burocracia colonial, y posteriormente, en el nuevo Estado generado después de la independencia (Guaglianone, 2013).

En concreto, para graficar el rol que ocupó esta institución en la vida política de comienzos del XIX, Buchbinder describe que de los 29 congresales que firmaron en 1816 el Acta de la Independencia en el Congreso de Tucumán, 14 habían pasado por los claustros cordobeses.

Como señalan Del Bello, Barsky y Giménez (2007), “las últimas décadas del siglo XIX y buena parte de las del siglo XX fueron atravesadas por una fuerte disputa entre distintos sectores que controlaron el poder político y la Iglesia católica argentina sobre los contenidos de la enseñanza en los niveles primario, secundario y universitario”.

En el caso de Córdoba, a partir de 1815 comenzó a implementarse un nuevo plan de estudios, más acorde a los requerimientos de la nueva administración burocrática del Estado revolucionario, con una cátedra de matemáticas, con lenguas modernas y con menor espacio dedicado a la metafísica. No obstante, el peso escolástico siguió siendo muy fuerte dentro del armado curricular de la Universidad, lo que evidenciaba una tensión no resuelta que duraría todavía una década más, con avances y retrocesos.

En términos de su administración, a partir de 1820 con la caída del gobierno central, la universidad pasó a jurisdicción de las autoridades de la provincia de Córdoba. “Justamente, la característica principal de esta etapa radicó en la dependencia cada vez mayor del poder político provincial” (Buchbinder, 2010). En 1822, ese poder político nombró rector a Ignacio Castro Barros, “uno de los más tenaces opositores” (Del Bello *et al*, 2007) a la ley de tolerancia de cultos no católicos que la provincia de Buenos Aires sancionaría unos pocos años después y que encontraría en Castro Barros un dique de contención del avance de las ideas liberales porteñas. Para ese entonces, a partir de 1821, la UNC ya competía con la recién fundada Universidad de Buenos Aires, que nació en un marco de expansión de las universidades en occidente como respuesta a la caída del modelo de universidad escolástica (que fue el sello que había marcado los primeros dos siglos de Córdoba). En Buenos Aires, la educación superior tendría la marca de una creciente vida social laica, y la UBA no fue su excepción.

La siguiente etapa determinante para Córdoba se dio recién unas tres décadas más tarde. Después de Caseros, en 1854, el control universitario pasó a órbita nacional, junto al Montserrat. Hasta ese entonces, su actividad académica se limitaba a un Instituto de Estudios Preparatorios, una Facultad de Teología y otra de Derecho. Para 1863, “la Facultad de Teología fue suprimida y los estudios de Derecho renovados y modernizados al eliminarse el estudio del derecho natural e incorporarse el del derecho civil argentino”, detalla Buchbinder y subraya que a partir de estas reformas la Universidad abandonó “de forma definitiva la armazón escolástica”. Esos cambios vinieron además con la incorporación de ciencias exactas

y naturales, y posteriormente, a pedido de Sarmiento, se sumó también una Facultad de Ciencias Físico Matemáticas.

Buchbinder señala además que estas nuevas iniciativas reforzaron en Córdoba una característica que luego sería compartida por el universo universitario argentino desde finales del siglo XIX: “Su orientación profesionalista”.

Por esos años, específicamente en 1885, se votó en el Congreso la llamada “Ley Avellaneda” que definió la forma de integración de los cuerpos directivos de las universidades, la designación de profesores por parte del Poder Ejecutivo y el origen de los recursos presupuestarios. Y cinco años después, se creó la Universidad de La Plata, que durante los primeros 15 años funcionó bajo la órbita provincial y para 1905 se nacionalizó.

La Ley Avellaneda fue el primer intento por establecer pautas para el funcionamiento general de las universidades nacionales (CONADU, 2016). La ley, que llevó por número 1.597 y se publicó en junio de 1885, se mantuvo vigente hasta 1947, cuando recién se renovó por la 13.031. En su nacimiento sólo establecía las reglas de las universidades de Córdoba y Buenos Aires, pero entraron bajo su órbita otras instituciones que se fueron creando.

Fue una ley determinante para las universidades, porque marcaba la gobernabilidad de aspectos esenciales, algunos de los cuales entrarán en profunda contradicción con las proclamas del movimiento estudiantil de 1918. Uno de ellos era la designación de los docentes, que aunque las facultades sugerían una terna de posibles nombres, era finalmente el Poder Ejecutivo Nacional quien tenía la voz autorizada para definir quiénes integraban las cátedras y también cuánto debían ser los salarios de los profesores.

En concreto, el artículo seis de la Ley Avellaneda definía: “Las cátedras vacantes serán llenadas en la forma siguiente: la facultad respectiva votará una terna de candidatos que será pasada al Consejo Superior, y si este la aprobase será elevada al Poder Ejecutivo quien designará de ella el profesor que deba ocupar la cátedra”. La legislación, a su vez, regulaba la cuestión del financiamiento, a través del artículo siguiente donde indicaba que los derechos universitarios percibidos debían constituir el "fondo universitario", con excepción “de la parte que el Consejo Superior asigne, con la aprobación del Ministerio para sus gastos y para los de las facultades”. Además, cada universidad debía rendir anualmente al Congreso de la Nación un detalle de sus fondos e inversiones.

Los debates nacionales de estas últimas décadas del siglo XIX y comienzos del XX estaban signados por dos fenómenos centrales: la inmigración y los cambios en la matriz económica del país impulsados tanto por la ingreso de capitales foráneos como por el auge agroexportador, que se profundizaban con los vínculos con Gran Bretaña.

En el plano universitario, estas tensiones se proyectaron sobre una dicotomía que nunca terminó de saldarse y que regresa en voz de distintos actores a lo largo de la historia. Se trata del perfil que debe asumir la universidad en el país. O bien volcarse a un rol profesionalista, que certifique los saberes que la vida práctica de la economía demanda; o en cambio hacer “ciencia desinteresada”, en pos de contribuir a los grandes debates y ciclos de pensamiento del país.

Esa discusión no fue abstracta o teórica, sino que se registraron proyectos de ley para un lado y para el otro y, de hecho, los debates registrados en los procesos de creación de las nuevas universidades o facultades de estos años reflejan esta tensión.

El creciente rol de la Universidad de Buenos Aires

La Universidad de Buenos Aires, para el momento de la Ley Avellaneda, tenía en funcionamiento las Facultades de Humanidades y Filosofía; Derecho y Ciencias Sociales; Matemática; Ciencias Físico-Naturales; y Ciencias Médicas (reincorporada a la institución después de que en 1852 había adquirido un funcionamiento autónomo respecto de la universidad). Y unos años más tarde, en 1896, incorporará a la Facultad de Filosofía y Letras, que nació con el objetivo de desprenderse del paradigma profesionalista que había marcado principalmente a Derecho y asumir un rol más cercano al que luego se propondrá la UNLP.

La UBA se había creado en agosto de 1821, en momentos que en Buenos Aires se erigía como un Estado escindido del resto del país (después de la primera batalla de Cepeda en 1820) con Martín Rodríguez como gobernador y Bernardino Rivadavia como ministro de gobierno y relaciones exteriores⁵. Eso explica, de hecho, que su nombre no lleve la palabra “Nacional” en su interior, pese a su proceso de nacionalización 60 años después (Unzué, 2012). Para su funcionamiento, al igual que sucederá en La Plata, la naciente institución

⁵ El edicto que dio creación a la Universidad, de hecho, lleva la firma de ambos: <http://www.uba.ar/download/institucional/edicto.jpg>

incorpora bajo su administración a algunas de los centros de enseñanza superior que funcionaban en la ciudad y otros organismos, como academias de distintas ramas. A diferencia de otras universidades del período en América, la UBA en un comienzo se creó con departamentos y no facultades: Primeras Letras, Estudios Preparatorios, Ciencias Exactas, Medicina, Ciencias Sagradas y Jurisprudencia; esto permanecerá así hasta 1873. Lo que sí toma del clima de época es cierta descomposición del modelo de universidad escolástica (aunque de manera relativa, porque los lazos seguían siendo muy fuertes con la Iglesia), más asociada al liberalismo y la generación de conocimiento que resulte útil a la resolución de problemas concretos del momento. Su primer rector fue el doctor Antonio Sáenz, prebitero y hombre gravitante de la política en Buenos Aires, que estuvo al frente de la Universidad hasta su muerte, a mediados de 1825.

Durante el rosismo, la universidad pierde buena parte de su presupuesto, algunas cátedras se cierran y muchos profesores se alejan. Un decreto de 1836 puso como condición para acreditar la condición de “doctor” a un graduado que demuestre previamente su adhesión “a la causa de la Federación” (Buchbinder, 2010). Su funcionamiento se acotó, pero no se detuvo, el número de graduados promedio bajó durante la etapa de Rosas, pero gran parte de la dirigencia política pos-rosista obtuvo su título en la UBA en la década del cuarenta.

El período de Juan María Gutiérrez como rector, que asume recién iniciada la década del sesenta implicó un momento determinante para la Universidad, porque se establece un reglamento interno de organización, transformando los departamentos en facultades e instituyendo los concursos docentes para la provisión de las cátedras. Políticamente, se había sucedido como contexto la batalla de Pavón, lo que implicó la derrota de la Confederación Argentina y la imposición de la Provincia de Buenos Aires sobre el resto de las provincias. Menos de dos décadas después, en 1881 con Julio A. Roca en la presidencia del país se expande la idea de Estado Nacional, se federaliza la ciudad de Buenos Aires y con ello se entrega la UBA al gobierno nacional, lo que demandará nuevos estatutos y también planes de estudio. En 1885, como ya se indicó previamente, llegará el momento de la promulgación de la Ley Avellaneda.

La rápida transformación de la vida universitaria era una caja de resonancia de los cambios que había generado el crecimiento urbano, la inmigración y cierto desarrollo industrial. Pero además era también una respuesta a una creciente escolarización de la población argentina; fenómeno que había tenido su reflejo legislativo en la Ley 1420 de educación común, gratuita

y obligatoria de 1884, no sin generar una grieta en la llamada generación del ochenta, principalmente por el rol de la religión en las escuelas.

La Ley establecía la obligatoriedad de la instrucción primaria, de carácter gratuita y pública. En la Argentina, la educación cobraba cada vez más un rol central en el proceso de movilidad social, lo cual se veía claramente reflejado en las camadas de recibidos de las dos universidades nacionales que existían entonces. Sobre todo en dos áreas clave: abogacía y medicina. La carrera de Derecho funcionaba muchas veces como una suerte de antesala a la carrera política, ya sea para roles ejecutivos, como legislativos o judiciales.

UNLP: la planificación de una universidad nueva

La Universidad Nacional de La Plata (UNLP) fue la tercera conformada en la Argentina, luego de un corto período bajo la órbita provincial. Su impronta estuvo desde temprano marcada por el pensamiento de Joaquín V. González, una de las figuras intelectuales y políticas más gravitantes de la época. Toda la organización a partir de su nacionalización fue planificada y ejecutada por el propio González, que había realizado sus estudios de Jurisprudencia en Córdoba.

Dardo Rocha fue el fundador de la Universidad y ocupó su rectorado durante todo el período provincial, desde 1897 hasta 1905. El número de alumnos hasta entonces era bastante reducido, al igual que su presupuesto. Los proyectos de nacionalización de González, que tomaron estado público en 1904, copiaban el modelo de organización social universitaria de las grandes instituciones de Inglaterra y de algunas de Estados Unidos. El por entonces Ministro de Justicia e Instrucción Pública no sólo buscaba nacionalizar la universidad, sino ponerla en línea con los veloces progresos que mostraba la ciencia y, a su vez, convertir a La Plata en una ciudad universitaria que alojara estudiantes y profesores y que viviera cultural y socialmente el clima académico de una casa de altos estudios.

Para Buchbinder, “el de Joaquín V. González fue, probablemente, el único plan integral y sistemático de organización universitaria que se elaboró en la Argentina en toda la primera mitad del siglo XX” (Buchbinder, 2010: 84). Su preocupación estaba en buena medida en fortalecer la formación de la clase dirigente, pero también en la ciencia y en la docencia.

Un dato nada menor en esa organización planificada fue que La Plata se mantuvo al margen de la Ley Avellaneda que era muy estricta sobre la integración de la conducción de las universidades y los cargos docentes; y al tratarse de una nacionalización de una institución provincial, estaba regida por la llamada Ley Convenio. Esto le permitió a González situar a los profesores en un espacio nuclear del gobierno de la UNLP: tanto la asamblea que tenía a su cargo la elección del presidente de la universidad, como los consejos académicos que manejaban las facultades e institutos estaban compuestos en su totalidad por profesores. Esta conformación tenía muchas implicancias, pero principalmente marcaba una diferencia radical respecto de la organización y gobernanza de Córdoba y de Buenos Aires.

A los pocos meses de su nacionalización, a comienzos de 1906, los profesores designaron a Joaquín V. González como presidente de la universidad; cargo que ocupó durante los siguientes 12 años (hasta 1918, año de la Reforma), y del cual se fue luego de una memorable despedida que se concretó en el Teatro Argentino de La Plata. Su gestión logró que el gobierno de la Nación cediera a la universidad organismos del mundo de la ciencia y de la educación sobre los cuales expandió su proyecto institucional. A raíz de una carta que González envía a inicios de 1905 al gobernador de Buenos Aires, Marcelino Ugarte, analizando la importancia de desarrollar una nueva universidad, la provincia logra firmar en agosto de ese año un convenio ad referendum con la Nación para la creación de la Universidad Nacional, en el cual se establecía la cesión del Museo, el Observatorio Astronómico, la Facultad de Agronomía y Veterinaria, la Escuela Práctica de Santa Catalina, el Instituto de Artes y Oficios, el terreno donde luego fue edificado el Colegio Nacional y la Escuela Normal (Barba, 1998). De esta forma, y con este acervo, su conformación se tradujo en cuatro centros principales: la Facultad de Agronomía y Veterinaria; la de Ciencias Jurídicas y Sociales; la de Ciencias Físicas, Matemáticas y Astronomía; y, finalmente, la de Ciencias Naturales (que tenía en su órbita al Museo). Y unos años más tarde, en 1914, se sumó la Facultad de Ciencias de la Educación, que reflejaba la preocupación de González por la formación pedagógica de los maestros.

Su presidencia además buscó fortalecer los vínculos con otras universidades del exterior, principalmente de Europa. No es una impronta exclusiva de González, sino que muchas universidades o centros académicos solían invitar durante un período corto a referentes europeos o norteamericanos para dar conferencias, seminarios o, incluso, para ayudar en la organización de nuevas instituciones.

La Reforma del 18

La siguiente universidad que se creó en el país después de La Plata fue la de Tucumán, en 1912, primero con estatus provincial y nueve años más tarde, nacional. Sin embargo, en el medio de este proceso, la Argentina vivió un fenómeno de enorme trascendencia política y social, que marcaría a fuego la vida universitaria y la participación política juvenil hasta nuestros días.

Durante la primera presidencia de Hipólito Yrigoyen, los estudiantes de la Universidad Nacional de Córdoba iniciaron una protesta contra la forma de gobierno universitaria, que pronto se extendió a otras casas de estudio del país (aunque con distintas intensidades) y a otros actores, empezando por los docentes, pero continuando por los círculos culturales e intelectuales. El movimiento que desembocó en la gesta bautizada Reforma Universitaria a mediados de 1918 generó un nuevo perfil de universidad del país, a través de las siguientes conquistas:

Autonomía universitaria, cogobierno con el sector estudiantil, libertad de cátedra, concursos, extensión de las actividades universitarias y desarrollo de áreas de investigación como función típica de la universidad⁶.

La secuencia de hechos comenzó en marzo de ese año y confluyó en la fecha que quedaría en la historia, el 15 de junio de 1918, cuando los estudiantes cordobeses entraron en la Universidad y lograron interrumpir la elección del rector. Los conflictos y tensiones de todas formas se extendieron hasta septiembre/octubre de ese año, con manifestaciones en todo el país, y particularmente en Córdoba donde la Federación Universitaria asumió la dirección de la UNC por unos días y el gobierno de Yrigoyen ordenó una represión en manos del Ejército. Las repercusiones, con los años, se harán sentir también en muchas naciones de América Latina, como Perú o México.

Las controversias más marcadas se iniciaron en la Facultad cordobesa de Medicina, centralmente por dos puntos: el régimen docente y la eliminación de un sistema de internado para alumnos de la carrera en el Hospital de Clínicas que dependía de la Universidad. De esa

⁶ El primer documento que conceptualiza no tanto los reclamos concretos, sino las motivaciones y los enojos del cuerpo estudiantil fue el Manifiesto de la Federación Universitaria de Córdoba (1918).

disputa, y ante la negativa de las autoridades de la Facultad por dar una respuesta al memorial de reclamos, surge un inicial Comité Pro Reforma, que nace de las movilizaciones de los estudiantes, y que se conforma con los delegados de todas las facultades de Córdoba.

El Consejo Superior de la Universidad se negó a recibir la petición del cada vez más representativo Comité Pro Reforma, lo que derivó en una huelga de tal magnitud que el Gobierno nacional intervino la casa de estudios y propuso una reforma de los estatutos, además de restablecer el internado en el Hospital de Clínicas. Los cambios que implementó el Gobierno buscaron copiar los que hacía apenas dos años había aplicado la Universidad de Buenos Aires, dejando el manejo de la Universidad al conjunto de profesores (es decir, terminar con las academias), pero los estudiantes desconocieron las siguientes elecciones que se dieron y reclamaron la participación directamente estudiantil en el gobierno de la casa de estudios. Estos reclamos derivaron en una nueva intervención y modificación de los estatutos que dispusieron ahora una administración compartida por profesores titulares, suplentes y estudiantes.

Esto fue centralmente lo que sucedió durante la primera mitad del año en Córdoba, pero en verdad el proceso de la Reforma está enmarcado en una transformación del país que se había iniciado unos años atrás, con una progresiva renovación de los sectores dirigentes y de las elites más dinámicas en términos económicos (Portantiero, 1987). La Ley Sáenz Peña, de inicios de 1912 abrió las puertas a una reestructuración de las reglas políticas que derivaron en las elecciones presidenciales de 1916, donde resultó ganador el candidato por la Unión Cívica Radical, Hipólito Yrigoyen. Las consecuencias fueron variadas, pero algunas de las principales fue el ingreso al mundo de la política de sectores que antes permanecían en los márgenes y la eliminación de las prácticas de fraude que fueron un signo de fines del siglo XIX y principio del XX. Este espíritu de renovación de la clase dirigente también es un elemento que se ve con mucha fuerza en los reclamos de los reformistas del 18: “El problema no radicaba tanto en el espíritu clerical y conservador de la Universidad (de Córdoba) sino en el carácter familiar y cerrado de los círculos que la gobernaban”, detalla Buchbinder. Para ese entonces, ya se habían acumulado reclamos en las facultades que la integraban para modificar sus estatutos y permitir que otros claustros participen de su gobierno, los cuales fueron desoídos.

Los postulados de la Reforma se expanden a las otras universidades, incluso a Tucumán y el Litoral, que también en sus estatutos al momento de nacionalizarse recogen muchas de esas

premisas (posteriormente lo hará también la Universidad de Cuyo, creada en 1939). Pero la Reforma es en sí mismo un fenómeno, por sus reclamos, principalmente referente a Córdoba, porque era donde las formas de gobierno estaban más cerradas a pequeños grupos. En Buenos Aires, de hecho, la reforma de sus estatutos que definían los representantes en su dirección fue aplicada por los mismos que conducían la UBA desde 1906. En ese caso, se incluyeron en partes iguales a claustros de profesores y de estudiantes de los últimos años en la gobernanza de la casa de estudios. En Córdoba, en cambio, la participación estudiantil fue el elemento más conflictivo desde un comienzo.

En La Plata, que era la tercera de las grandes nacionales, la Reforma también implicó un proceso muy fuerte en su estructura, porque el armado de Joaquín V González era reactivo a la participación de los estudiantes en las decisiones de gobierno, y desde un inicio había puesto a los profesores al frente de su administración. En La Plata los coletazos más fuertes se hicieron sentir dos años más tarde, en 1920, cuando las protestas llevaron a la renuncia de Rodolfo Rivarola, el presidente que continuó el legado de González (Barba, 1998).

Otro dato histórico importante que se desprende del período de la Reforma es el creciente peso político de los centros de estudiantes, en el gobierno universitario y también en la vida nacional.

La universidad de las décadas del 20 y el 30 va cambiando con estos nuevos estatutos y, a su vez, motivada por una renovación del cuerpo docente, que va integrando a sus propios graduados, muchos de ellos provenientes de la clase media y no de la elite local. Es el inicio de la carrera académica en la universidad argentina. Esto no invalidó, de todas formas, una tendencia muy fuerte de esas décadas, que fue la de traer especialistas o catedráticos del exterior para que vinieran a la Argentina a dictar cursos o tomar cátedras. A la inversa, también se implementan crecientemente las becas a los mejores estudiantes locales para que pudieran viajar a Europa o Estados Unidos a perfeccionarse.

Como se señaló, el caso de la Universidad Nacional de Litoral es quizás el más marcado en cuanto a influencia directa de los ideales de la Reforma. Se nacionalizó por ley del Congreso de la Nación el 17 de octubre de 1919, justo tres décadas después de su creación provincial, y se define a sí misma como “hija del movimiento reformista”. Al momento de nacionalizarse, sustenta su sede de gobierno en la ciudad de Santa Fe, pero integra escuelas e institutos superiores ubicados en Rosario, Paraná y Corrientes, por lo que nace con un marcado criterio de regionalización que la acompañará a lo largo de su historia. Hacia la mitad del siglo XX,

se amplía su radio de acción con nuevas facultades e institutos y con una nutrida actividad investigativa, que se expande por todo el Litoral; pero las posteriores creaciones de las universidades nacionales de Rosario y de Entre Ríos redujeron su alcance.

Además de su clara inspiración en los ideales reformistas del 18, la Universidad Nacional del Litoral comparte con la de Cuyo el haber sido las dos primeras instituciones en ser intervenidas por la autoproclamada Revolución del 43, que puso fin al gobierno de Ramón Castillo en junio de ese año, para situar en la máxima autoridad nacional primero a Pedro Pablo Ramírez y luego a Edelmiro Farrell.

En el caso de Cuyo, la Universidad había sido creada apenas cuatro años antes, también con una lógica regional, como la UNL, en este caso abarcando San Juan y San Luis en su alcance. Sin embargo, al igual que en Santa Fe, las creaciones de las universidades nacionales de San Juan y San Luis en la primera mitad de la década del setenta dejaron limitada a la UNC sólo al territorio mendocino.

Las primeras escuelas de periodismo en Argentina (y América Latina)

Los orígenes de los estudios superiores del periodismo en la Argentina deben rastrearse en una asociación entre el Círculo de Periodistas de la Provincia de Buenos Aires y la Universidad Nacional de La Plata, a inicios de 1934, cuando se dictó por primera vez un curso preparatorio de esta materia en la casa de estudios. De esa alianza, se conformó luego la Escuela Argentina de Periodismo (justo un año después de ese curso inicial), que pasará luego a ser Escuela Superior y que, a 60 años de su nacimiento, obtendrá el status de Facultad de Periodismo y Comunicación Social, hoy con más de seis mil estudiantes en su interior.

Esa Escuela de Periodismo fue la primera de América del Sur y su conducción quedó en manos del periodista Manuel Elicabe, presidente por entonces del Círculo, que fue secundado por Ricardo Levene, bajo el rol de director honorario, que en ese entonces era el rector de la UNLP. Elicabe había sido clave en la gestión del primer tramo formativo que se materializó con el curso de 1934 (específicamente, el 27 de abril de 1934, con casi 300 alumnos, de los cuales una porción considerable eran mujeres), pero que había empezado a idearse a fines del 32.

Las siguientes experiencias en América Latina en esta dirección se darán recién en la década del 50, cuando aparecen las primeras escuelas de periodismo en Brasil y en México. Luego, se sumarán otros países de la región como Perú, Colombia, Cuba y Ecuador.

Para el periodismo, en América, y particularmente en la Argentina, las décadas del 20 y del 30 implicaron un crecimiento sustancial en tirada, lectores, aumento de la publicidad y sustentabilidad económica de los medios. Algunos de ellos, en alianza con la naciente radiofonía, conformaron los primeros multimedios del país. Se había estabilizado la etapa de profesionalización del periodismo en las redacciones, tras el auge de las revistas que comenzó a fines del siglo anterior, y las publicaciones cada vez se centraban más en temas específicos para tomar nichos de mercados más concretos (Ulanovsky, 1997) (Eujanian, 1999).

En términos políticos, los años 30 en nuestro país (la llamada “década infame”) se caracterizaron por la corrupción política y económica, el retorno de las prácticas neocoloniales en relación a Gran Bretaña y la represión permanente del movimiento obrero y los partidos populares. El golpe militar encabezado por el general Uriburu en 1930 derrocó al gobierno constitucional de Hipólito Yrigoyen e inauguró casi quince años de retorno conservador al gobierno. Al período de Uriburu le siguió el gobierno del Gral. Agustín P. Justo y su vicepresidente Julio A. Roca (hijo) entre 1932 y 1938. Un período donde la persecución al radicalismo y al movimiento obrero fue un rasgo clave. La creación de la Junta Nacional de Granos y de Carnes y del Banco Central también son hechos relevantes de la época. Sin embargo, uno de los hechos sustanciales que marca el retroceso de la época es la firma del Pacto Roca-Runciman entre la Argentina y el Reino Unido, donde los británicos a cambio de otorgarle a nuestro país un cupo de 390.000 toneladas de carne para exportar obtenían beneficios como que el 85% de esas exportaciones debían hacerse a través de frigoríficos británicos, el carbón británico no pagaría derechos aduaneros, los ferrocarriles británicos no tendrían reguladas sus tarifas y se otorgaban facilidades para la instalación de empresas británicas en nuestro país.

Para las universidades argentinas la década del 30 representó un período de contra-reforma - pese a que muchos de los estudiantes y centros de estudiantes que protagonizaron la etapa de la Reforma del 18 convalidaron y hasta apoyaron en la calle el golpe militar contra Hipólito Yrigoyen; posición que cambiará rotundamente cuando comprueban los efectos represivos y los retrocesos institucionales que se promoverán principalmente durante el gobierno de José Félix Uriburu.

La Escuela Argentina de Periodismo, en ese contexto, fue un espacio gravitante en el círculo periodístico del país, que contaba además con el respaldo (administrativo y de certificación) de una de las universidades más grandes en Argentina. Sus clases siempre fueron gratuitas y durante muchos años su personal administrativo y sus docentes trabajaron ad-honorem, hasta que recién en 1954, el Consejo Superior de la Universidad resolvió auspiciar el funcionamiento de lo que pasaría a ser la Escuela de Periodismo de la UNLP.

Los primeros cursos siguieron el formato de la Escuela Libre de Cultura Integral que se había originado tres años antes, y tenían la intención de formar bajo una perspectiva “profesionista”, que atiende la demanda de los diarios de la época y les ahorren tiempo y dinero a los periódicos por tener una formación técnica y profesional lograda en el ámbito educativo.

Levene, en 1934, sostenía según consigna el Boletín de la UNLP de ese año: “Es imposible entrar en los dominios de la historia argentina sin el conocimiento de su periodismo. Se trata de uno de los hechos que distinguen nuestra personalidad moral en el concierto de la civilización. En periódicos, diarios y revistas se han proyectado y se proyectan las opiniones, creencias, pasiones, intereses e ideales del pueblo argentino. La historia de las ideas, la de nuestra política y de nuestra economía, se comprende a la luz de sus periódicos. Suprimid su estudio y nos quedaremos a oscuras”.

Las primeras clases de lo que pronto sería la Escuela Argentina de Periodismo se dictaron el viernes 27 de abril de 1934. “Panorama del periodismo contemporáneo”, a cargo del profesor de la Universidad José A. Oria; y “Sociología Iberoamericana”, por José Vasconcelos, quien fuese fundador del partido Antirreeleccionista de Francisco Madero que derrotó a Porfirio Díaz en México iniciando la Revolución Mexicana, lo cual marcaba de por sí el perfil político-ideológico de este naciente espacio de formación.

La contracara de la fundación de la Escuela Argentina de Periodismo fue la creación del Instituto Grafotécnico, que inauguraba sus clases cuatro semanas más tarde del inicio del curso de la UNLP en la Capital Federal. Este instituto quedó bajo la conducción de la Compañía de San Pablo y en su creación se propuso constituir una Escuela de Periodismo basada en la Encíclica Rerum Omnium del Papa Pío XI que define las obligaciones periodísticas: no corromper la verdad ni desvirtuarla con el pretexto de no herir al adversario; cuidar la forma y la belleza del idioma; presentar sus pensamientos con expresión “tan luminosa y agradable que torne gustosa la verdad para sus lectores”; saber “rechazar los

errores y oponerse a la improbidad de los malvados en tal forma que eche bien de ver su recta intención y el espíritu de caridad que los anima”.

De esta forma se daba en el campo del periodismo y la comunicación un momento histórico, la creación de dos escuelas casi al mismo tiempo: una de inspiración laica vinculada con la universidad pública, y la otra de inspiración religiosa. Este suceso marca el reconocimiento de la relevancia que los medios de comunicación de ese momento tenían en la lucha por el control de las masas.

La política de educación superior en el peronismo

El primer y segundo gobierno de Juan Perón (1946-1955) imprimió sobre el mundo universitario una serie de cambios sustanciales tanto en su funcionamiento burocrático administrativo como en su enfoque social y desarrollo científico. Algunas de esas transformaciones fueron profundizaciones de procesos que ya venían dándose (principalmente en el plano de la investigación y la ciencia) y otras fueron variaciones determinantes respecto de la tendencia anterior (sobre todo en términos de accesos de la población a las universidades y estructuras docentes a cargo de las cátedras). Como el análisis histórico del peronismo en sus distintas dimensiones, la política de educación superior durante esta década tiene tanto detractores a ultranza como defensores absolutos.

En términos legislativos⁷, el suceso más importante fue la sanción en septiembre de 1947 de la Ley 13.031 que establece un nuevo régimen universitario⁸, que termina de completarse a los dos años, con algunas modificaciones que se definen al sancionarse la Constitución Argentina de 1949. A este cuerpo normativo hay que sumar a su vez el decreto 29.337 de gratuidad de la enseñanza universitaria y de ingreso irrestricto, sancionado también en el 49. Con estos cambios, ya a partir de 1947, el gobierno de las universidades pasó a depender del Poder Ejecutivo Nacional, que tenía bajo su mandato la designación del rector (con cargo por tres años), quien a su vez proponía la terna de decanos que debía aprobar el consejo directivo de cada facultad. Este fue, naturalmente, uno de los aspectos más criticados por los académicos y los sectores estudiantiles referenciados en los ideales reformistas del 18, con

⁷ Un análisis histogriográfico de la legislación universitaria argentina puede hallarse en Mignone, Emilio F. (1998). *Política y Universidad: el Estado legislador*. Buenos Aires: Lugar editorial.

⁸ CONADU (2016), *op. cit.*, p.5.

quienes en verdad existía ya una disputa con Perón desde la campaña electoral de 1945 y comienzos de 1946 (la FUA, de hecho, participó de la Unión Democrática)⁹. También los profesores pasaron a ser designados por el Ejecutivo, según se consignaba en el art. 46 de la nueva ley.

Otro de los puntos que generó gran controversia en el articulado fue la prohibición tanto para profesores como para alumnos de actuar directa o indirectamente en política, “invocando su carácter de miembros de la corporación universitaria”; prohibición que se extendía a “formular declaraciones conjuntas que supongan militancia política o intervención en cuestiones ajenas a su función específica”. Las aspiraciones de una neutralidad política ya habían sido alegadas en la intervención de las universidades de mayo del 46, un mes antes de la asunción de Perón a la presidencia, que derivó en cesantías o alejamientos de un conjunto numeroso de docentes. De acuerdo a los datos citados por Buchbinder, al finalizar ese año “habían sido desplazados de las universidades nacionales 1.250 docentes”¹⁰. Muchos de esos espacios fueron llenados por los propios profesionales que ya integraban la cátedra, no como titulares, sino como adjuntos o auxiliares.

La contracara de la limitación de la autonomía y las disputas con sectores docentes fue una masiva ampliación de la matrícula universitaria, promovida centralmente por el mencionado decreto de 1949. Lionetti (2012) cita datos del Departamento de Estadística Educativa, según los cuales en 1945 se registraban 40.284 alumnos en las aulas universitarias de todo el país y exactamente una década después ese número había ascendido a 138.871¹¹. La expansión de la matrícula fue a su vez acompañada por un salto presupuestario considerable y también en la cantidad de profesores empleados (con la novedad de la instauración del régimen de dedicación exclusiva a la docencia). En términos de casas de estudios el aumento es prácticamente nulo, pero sí se registró un incremento fuerte en las facultades creadas al interior de las universidades existentes.

⁹ Un estudio detallado de las reacciones de las distintas fracciones estudiantiles y de los grupos intelectuales vinculados a la universidad puede leerse en Pis Diez, Nayla. La política universitaria peronista y el movimiento estudiantil reformista: actores, conflictos y visiones opuestas (1943-1955). La Plata: FAHCE-UNLP.

¹⁰ Buchbinder, P, *op. cit.*, p.148.

¹¹ Lionetti, Lucía (2012). La Universidad en los tiempos del primer peronismo. Gratuidad y acceso irrestricto. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Humanas, UNICEN.

El armado legal del peronismo también estructuró el funcionamiento del sistema más allá de la unidad universitaria: creó en primera instancia el Consejo Universitario Nacional, integrado por el Ministro de Instrucción y Justicia y por el conjunto de rectores nacionales. Posteriormente sumó el Consejo Superior de Investigaciones Científicas y Publicaciones y también la Subsecretaría Universitaria que dependía de la Secretaría de Educación.

En cuanto a la modificación incorporada al sistema con la Constitución de 1949 (a través del art. 37) se fijó que: “El Estado encomienda a las universidades la enseñanza en el grado superior, que prepare a la juventud para el cultivo de las ciencias al servicio de los fines espirituales y del engrandecimiento de la Nación y para el ejercicio de las profesiones y de las artes técnicas en función del bien de la colectividad. Las universidades tienen el derecho de gobernarse con autonomía, dentro de los límites establecidos por una ley especial que reglamentará su organización y funcionamiento. Una ley dividirá el territorio nacional en regiones universitarias, dentro de cada una de las cuales ejercerá sus funciones la respectiva universidad. Cada una de las universidades, además de organizar los conocimientos universales cuya enseñanza le incumbe, tenderá a profundizar el estudio de la literatura, historia y folklore de su zona de influencia cultural, así como a promover las artes técnicas y las ciencias aplicadas con vistas a la explotación de las riquezas y al incremento de las actividades económicas regionales. Las universidades establecerán cursos obligatorios y comunes destinados a los estudiantes de todas las facultades para su formación política, con el propósito de que cada alumno conozca la esencia de lo argentino, la realidad espiritual, económica, social y política de su país, la evolución y la misión histórica de la República Argentina, y para que adquiera conciencia de la responsabilidad que debe asumir en la empresa de lograr y afianzar los fines reconocidos y fijados en esta Constitución”.

El último aporte legislativo del peronismo al mundo universitario fue a comienzos de 1954 con la sanción de una nueva ley, la N° 14.297, que tuvo una vigencia relativamente corta, dado que luego del golpe de 1955, ésta y la otra ley y la Constitución fueron derogadas. Las dos incorporaciones más sustanciales de esta nueva ley, que tuvo una vigencia de 18 meses, fue la definición de la extensión universitaria y la ampliación de la participación estudiantil en el gobierno de las facultades, a través del derecho a voto en los consejos (en la legislación del 47 sólo tenían voz).

La Universidad Obrera

Otro de los proyectos más resonantes del peronismo en el nivel superior -y, en este caso, educativo en general- fue la creación de la Universidad Obrera Nacional (UON), en septiembre de 1948, a través de la Ley 13.229. Su puesta en marcha, de todas formas, debió esperar cinco años, dado que su reglamentación se demoró hasta 1952 y su inauguración se dio al año siguiente.

Su desarrollo se enmarcó en un plan de formación mucho más extenso, que buscaba dar respuesta al modelo de sustitución de importaciones y crecimiento industrial que impulsaba el peronismo. En el nivel primario se impulsaron “cursos de preaprendizaje y misiones (monotécnicas)” para trabajadores sin escolarización; en el nivel medio, escuelas-fábricas y escuelas industriales; y en el nivel universitario buscó otorgar mayor jerarquía a la educación técnica con la UON. Para los orígenes militares de Juan Perón, la formación técnica no era una meta ajena, sino que las Fuerzas en distintas experiencias de las dos décadas anteriores habían incursionado en este objetivo.

El funcionamiento de la UON estuvo pensado a través de Facultades Obreras Regionales, que iniciaron ciclos de formación al unísono en las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y Santa Fe. Su ingreso estaba restringido a aquellos sujetos que pudieran acreditar el título de Técnico de Fábrica o que provengan de las escuelas industriales del Estado. Su rector debía, de acuerdo a la ley, ser un obrero argentino egresado de la Escuela Sindical dependiente de la CGT, en tanto que las titulaciones previstas a otorgarse eran ingenierías (con planes de cinco años) en Construcción de Obras, Automotores, Obras Sanitarias, Transportes y Mecánica Ferroviaria, Industrias Textiles e Industrias Químicas, entre otras¹². La UON además tenía en sus funciones la formación de docentes para escuelas técnicas del nivel medio y el asesoramiento tecnológico a la industria nacional a través de acuerdos.

Tras el golpe del 55 fue automáticamente intervenida, se comenzó a desfinanciar y se buscó eliminar plenamente su funcionamiento. La resistencia de sus estudiantes y sus docentes logró mantenerla en marcha, hasta que en 1956 pasó a denominarse Universidad Tecnológica Nacional (UTN) y en octubre de 1959 (ya bajo el gobierno de Arturo Frondizi) pasó a formar parte del sistema universitario oficial a través de la sanción de la Ley 14.855.

¹² Malatesta, Alicia A. (2005). El surgimiento de la Universidad Obrera Nacional en la Argentina de fines de la década de 1940. Buenos Aires: Diálogos Pedagógicos, Año III, N.6.

Laica o libre: la discusión post-peronismo

Durante la institucionalización de la UTN, entre septiembre del 55 y mediados del 59, el sistema universitario argentino volvería a cambiar profundamente su perfil, a partir de la habilitación oficial a incorporar el sector privado en la oferta educativa superior y, a su vez, una nueva renovación de los cuerpos docentes y de gobierno de las universidades nacionales. De esta manera, se abre lo que podríamos denominar “la década de las universidades privadas” que se extiende entre 1959 y 1969. En rigor, la primera privada en fundarse fue la Católica de Córdoba, en 1956, pero fue tres años después cuando obtiene su oficialización para emitir títulos. Desde entonces, durante la década siguiente se funda una veintena más de universidades privadas, reconfigurando el perfil de la educación superior en el país.

El conjunto de intelectuales, académicos e investigadores que durante el peronismo habían salido de los claustros universitarios, alojándose en centros de investigación o en grupos editoriales que tenían circuitos sociales específicos, tras el golpe a Perón optaron por dos sendas: o bien regresaron a las universidades como profesores o en la gestión, o bien transformaron sus experiencias de nucleamiento en futuras casas de estudios o centros de investigación de origen privado.

La Libertadora, en términos de política universitaria, se ocupó centralmente de desperonizar las instituciones, con cesantías masivas tanto de docentes como de auxiliares, y con el retorno a las cátedras de todos los académicos renunciando entre 1943 y 1946. Además, ordenó la intervención de casi todas las universidades.

Uno de los pocos puntos de continuidad respecto de los cambios que había iniciado el peronismo fue el sistema de dedicación exclusiva, que tenía entre sus objetivos impulsar la investigación de los profesores. Según cita Buchbinder (2010: 181), en la Universidad de Buenos Aires para 1958 había nueve docentes con esa dedicación y para 1962 el número había ascendido a casi 500. Una pata central para esto fue el apoyo del Conicet, que se creó en 1958, y que tenía programas de becas y subsidios tanto para financiar investigadores (comienza entonces la carrera de investigador) como para comprar equipamiento para las instituciones.

La investigación -y en menor medida la extensión- permanecerá desde entonces vinculada centralmente con las universidades del Estado. Las privadas en la Argentina, y desde su

nacimiento, se enfocan principalmente en la función docente, con algunas pocas excepciones en la historia y con cierto cambio de tendencia en los últimos 10 o 15 años a partir de los procesos de autoevaluación y acreditación regulados por la CONEAU.

Las primeras universidades privadas en recibir la autorización tienen un origen confesional. En verdad, aunque formalmente fue durante el primer año de la presidencia de Arturo Frondizi que pasa a tener estatus de ley la habilitación a las experiencias privadas, fue la autoproclamada Revolución Libertadora la que incluyó en el artículo 28 del decreto 6.403 promulgado en diciembre de 1955 la posibilidad de que las universidades particulares, o llamadas “libres” expidieran títulos habilitantes en las respectivas profesiones. Por las masivas movilizaciones estudiantiles, el general Pedro Aramburu había congelado su reglamentación, lo cual no impidió que avance la organización de estas universidades, pero sí dejó en un terreno inconcluso la participación privada. En agosto de 1958, a cuatro meses de asumir el Gobierno tras un acuerdo con Perón, Frondizi comunicó su decisión de simbólicamente reglamentar el artículo 28, y lo que quedó en efecto fue una nueva ley (la número 14.557), que en su primer artículo deroga el texto del 55 y lo reemplaza por el mismo texto pero ahora con estatus de ley del Congreso. Su debate fue rechazado fuera del Parlamento por algunas de las movilizaciones de estudiantes universitarios más masivas del siglo XX en Argentina¹³.

El origen del artículo 28, en efecto, tiene su raíz en referentes católicos que integraban el régimen militar. Además de los estudiantes, la oposición más marcada a esta política estuvo protagonizada por un conjunto de rectores de universidades nacionales, que cuando Frondizi comunicó su intención de reglamentar el mencionado artículo, lo convocaron a una reunión para transmitirle su rechazo. El proyecto fue de todas formas enviado al Congreso y en las calles, el propio hermano de Arturo Frondizi, Risieri, rector por ese entonces de la UBA, encabezaría la resistencia. Finalmente, la reglamentación de la Ley 14.557 se dio en febrero de 1959 y automáticamente se creó la Inspección General de Enseñanza Universitaria Privada.

¹³ Los llamados episodios de “laica o libre” pueden ser analizados a través del trabajo de Sigal, Silvia (1991). *Intelectuales y poder en la década del sesenta*. Buenos Aires: Puntosur. O de Manzano, Valeria (2009). *Las batallas de los "laicos": movilización estudiantil en Buenos Aires, septiembre - octubre de 1958*. Buenos Aires: Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani.

Para ese entonces se había creado también el Consejo Interuniversitario con el fin de reunir a todos los rectores en un mismo espacio de discusión política, y unos años más tarde, en 1962, se creó el Consejo de Rectores de Universidades Privadas (CRUP).

Entre el decreto militar del 55 y el cierre de la década de los sesenta, el Estado había autorizado al sector privado el funcionamiento de las universidades católicas Argentina, de Córdoba, de Santa Fe, de Santiago del Estero, de Cuyo, de La Plata, de Salta y de Santiago del Estero, además de la del Salvador y la del Norte Santo Tomás de Aquino -entre las directamente vinculadas a la Iglesia argentina-. Al margen de ellas, también autorizó a las privadas del Museo Social Argentino, de Mendoza, Juan Agustín Maza, de Morón, Argentina de la Empresa, John F. Kennedy, CAECE, de Belgrano, Notarial Argentina, del Aconcagua y el Instituto Tecnológico de Buenos Aires. Las únicas públicas que ingresan en ese período en realidad son transformaciones de instituciones ya existentes: la UTN, que como se señaló fue una reorganización de la Universidad Obrera de Perón; la Universidad Nacional del Sur, que previamente funcionaba como el Instituto Tecnológico del Sur en Bahía Blanca; la Universidad Nacional del Nordeste, que se creó a partir de dependencias que tenían en Chaco y Corrientes las universidades del Litoral y de Tucumán; y la Universidad Nacional de Rosario, que nace como un desprendimiento de la Universidad Nacional del Litoral.

La gravitante participación política estudiantil

Durante la segunda parte de los sesenta y comienzo de los setenta, la universidad cobra un rol central en el devenir de la política argentina, por ser un campo de disputa entre diferentes fuerzas o facciones, pero también -y sobre todo- por el determinante papel que juega el estudiantado en la militancia partidaria y en la resistencia a los ciclos de dictaduras previos a la victoria de Héctor Cámpora en 1973.

Para muchos historiadores del movimiento estudiantil, la política de expansión de la oferta universitaria pública que comenzará a implementarse fuertemente a partir de 1968 responde en buena medida a una intención de los gobiernos militares de dividir el caudal de alumnos y restar volumen a las cada vez más fortalecidas organizaciones gremiales estudiantiles de las grandes casas de estudios. Tras el golpe de estado encabezado por Juan Carlos Onganía al radical Arturo Illia, en junio del 66, el gobierno de facto sancionó el decreto ley 16.912 obligando a los rectores y decanos a transformarse en interventores de sus propias

universidades. En las principales instituciones las autoridades rechazaron esta medida y los propios estudiantes tomaron los edificios para resistir la eliminación de los consejos superiores. El gobierno militar reprimió en diferentes puntos de las tomas, con particular violencia sobre la Facultad de Ciencias Exactas de la UBA, lo que terminó con cientos de estudiantes presos y un centenar en el hospital. Ese episodio fue bautizado como la “noche de los bastones largos”, que tuvo además como consecuencia posterior un número alto de exilio de investigadores que se fueron del país a trabajar al exterior (muchos de ellos a Chile y Brasil) y una renuncia masiva de profesores principalmente en la UBA.

La lectura política de la creciente fuerza de los centros y organizaciones estudiantiles no puede desvincularse de la Doctrina de Seguridad Nacional que se expandió por América Latina y que particularmente en la Argentina vio en las universidades un núcleo clave para el fortalecimiento de líneas ideológicas vinculadas al comunismo. Previo y posteriormente a los hechos encuadrados en la Noche de los bastones largos, en el país se registraron casos de violencia estatal y para-estatal sobre el conjunto de estudiantes y muchas veces también docentes, incluso con episodios que finalizaron en asesinatos por represión o atentados.

Pese a ello, en el período en análisis se registró un fuerte incremento de la matrícula universitaria, lo que en cierta medida justificó un proyecto de descentralización de la oferta que se tradujo en la creación de una docena de nuevas universidades públicas, muchas ellas encuadradas dentro del denominado Plan Taquini, en referencia a su creador, Alberto Taquini, por entonces decano de la Facultad de Farmacia y Bioquímica de la UBA. Entre 1960 y 1972 las universidades pasaron de 159 mil a 330 mil estudiantes (Buchbinder, 2010: 194).

El Plan Taquini, según señala su autor (Taquini, 2014), inicialmente fue pensado como el desarrollo de nuevas instituciones que se ubicaran en puntos geográficos relativamente distantes de los grandes centros urbanos, para captar a los estudiantes que iban o potencialmente podían ir a las universidades más tradicionales, y lograr así descomprimir la matrícula en éstas. Se proyectó entonces inicialmente la creación de las universidades nacionales de Lomas de Zamora, Luján, Río Cuarto y Salta. Pero el impulso a estas nuevas instituciones avaló a otros actores de otros puntos geográficos -como colegios de profesionales o referentes políticos- a impulsar la denominada Comisión Pro-Universidades que se encargó de gestar nuevas casas de estudios o nacionalizar otras que tenían carácter provincial hasta entonces. Este período, especialmente el comprendido entre 1968 y 1975, es

el segundo donde se creó mayor cantidad de universidades nacionales, superado únicamente por el ciclo 2007-2015 con la creación de 16 instituciones estatales.

En ese marco de politización creciente, el peronismo tomó a los jóvenes y a las organizaciones de los estudiantes como un actor clave para su proyectar su retorno al gobierno. Ya para comienzos del 67 se empezaron a instrumentar las llamadas cátedras nacionales, que fueron un polo de discusión interno de las universidades con mucho volumen por sus críticas a la forma de enseñar y a la forma de gobernar las casas de estudios. Esas cátedras, junto a organizaciones de diversa índole, y también a nucleamientos juveniles/estudiantiles de origen católicos, confluyeron en la Juventud Universitaria Peronista (JUP), que una vez con Cámpora en el poder algunos de sus integrantes llegaron a ocupar roles claves de distintos niveles de gobierno, tanto al interior de las facultades como en circuitos externos como provincias o ministerios. A fines del 73, según consigna Buchbinder (2010: 202) la JUP ganó las elecciones en casi todos los centros estudiantiles del país.

En marzo del 74 se sancionó una nueva Ley Universitaria (la 20.654, sustituyendo la 17.245 de 1967), que aspiraba a poner a las casas de estudios “al servicio del proceso de liberación nacional” (CONADU, 2016: 15). La nueva legislación y el peso del peronismo en el gobierno de las universidades en consonancia con el gobierno del país potenció el alcance de las casas de estudios maximizando la matrícula con velocidad: En sólo dos años, entre el 73 y el 75, se pasó de 377 mil estudiantes a superar el medio millón (Buchbinder, 2010: 204). Ese proceso además se vio acompañado por una nueva ola de universidades públicas, en este caso creadas en el interior del país, entre fines del 72 y el 75: Catamarca, Salta, Entre Ríos, Misiones, Jujuy, Santiago del Estero, San Juan, San Luis, La Pampa, la Universidad del Centro de la Provincia de Buenos Aires y la de Mar del Plata. Se suman a ellas, también, la de la Marina Mercante y la Escuela Universitaria de Teología.

Con esta expansión tanto de la matrícula como de la oferta pública, la universidad, y particularmente los claustros estudiantiles, pasaron a ser foco de la derecha política y de gran parte de la prensa. Las tensiones además se profundizaron por la división del movimiento peronista, entre izquierda y derecha, y terminaron de detonar el 1 de julio de 1974 con el fallecimiento de su líder máximo. El gobierno sucesor, de María Estela Martínez de Perón, implicó un giro veloz hacia el conservadurismo y el autoritarismo, lo que en los hechos implicaba una victoria de la derecha y un terreno fértil para el crecimiento de grupos parapoliciales y militares que pusieron en la juventud argentina y, por ende, en las

organizaciones políticas/estudiantiles el foco de mayor violencia. Los atentados crecieron, los secuestros de alumnos o académicos eran cada vez más regulares (incluso dentro de las instituciones), las autoridades que asumieron durante el gobierno de Cámpora fueron obligadas a renunciar y muchos de esos sujetos tuvieron que abandonar el país perseguidos ya por la Triple A. Para ese entonces, muchos militantes -que estaban cursando o eran parte del gobierno de las universidades- habían resuelto pasar a la clandestinidad, lo que se tradujo en un fuerte vaciamiento de las casas de estudio, previo al golpe de Estado del 76.

La última dictadura

La política represiva en la universidad, que se había despertado después de la muerte de Perón, se masificó velozmente después del 24 de marzo del 76. A pocos días de asumir, el gobierno de Rafael Videla dictó la ley 21.276, que dispuso que las casas de altos estudios quedaran bajo el control del Poder Ejecutivo, hasta la ley 23.068 del 84 con la que Alfonsín buscó “la normalización de universidades nacionales”. Los militares se dividieron entre sus fuerzas el manejo de las instituciones y pusieron interventores por algunos meses hasta nombrar luego civiles vinculados a órganos de la extrema derecha (que lanzaron un proceso de cesantía masiva de docentes).

La vida universitaria y sobre todo el conjunto de estudiantes fueron particularmente golpeados por la dictadura. El informe de la CONADEP calculó en su momento que una quinta parte de los desaparecidos por los militares fueron estudiantes. Los actos de violencia, los secuestros y las persecuciones implicaron la contracara de un plan de vaciamiento de la educación superior pública. Los interventores de las Fuerzas Armadas primero y los civiles que asumieron luego se encargaron de aplicar una reforma profunda de los planes de estudio de casi todas las carreras, con especial énfasis sobre aquellas que los militares identificaban como focos de “penetración subversiva”, que eran sobre todo las de ciencias sociales como sociología, psicología y filosofía.

Se restringió el acceso con una política de admisión que estaba atada a un cupo autorizado para carreras y para facultades; y posteriormente se sumó el arancelamiento de cursos universitarios. Si en 1974 al sistema universitario ingresaron 127 mil estudiantes, para 1977 el número de ingresos había descendido a menos de 44 mil (Buchbinder, 2010: 210), lo cual fue acompañado por un ajuste de casi el 50% del presupuesto universitario. Inversamente

proporcional a este proceso fue el exilio de investigadores, académicos y docentes que se vieron obligados a abandonar el país para continuar su carrera en instituciones del exterior, muchos de ellos radicándose para siempre allí. El sector privado, frente a las limitaciones impuestas sobre el público, se benefició con un salto en su matrícula considerable, casi duplicando la cantidad de estudiantes si se compara el primero con el último año de la dictadura.

Durante el período militar sólo se crearon dos instituciones universitarias públicas: El Instituto Universitario de la Policía Federal Argentina en 1977 y la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco en 1980. A su vez, a comienzos de esa década, la dictadura dictó una nueva ley para la universidad, que preveía que rectores y decanos fueran nombrados por el Poder Ejecutivo y contemplaba el arancelamiento de estudios, lo que en los hechos ya estaba en curso. Además, limitaba a sus cuerpos directivos a tener roles en organizaciones gremiales, políticas o realizar declaraciones públicas de ese tenor. A medida que el gobierno militar iba perdiendo fuerza, este nuevo marco legal (al igual que un intento por hacer un llamado masivo a concursos, en 1982) fue crecientemente rechazado por grupos internos de las universidades y también por nucleamientos intelectuales externos. Ya para el 83, previo a las elecciones, las organizaciones políticas estudiantiles habían recobrado vida activa, con claros vínculos con las fuerzas políticas del país.

El retorno democrático y el ordenamiento universitario

En cuanto asumió el gobierno democrático de la Unión Cívica Radical, una de las primeras medidas que adoptó fue la automática intervención de las universidades y la restitución de los estatutos que regían el gobierno universitario previo a las intervenciones de Onganía del 66. Desde ahí, se estableció el plazo de un año para el ordenamiento interno de los claustros. Esas medidas se incluyeron dentro de la Ley 23.068 del 13 de junio de 1984 que se denominó de “normalización” y sumó además la participación de los docentes en los Consejos Superiores Provisorios. Otro punto importante fue el artículo 10 en el que se instruía a cada universidad la reincorporación del “personal docente y no docente cesanteado, prescindido u obligado a renunciar por motivos políticos; gremiales o conexos, reconociendo las categorías al momento de las cesantías y computándosele la antigüedad hasta el momento de su reincorporación”.

Como continuidad de este proceso de ordenamiento, se sancionó cuatro años más tarde, en junio del 88, la Ley 23.569 “de régimen económico financiero de las universidades nacionales”. Fue una ley que quedó envuelta en las tensiones inflacionarias del último período de gobierno de Alfonsín, pero que buscaba en su espíritu original dotar a las casas de estudio de mayor grado de autonomía para administrar y generar sus recursos y saltar trabas burocráticas en los procesos de compras y contrataciones. Incluyó además la posibilidad de que las universidades generen recursos a través de las prestaciones de servicios, factor que se profundizará en la década siguiente.

En cuanto a creación de universidades, durante los ochenta nacen cuatro nuevas casas de estudios. La primera, en período alfonsinista, fue la Universidad Nacional de Formosa, de septiembre del 88. Su antecedente directo fue el Instituto Universitario de Formosa, que ya funcionaba desde 1971. De todas formas, recoge gran parte de la actividad que hacía en la provincia la Universidad Nacional del Nordeste, la reformula para crear sus propias facultades y reordenar los circuitos administrativos, y adopta el modelo de Estatuto Universitario que había aplicado la Universidad de Lomas de Zamora.

Las siguientes tres fueron ya con Carlos Menem en el gobierno de la Nación y con un nuevo poder legislativo. En septiembre del 89 se votó la creación de FLACSO Argentina, la Universidad Nacional de La Matanza y la de Quilmes.

Con la ley 23.703 se dio creación en el país la sede de FLACSO Internacional, a partir de la adhesión al “Acuerdo sobre la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales”, que es la condición necesaria para que un Estado latinoamericano pueda integrar esta institución.

Luego, una semana más tarde se votó la creación de la Universidad de La Matanza, creada bajo la Ley 23.748, aunque el primer proyecto de ley para su impulso se había introducido durante el alfonsinismo, en el 85. El rector normalizador (el ingeniero Mario Pinelli) fue designado por Menem, y su ordenamiento tomó menos de dos años, ya que en abril del 91 inauguró sus funciones académicas, con unos 1.200 alumnos en uno de los puntos más densamente poblados del país. Actualmente es la segunda universidad más grande a la Provincia de Buenos Aires, superada sólo por La Plata.

En la misma sesión también se aprobó la creación de la Universidad Nacional de Quilmes, que inició sus actividades académicas al igual que La Matanza en el 91 y que para el 92 había finalizado su proceso de normalización.

LA DÉCADA DEL 90

El neoliberalismo, su impacto regional y nacional y el impacto en las universidades argentinas

La década del noventa se inició con un sistema universitario argentino que evidenciaba altos niveles de desarticulación, una fuerte expansión de las carreras profesionalistas y tasas importantes de deserción y repitencia, lo que se traducía en ciclos extremadamente largos de cursado para finalizar los estudios de grado; y a estos problemas de índole académica se sumaba también una crisis presupuestaria de las instituciones públicas en sintonía con la débil situación económica del país. En paralelo, en término de posgrados, se había iniciado un proceso de expansión sin demasiada regulación, lo que implicó cierto caos en su oferta y sobre todo una baja calidad educativa de este nivel (Barsky y Corengia, 2018: 11).

Con ese marco, durante la gestión de Menem se impulsó a lo largo de los noventa una serie prolongada de medidas para el sistema universitario que modificaron sustancialmente su estructura y perfil, incluso perdurando en muchos sentidos más allá de la década de su gobierno. Estas decisiones e iniciativas se dieron en un contexto de fortalecimiento del paradigma socio-económico neoliberal, lo que explica ciertas alianzas y apoyos de organismos internacionales en las políticas implementadas, pero también ciertas tendencias de internacionalización y mercantilización de la educación que se registraban en distintos puntos del mundo como parte de un fenómeno internacional.

Se registró una ampliación sustancial de la oferta privada, que más que duplicaron su presencia entre el retorno de la democracia y el fin del menemismo. Lejos del armazón de universidades confesionales, las nuevas casas de estudio privadas venían con una impronta internacional cercana al mundo de los negocios/empresariales, y con un proyecto de organización más parecido al norteamericano, con docentes de dedicación exclusiva y actividades de investigación en relación con el sector empresarial. Ese aumento en el número de instituciones también coincidió con un aumento en la matrícula de estudiantes en universidades privadas.

La llegada al neoliberalismo por parte de la Argentina fue, en cierto sentido, algo tardía, aunque con velocidad (el antecedente de la dictadura que se inició en el 76 sin dudas

comenzó el proceso de liberalización de la economía y endeudamiento internacional). La doctrina neoliberal se sustenta sobre la lógica de un mercado absolutamente desregulado, que pueda expandir al máximo sus capacidades y aspiraciones, y en simultáneo un Estado nacional que garantice las condiciones (de estabilidad de la moneda, de los mercados, de seguridad interna/externa y de institucionalidad) para permitir esa potencialidad del mercado. El Estado, de esta manera, deberá hacerse presente donde el mercado decida no avanzar. Desregulación, privatización y achicamiento del Estado son parte de un paradigma que comienza a rastrear a nivel internacional a partir de la década del setenta y que se fortalece con la llegada de Margaret Thatcher al gobierno de Gran Bretaña en el 79 y con la asunción de Ronald Reagan a la presidencia de Estados Unidos al año siguiente.

En rigor, el neoliberalismo como señala Ezcurra (2007) surgió después de la Segunda Guerra Mundial como una reacción al Estado de Bienestar que comenzaba a expandirse velozmente por Europa y parte de América. Luego, en los setenta, la crisis económica abrió las puertas a una crisis de consenso sobre este paradigma, lo que permitió ganar terreno al ideario neoliberal. Esa crisis se potenció a mitad de la década con una fuerte acumulación de capital en las principales economías del mundo que derivó en un potente aumento del desempleo acompañado por un salto en los niveles de inflación. Indirectamente, este escenario fue generando una amenaza a las elites económicas producto del crecimiento en términos de consenso social de opciones comunistas o socialistas que planteaban un fortalecimiento de los poderes del Estado y una expansión de los controles al capital (Harvey, 2007: 20).

Las decisiones británicas y norteamericanas (y al interior de este último, de su Reserva Federal) propiciaron las condiciones para una brusca caída de los salarios reales y una desindustrialización que llegó como la contracara de un fuerte proceso de financiarización de las economías. Para Harvey (2007: 32) se comenzó entonces el trayecto “hacia una mayor desigualdad social y hacia la restitución del poder económico de las clases altas”. A estos fenómenos debe sumarse también un elemento clave como lo fue la crisis de la OPEP a raíz del aumento en el precio del petróleo que produjo, en primera instancia, un fortalecimiento brusco de las economías dependientes de este bien y, luego, un exceso de petrodólares en los bancos (mayormente norteamericanos) por los depósitos en esas entidades, lo que finalmente derivó en una ronda de préstamos a países en desarrollo que, como la Argentina durante la dictadura militar, engrosaron su cartera de endeudamiento y de condicionamientos externos.

Harvey (2007: 35) concluye que “los excedentes extraídos del resto del mundo a través de flujos internacionales y de las prácticas de ajuste estructural contribuyeron enormemente a la restauración del poder de la elite económica o de las clases altas, tanto en Estados Unidos como en otros centros de los países del capitalismo avanzado”.

En esa línea, Ezcurra (2007) agrega como definición para pensar el sistema de endeudamiento externo en que se sumergieron muchas naciones que se trata al fin y al cabo de “dispositivos de intromisión que profundizaron, sí, pero que además alteraron las relaciones de dependencia”. “Se produjo una transnacionalización de decisiones, una transferencia de poder político desde los Estados deudores hacia las agencias multilaterales”, indica la autora. A su juicio, la ortodoxia neoliberal se explica a través de tres nudos: a) la promoción de un crecimiento económico basado en un libre mercado y un lucro del capital privado; b) la búsqueda de un aumento de la utilidad del capital a costa del factor trabajo; y c) el recorte del gasto público social.

En materia educativa, el neoliberalismo impulsa un desfinanciamiento del sistema universitario para destinar esos recursos a niveles educativos iniciales; en tanto que postula el arancelamiento parcial de actividades para recuperar esos recursos. Para Ezcurra (2007: 148), esta política persiguió el doble objetivo de contener el incremento de la matrícula en las universidades públicas y “sofocar el rol económico del Estado, contrayendo los subsidios y engrosando el financiamiento privado”. En paralelo, se promovió el crecimiento de la oferta privada, a la par de una “diversificación institucional, es decir la ampliación de una franja de entidades no universitarias como, por ejemplo, centros profesionales y técnicos de ciclos cortos”.

“Se alienta una redefinición específica del vínculo Estado/Universidades (públicas): desde un esquema (indeseado) de “control estatal” hacia otro (valorado) de “supervisión” (a cargo del Estado). Básicamente, se apunta a una mayor “autonomía” (universitaria) financiera que, como tal, facilitaría dicha movilización”. (Ezcurra, 2007: 150)

Por su parte Fernández Lamarra (2015) agrega a este fenómeno la discusión sobre la calidad en materia educativa. Según el autor, en momentos de “esplendor neoliberal”, se crearon muchas universidades, lo que generó una fuerte diversificación de la Educación Superior y se produjo una “heterogeneidad muy grande en los niveles de calidad”.

Es un proceso que se dio en toda América Latina como parte de una política general en gran medida impulsada por el Banco Mundial, pero que de acuerdo a Fernández Lamarra, se dio “en menor medida en los casos de Argentina y Uruguay”.

En ese contexto regional y nacional, a mediados de 1993 el sistema político argentino comienza a impulsar el debate sobre la necesidad de desarrollar un nuevo marco legal para sus universidades. Las discusiones y aportes derivarán dos años más tarde en la Ley de Educación Superior (LES) del 95, que es uno de los puntos más gravitantes en materia de política educativa de esos años. No obstante, previa a su sanción, desde el 94 comenzó a funcionar el Fondo para el Mejoramiento de la Calidad Universitaria (FOMEUC) destinado inicialmente a la formación de grado en instituciones públicas, pero ampliado luego a posgrados también. Para canalizar los fondos a posgrados fue necesaria la creación de una Comisión de Acreditación de Posgrados (CAP), que vino a ordenar el disgregado sistema y que conforma un antecedente al funcionamiento que tendrá la CONEAU tras la LES.

Otro aspecto previo al nuevo marco normativo, pero que generó un cambio de tendencia en las universidades públicas fue la creación del Programa de Incentivos para los docentes investigadores que se tradujo sobre todo en aumento en dedicaciones semiexclusivas y exclusivas para que se canalizaran en proyectos de investigación. En 1993 el 11% de la planta universitaria realizaba investigación y para 1997 ese número había ascendido al 23% (Buchbinder, 2010, 224).

Finalmente, en julio del 95 el Congreso sancionó tras un largo debate esta ley que lleva número 24.521, y que avanzó en diversas temáticas del universo superior, principalmente en la calidad y evaluación de la oferta de grado considerada de interés público y en todas las carreras de posgrado. Como se explicó, las principales reformas introducidas se deben leer en ese contexto regional, latinoamericano, en el cual los Estados decidieron avanzar sobre cambios de paradigmas en la educación superior desde fines de los ochenta, introduciendo la evaluación externa de las instituciones, ampliando márgenes de autonomía académica y financiera y trabajando con un esquema *ex post* en lugar de la lógica habitual hasta entonces de intervenir para ordenar.

En materia financiera, las universidades pasaron a tener las atribuciones para generar ingresos propios, al margen de los aportes del Tesoro Nacional, que además ahora llegarían en una suma general que la propia universidad administra con sus presupuestos, a diferencia de los esquemas anteriores al 95 donde el Congreso definía en la ley de presupuesto anual los rubros

en que debían asignarse los fondos. Este es uno de los aspectos que mayor consenso recibió por parte de los autores que investigaron esta legislación como elemento autárquico.

Buchbinder (2010) afirma que la LES “venía a cubrir un vacío legal” en el sistema superior, dado que desde 1986, cuando culminaron los procesos de normalización de las universidades nacionales, “no existía un dispositivo que regulara el sistema en su conjunto”.

Para Sánchez Martínez (2018), la nueva normativa introdujo “innovaciones importantes”; y hace foco en la acreditación de grado y posgrado, al que define como “un tema complejo que genera más de un punto de tensión con la autonomía”. No obstante, sostiene: “La solución no consiste en terminar con ella [en referencia a la acreditación]. Porque sin acreditación quedarían sin cautelar bienes y valores, como la salud, los derechos o la seguridad de la población, que hacen al interés público y que corresponde al rol de un Estado activo y responsable saber cuidar. Y conviene también saber que sin acreditación no hay hoy mayores posibilidades de movilidad internacional de estudiantes y de profesores, ni de inserción académica en el mundo, con las implicaciones que ello tiene en un mundo cada vez más globalizado”. (Sánchez Martínez, 2018: 46)

Por su parte, Giménez y Del Bello (2018) sostienen que la LES de 1995 es la expresión máxima en términos de autonomía que las universidades han logrado en toda su historia en la Argentina. Incluso en algunos aspectos señalan ciertos reparos, principalmente en la posibilidad de crear carreras, que muchas veces están descoordinadas y superpuestas, por lo que mencionan la necesidad de una autorregulación institucional, con participación del CIN, o una intervención estatal en el asunto. Los autores concluyen que la LES fue “disfuncional al período neoliberal, a diferencia del resto de los países de América Latina, con la sola excepción de Uruguay, donde el sistema universitario ni se desreguló ni se privatizó”. (2018: 84)

En materia de gobierno de las universidades, la legislación estableció pisos mínimos de participación de docentes y estudiantes, además de recoger la intención incluida en la Ley universitaria del 74 de propiciar la participación de los no docentes. A partir de estos mínimos (en caso de docentes, equivalentes a un 50%), cada institución en la sanción de sus estatutos tiene libertad para determinar sus órganos de gobierno.

Otro aspecto señalado por Giménez y Del Bello (2018: 62) como determinante en materia de autonomía, en este caso financiera, fue el cambio de criterio en términos de asignación de

fondos por parte del Tesoro Nacional. Las leyes de presupuesto, que se sancionan año a año, dejan de desagregar cada rubro donde las universidades deben distribuir los fondos recibidos y en cambio se les asignan una “suma total”, lo que implicó “otorgar autarquía para su asignación o distribución para las funciones sustantivas universitarias (educación, investigación y extensión)”. Este punto está definido por el artículo 59 de la LES, según el cual cada institución tiene como atribución administrar su patrimonio y aprobar su presupuesto, y los recursos que no utiliza en un ejercicio se transfieren automáticamente al siguiente. En ese artículo, a su vez, se las faculta a la generación de recursos adicionales a los aportes del Tesoro.

Específicamente sobre la oferta académica, que es planificada por cada institución, la LES también les deja en su órbita la definición de los alcances y los perfiles de egresados, que son aspectos íntimamente relacionados con el ejercicio profesional que ese título confiere y certifica y, por tanto, su habilitación. La limitación externa está dada por los acuerdos de carga horaria y distribución por áreas de esa carga, que surge de una resolución del Ministerio de Educación, pero a partir de lo definido en el Consejo de Universidades. La salvedad en este punto está dada por aquellas disciplinas que en su ejercicio incluyan un posible riesgo público, como en materia de seguridad, salud o educación por ejemplo. Aquellas carreras son las que integran el artículo 43 de la LES y por lo tanto su acreditación y evaluación permanecerá en custodia de la CONEAU a partir de estándares mínimos. La agencia tiene además la responsabilidad de acreditar la totalidad de las formaciones de posgrado que brindan las universidades públicas y privadas, es decir especializaciones, maestrías y doctorados.

La explosión de los posgrados durante la década del noventa

La Ley de Educación Superior de 1995 brindó el marco normativo ideal para la expansión de la oferta de posgrado, tanto en instituciones públicas como privadas. Reconoció la creación de carreras de grado y de posgrado como una de las atribuciones comprendidas dentro de la autonomía académica e institucional de las universidades. Y específicamente en su artículo 59 determinó que dentro de las funciones económico-financieras de las universidades de gestión estatal existía ahora la posibilidad de generar recursos adicionales a los aportes del Tesoro Nacional, mediante la venta de bienes, productos, derechos o servicios, subsidios, contribuciones, herencias, derechos o tasas por los servicios que presten.

Lejos de la gratuidad del grado, los posgrados en las universidades de gestión estatal pasaron a comprender el rubro de servicios y pudieron arancelarse. La LES a su vez estableció que corresponde exclusivamente a las universidades el otorgamiento de títulos de magíster y doctor, no así el de especialista.

Esto explica el “crecimiento explosivo” de las carreras de posgrado que describen distintos autores, entre ellos De la Fare y Lenz (2010) que en su trabajo se centran en la expansión de esta oferta entre 1995 y 2009 tomando como fuente primaria de la investigación las resoluciones de acreditación emitidas por CONEAU.

El antecedente a este marco normativo en lo que se refiere al sistema de posgrado fue un decreto del alfonsinismo en 1985 (con número 1967/85) que dio origen al Sistema Interuniversitario de Cuarto Nivel (SICUN).

Con la ley del 95, la señalada “explosión” se debió “principalmente al fuerte crecimiento de la oferta del sector de gestión estatal”, con una concentración que se da sobre todo en las universidades nacionales más antiguas. Estas transformaciones generaron una “hibridización estatal/privado”, contrapuesta a la “polarización estatal/privado” anterior en el tiempo. El proceso de hibridización se explicaría en este sentido “a partir del impulso de dispositivos de mercadización potenciados por la búsqueda de recursos en el marco de las dificultades de contar con financiamiento estatal”. (De la Fare y Lenz, 2010: 7)

El fenómeno no es sólo local, sino que numerosos autores identifican una tendencia internacional a la mercantilización de los servicios educativos, en sus diferentes niveles. Además del “crecimiento explosivo” de las carreras de posgrado, De la Fare y Lenz identifican a las Ciencias de la Salud y las Ciencias Sociales como aquellos campos que explican sobre todo ese veloz crecimiento, en contraposición al campo de las Ciencias Exactas y Naturales que presentó un menor crecimiento en su oferta. En cuanto al tipo de carrera, esta investigación concluyó que el aumento más marcado se registró en las especializaciones, que pasaron del 38% (303) del total de carreras en 1995 al 50% (926) de los posgrados acreditados en 2009. Las maestrías también crecieron en número, de 245 en 1995, lo cual representaba el 31%, aumentaron al 35% totalizando 643 al fin del período en análisis. Los doctorados, en cambio, registraron una tendencia inversa, disminuyendo del 31 al 15% para el 2009.

Otro enfoque interesante sobre este asunto es el de Suasnábar (2013) que analiza las principales tendencias de las políticas universitarias en las tres décadas posteriores al retorno a la democracia, destacando que las dinámicas del sistema no sólo pueden explicarse por decisiones ministeriales, sino también por “la relativa autonomía de los actores académicos y universitarios”. Al igual que De la Fare y Lenz, el autor también habla de “una expansión explosiva” para definir el proceso de creación de ofertas de posgrado durante los noventa.

“A diferencia de la expansión de la matrícula de grado, en la que las universidades públicas conservan el predominio sobre el sector privado, la dinámica de crecimiento del posgrado estuvo fuertemente asociada a las tendencias de mercantilización, privatización e internacionalización de la educación superior comunes a toda la región”, analiza Suasnábar.

Las transformaciones en materia de comunicación

La década del noventa y los inicios del siglo XXI fueron determinantes para las ciencias de la comunicación. La disciplina se modificó sustancialmente y para siempre en todos sus aspectos: en la dimensión masiva de la comunicación, en las formas de diálogos interpersonales, en la velocidad y volumen de la información transmitida, en las maneras de hacer periodismo, en los aspectos más vinculados a la profesión de un comunicador.

En noviembre del 99 se realizó en Cochabamba, Bolivia, el primer Seminario Latinoamericano sobre la Investigación de la Comunicación, donde quedó en evidencia el enorme volumen de discusiones y debates que el estudio de la comunicación había tenido en las naciones latinoamericanas durante la última década.

A comienzos de los noventa, Restrepo (1990) señalaba cierta falencia o escasez teórica en la ciencia de la comunicación latinoamericana, la cual se suplía según su artículo con aportes de otros investigadores (y ciencias), “como Armando Silva (Colombia) o Néstor García Canclini (México), entre otros, cuyos trabajos son más de corte semiótico, filosófico, o antropológico”. Además de los estudios de masas y comunicación masiva que se extendieron en las décadas del sesenta/setenta, Restrepo reconoce influencia en la concepción de la comunicación de inicios de los noventa de Gramsci y su concepto de hegemonía –y los procesos de negociación entre emisor-receptor-; cierta herencia del marxismo, sobre todo por las perspectivas sociopolíticas desde donde se analizaba la comunicación; Foucault y Touraine en su reflexión sobre prácticas y acción (y podría agregarse aquí, también, sobre el

poder); un corte psicoanalítico de Lacán; y un enfoque desde lo popular, a partir de M.de Certeau y Bajtín.

“Más que corrientes teóricas propias, lo que existen son líneas de interés o `áreas problema´ que sí nos caracterizan”, decía Restrepo en el editorial de la revista Signo y pensamiento del segundo semestre de 1990. A su juicio, esas líneas eran: Una revaloración de la cultura de masas; un análisis de las “otras” formas de expresión y de recepción que necesariamente nos conduce a formas “populares” de cultura; una preocupación por “lo urbano”; una recuperación de la dimensión estética de los procesos comunicativos; y una mirada a la “mediación” como condicionadora y a su vez posibilitadora de la comunicación.

De todas las líneas de investigación y pensamiento de las ciencias de la comunicación que se expandieron o que nacieron en los noventa, en América Latina el enfoque de los llamados estudios culturales, a partir de una mirada latinoamericana, fue el que mayor caudal de producción académica/investigativa registró (incluso con distintas miradas a su interior).

León Duarte (2002) identifica ocho corrientes teóricas que abordan a la comunicación durante esa década (algunas con inicios a mediados de los ochenta y otras con publicaciones más próximas a los 2000, pero en resumen todas producidas al calor del neoliberalismo en la región y, a la vez, de los fuertes cambios que se produjeron en esos años en materia de tecnologías informáticas, en telecomunicaciones y en capacidades audiovisuales. De esta forma, agrupa las teorías de la comunicación...:

1. Desde los procesos de producción y distribución del mensaje, donde incluye:

a) El enfoque llamado sociología de la producción de mensajes. Naturalmente centrado sobre el estudio de los emisores, esta rama de estudio tiene como finalidad estudiar los diversos condicionantes que inciden en la producción mediática y que determinan que algunos contenidos se difundan y otros no. En América Latina, según León Duarte, “son pocos los estudios empíricos y sistemáticos” que se registran; en cambio en Estados Unidos (donde se conoce como media sociology) y en Europa (bajo el nombre de Newsmaking), es una rama que tuvo en esos años mayor extensión.

b) Cercano al anterior, pero con una raíz más próxima al marxismo, se encuentra el llamado enfoque de la economía política crítica. Trabaja sobre el concepto de “determinación económica”, pero reconoce que en las ciencias de la comunicación requiere una redefinición. Para sus principales exponentes (los británicos Murdock y Golding), se debe subdividir en

tres áreas: la producción de bienes culturales; la producción y consumo de los mensajes de los medios; y el consumo cultural. León Duarte identifica en América Latina autores como Esteinou, Trejo Delarbe, Beltrán y Fox dentro de esta corriente.

c) El tercero de los estudios que entra dentro de este primer agrupamiento es el llamado imperialismo cultural. Esteinou y Beltrán son nombres que también aparecen dentro de esta corriente, pero figura además su nombre más resonante, que es Mattelart. En este enfoque se ubica el estudio de la comunicación masiva dentro del contexto de las relaciones económicas y políticas internacionales. De esta manera, el análisis se centra sobre los flujos de comunicación uniformes y de dependencia.

2. Desde el contenido del mensaje, donde incluye:

a) La sociología de producción de mensajes. Sus principales investigaciones –recuerda León Duarte- se han centrado en dos aspectos: detectar si los contenidos de las noticias se recopilan mediante los canales rutinarios o si provienen de creatividad/investigación de los periodistas; y analizar si esos contenidos provienen efectivamente de las fuentes citadas. En América Latina, salvo algunas excepciones, “son prácticamente inexistentes los desarrollos teóricos al respecto”. (León Duarte, 2002: 30)

b) El llamado análisis de cultivo, que aporta una mirada más integral sobre el discurso de los medios, analizada en un plazo medio/largo. Para este enfoque, las implicaciones de la exposición a los mensajes y valores que transmiten los medios deben ser medidos por el grado en que cultivan ciertas perspectivas de la vida, dado que de acuerdo a estas investigaciones los televidentes van absorbiendo poco a poco cogniciones que se transforman en actitudes y, a largo plazo, propician ciertas conductas. Uno de sus exponentes es Mauro Wolf, que desarrolla buena parte de su teoría durante los noventa, incluyendo la idea de “ecología de la comunicación”, donde se habla de una “influencia acumulativa” (citado en León Duarte, 2002).

c) Muy emparentado al anterior, el siguiente enfoque es más conocido: agenda setting o establecimiento de la agenda. Se centra en el estudio del impacto de la prensa y la información política en el público. De acuerdo a esta corriente, los medios al fijar su agenda y sus prioridades, presentan a sus audiencias una lista o agenda de todo aquello en torno a lo cual se puede opinar y discutir. Reconoce que los efectos no son mecánicos o automáticos, pero que la exposición a una temática suele propiciar “preocupación pública” sobre ella,

aunque se remarca que se puede extender conocimiento, pero más difícilmente opinión al respecto. Además, en este enfoque se sostiene que mayor información no es garantía de mejor opinión (León Duarte, 2002: 32).

3. Desde los procesos de recepción y apropiación de los mensajes, donde incluye:

a) El enfoque de usos y gratificaciones, el cual de alguna manera reelabora la teoría de la aguja hipodérmica (al estudiar al receptor en forma individual, más allá de su contexto sociocultural), para concluir que las audiencias experimentan una serie de necesidades de carácter informativo y de orientación y usan a los medios entre otras alternativas funcionales para satisfacerlas. “En Latinoamérica han sido muy pocas las investigaciones que hasta hoy se han realizado en este enfoque”, sentencia León Duarte (2002: 34).

b) El último enfoque es donde América Latina ha mostrado un aporte más sustancial durante los noventa: los estudios culturales, los cuales asumen la comunicación como una práctica sociocultural definida por la producción de sentido. Según León Duarte, este enfoque “ha restituido a las audiencias un rol activo y una mayor capacidad de rechazar o negociar los mensajes hegemónicos de los medios”. A su interior, las principales corrientes de los estudios culturales en Latinoamérica son: 1) el uso social de los medios (J. Martín Barbero); 2) el consumo cultural (N. García Canclini); 3) la recepción activa (Valerio Fuenzalida); 4) los frentes culturales e identidades complejas (J.A. González); y 5) el modelo de multimediasiones (G. Orozco).

EL SISTEMA UNIVERSITARIO ARGENTINO HOY¹⁴

Según el Ministerio de Educación de la Nación, en el sistema universitario convive hoy un total de 131 instituciones universitarias a las cuales asisten casi dos millones de estudiantes, y entre ellos un 78,4% lo hace en universidades de gestión estatal. De este universo 67 son de gestión estatal (62 nacionales y 5 provinciales) y 64 de gestión privada.



Figura 1. Matrícula de grado según sector de gestión de las instituciones. Año: 2016. Información recuperada de la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación Argentina.

Las instituciones universitarias pueden ser en nuestro país de gestión estatal o de gestión privada. Existe también en nuestro sistema universitario una universidad “extranjera” (FLACSO –Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales) y una “internacional” (Universidad de Bologna), siendo ambas de gestión privada. También se agrupan en regiones:

Región Metropolitana: Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Partidos de Avellaneda, Lanús, Lomas de Zamora, La Matanza, Berazategui, Florencio Varela, Quilmes, Almirante Brown, Esteban Echeverría, Presidente Perón, Ezeiza, San Vicente, San Fernando, San Isidro, Tigre, Vicente Lopez, Hurlingham, General San Marín, Tres de Febrero, Ituzaingó, Merlo, Morón, José C. Paz, Malvinas Argentinos, Moreno, San Miguel, General Las Heras, General

¹⁴ Este apartado se construyó a partir de un artículo del autor publicado en la revista científica Question en 2018.

Rodriguez, Luján, Marcos Paz, Mercedes, Navarro, San Andrés de Giles, Suipacha, Cañuleas, Campana, Exaltación de la Cruz, Escobar, Pilar y Zarate.

Región Bonaerense: partidos de la Provincia de Buenos Aires (excepto los incluidos en la región metropolitana)

Región Centro: provincias de Córdoba, Entre Ríos y Santa Fé.

Región Nuevo Cuyo: provincias de La Rioja, Mendoza, San Juan y San Luis.

Región Noreste: provincias de Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones.

Región Noroeste: provincias de Catamarca, Jujuy, Santiago del Estero, Salta y Tucumán.

Región Sur: provincias de Chubut, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

Tabla 1

Listado de instituciones universitarias en Argentina según año de creación, sector de gestión y región de pertenencia

ORDEN	INSTITUCIÓN	AÑO DE CREACIÓN	SECTOR DE GESTIÓN	REGIÓN
1	Universidad Nacional de Córdoba	1613	Estatal	Centro
2	Universidad de Buenos Aires	1821	Estatal	Metropolitana
3	Universidad Nacional de La Plata	1890	Estatal	Bonaerense
4	Universidad Nacional de Tucumán	1912	Estatal	Noroeste
5	Universidad Nacional del Litoral	1919	Estatal	Centro
6	Universidad Nacional de Cuyo	1939	Estatal	Nuevo Cuyo
7	Universidad Nacional del Sur	1956	Estatal	Bonaerense
8	Universidad Nacional del Nordeste	1956	Estatal	Noreste
9	Universidad Católica de Córdoba	1959	Privado	Centro
10	Universidad Católica Argentina Santa María de los Buenos Aires	1959	Privado	Metropolitana
11	Universidad del Salvador	1959	Privado	Metropolitana
12	Universidad Tecnológica Nacional	1959	Estatal	Metropolitana
13	Universidad Católica de Santa Fe	1960	Privado	Centro
14	Instituto Tecnológico de Buenos Aires	1960	Privado	Metropolitana
15	Universidad del Museo Social Argentino	1961	Privado	Metropolitana
16	Universidad de Mendoza	1962	Privado	Nuevo Cuyo
17	Universidad Católica de Cuyo	1963	Privado	Nuevo Cuyo
18	Universidad Juan Agustín Maza	1963	Privado	Nuevo Cuyo
19	Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino	1965	Privado	Noroeste
20	Universidad Católica de La Plata	1968	Privado	Bonaerense

21	Universidad Nacional de Rosario	1968	Estatal	Centro
22	Universidad de Morón	1968	Privado	Metropolitana
23	Universidad Argentina de la Empresa	1968	Privado	Metropolitana
24	Universidad Argentina John F. Kennedy	1968	Privado	Metropolitana
25	Universidad CAECE	1968	Privado	Metropolitana
26	Universidad de Belgrano	1968	Privado	Metropolitana
27	Universidad Notarial Argentina	1968	Privado	Metropolitana
28	Universidad Católica de Salta	1968	Privado	Noroeste
29	Universidad del Aconcagua	1968	Privado	Nuevo Cuyo
30	Universidad Católica de Santiago del Estero	1969	Privado	Noroeste
31	Universidad de Concepción del Uruguay	1971	Privado	Centro
32	Universidad Nacional de Río Cuarto	1971	Estatal	Centro
33	Universidad Nacional del Comahue	1971	Estatal	Sur
34	Universidad Nacional de Lomas de Zamora	1972	Estatal	Metropolitana
35	Universidad Nacional de Luján	1972	Estatal	Metropolitana
36	Universidad Nacional de Catamarca	1972	Estatal	Noroeste
37	Universidad Nacional de Salta	1972	Estatal	Noroeste
38	Universidad Nacional de Entre Ríos	1973	Estatal	Centro
39	Universidad Nacional de Misiones	1973	Estatal	Noreste
40	Universidad Nacional de Jujuy	1973	Estatal	Noroeste
41	Universidad Nacional de Santiago del Estero	1973	Estatal	Noroeste
42	Universidad Nacional de San Juan	1973	Estatal	Nuevo Cuyo
43	Universidad Nacional de San Luis	1973	Estatal	Nuevo Cuyo
44	Universidad Nacional de La Pampa	1973	Estatal	Sur

45	Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires	1974	Estatal	Bonaerense
46	Universidad de la Marina Mercante	1974	Privado	Metropolitana
47	Escuela Universitaria de Teología	1975	Privado	Bonaerense
48	Universidad Nacional de Mar del Plata	1975	Estatal	Bonaerense
49	Instituto Universitario de la Policía Federal Argentina	1977	Estatal	Metropolitana
50	Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco	1980	Estatal	Sur
51	Universidad Nacional de Formosa	1988	Estatal	Noreste
52	Universidad Nacional de Quilmes	1989	Estatal	Metropolitana
53	FLACSO Sede Argentina (Internacional)	1989	Privado	Metropolitana
54	Universidad Nacional de La Matanza	1989	Estatal	Metropolitana
55	Universidad Adventista del Plata	1990	Privado	Centro
56	Universidad Blas Pascal	1990	Privado	Centro
57	Universidad de San Andrés	1990	Privado	Metropolitana
58	Universidad de Palermo	1990	Privado	Metropolitana
59	Universidad Maimónides	1990	Privado	Metropolitana
60	Universidad FASTA	1991	Privado	Bonaerense
61	Universidad Austral	1991	Privado	Metropolitana
62	Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales	1991	Privado	Metropolitana
63	Universidad Torcuato Di Tella	1991	Privado	Metropolitana
64	Universidad Champagnat	1991	Privado	Nuevo Cuyo
65	Universidad del Centro Educativo Latinoamericano	1992	Privado	Centro
66	Universidad Nacional de General San Martín	1992	Estatal	Metropolitana
67	Universidad Nacional de General Sarmiento	1992	Estatal	Metropolitana
68	Instituto Universitario de Ciencias de la Salud	1992	Privado	Metropolitana

69	Universidad Favaloro	1992	Privado	Metropolitana
70	Universidad del Cine	1993	Privado	Metropolitana
71	Universidad de la Cuenca del Plata	1993	Privado	Noreste
72	Universidad Atlántida Argentina	1994	Privado	Bonaerense
73	Universidad de Flores	1994	Privado	Metropolitana
74	Universidad de Congreso	1994	Privado	Nuevo Cuyo
75	Universidad Nacional de La Rioja	1994	Estatal	Nuevo Cuyo
76	Universidad Nacional de la Patagonia Austral	1994	Estatal	Sur
77	Universidad Empresarial Siglo 21	1995	Privado	Centro
78	Universidad Nacional de Villa María	1995	Estatal	Centro
79	Universidad Nacional de Lanús	1995	Estatal	Metropolitana
80	Universidad Nacional de Tres de Febrero	1995	Estatal	Metropolitana
81	Universidad Abierta Interamericana	1995	Privado	Metropolitana
82	Universidad del CEMA	1995	Privado	Metropolitana
83	Universidad Nacional de las Artes	1996	Estatal	Metropolitana
84	Instituto Universitario CEMIC	1997	Privado	Metropolitana
85	Universidad ISALUD	1998	Privado	Metropolitana
86	Universidad Gastón Dachary	1998	Privado	Noreste
87	Instituto Universitario ESEADE	1999	Privado	Metropolitana
88	Instituto Universitario Escuela de Medicina del Hospital Italiano	2000	Privado	Metropolitana
89	Instituto Universitario Italiano de Rosario	2001	Privado	Centro
90	Universidad Autónoma de Entre Ríos (Provincial)	2001	Estatal	Centro
91	Universidad de Bologna (Extranjera)	2001	Privado	Metropolitana
92	Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires	2002	Estatal	Bonaerense

93	Instituto Universitario IDEA	2002	Privado	Metropolitana
94	Universidad Nacional de Chilecito	2002	Estatal	Nuevo Cuyo
95	Instituto Universitario Escuela Argentina de Negocios	2004	Privado	Metropolitana
96	Instituto Universitario de Salud Mental de la Asociación Psicoanalítica de Bs. As.	2005	Privado	Metropolitana
97	Instituto Universitario del Gran Rosario	2006	Privado	Centro
98	Instituto Universitario de Gendarmería Nacional	2007	Estatal	Metropolitana
99	Instituto Universitario de Seguridad Marítima	2007	Estatal	Metropolitana
100	Universidad Nacional del Chaco Austral	2007	Estatal	Noreste
101	Universidad de San Pablo-Tucumán	2007	Privado	Noroeste
102	Universidad Nacional de Río Negro	2007	Estatal	Sur
103	Universidad del Este	2008	Privado	Bonaerense
104	Universidad Nacional Arturo Jauretche	2009	Estatal	Metropolitana
105	Universidad Nacional de Avellaneda	2009	Estatal	Metropolitana
106	Universidad Nacional de José Clemente Paz	2009	Estatal	Metropolitana
107	Universidad Nacional de Moreno	2009	Estatal	Metropolitana
108	Universidad Nacional del Oeste	2009	Estatal	Metropolitana
109	Universidad Nacional de Villa Mercedes	2009	Estatal	Nuevo Cuyo
110	Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur	2009	Estatal	Sur
111	Instituto Universitario River Plate	2010	Privado	Metropolitana
112	Instituto Universitario de Ciencias Biomédicas de Córdoba	2012	Privado	Centro
113	Universidad de San Isidro Dr. Plácido Marín	2012	Privado	Metropolitana
114	Universidad Metropolitana para la Educación y el Trabajo	2012	Privado	Metropolitana
115	Universidad Católica de las Misiones	2012	Privado	Noreste
116	Universidad Provincial del Sudoeste	2014	Estatal	Bonaerense

117	Universidad Salesiana	2014	Privado	Bonaerense
118	Universidad Nacional de Rafaela	2014	Estatal	Centro
119	Universidad Nacional de Hurlingham	2014	Estatal	Metropolitana
120	Universidad de la Defensa Nacional	2014	Estatal	Metropolitana
121	Instituto de Derechos Humanos Madres de Plaza de Mayo	2014	Estatal	Metropolitana
122	Universidad Nacional de los Comechingones	2014	Estatal	Nuevo Cuyo
123	Universidad Nacional de San Antonio de Areco	2015	Estatal	Bonaerense
124	Universidad Pedagógica Nacional	2015	Estatal	Bonaerense
125	Universidad Provincial de Córdoba	2015	Estatal	Centro
126	Universidad Provincial de Ezeiza	2015	Estatal	Metropolitana
127	Instituto Universitario YMCA	2015	Privado	Metropolitana
128	Universidad Nacional Raúl Scalabrini Ortiz	2015	Estatal	Metropolitana
129	Universidad Nacional Guillermo Brown	2015	Estatal	Metropolitana
130	Universidad Nacional de Alto Uruguay	2015	Estatal	Noreste
131	Instituto Universitario Patagónico de las Artes (Provincial)	2015	Estatal	Sur

Nota. Elaboración propia.

El perfil actual y sus recientes transformaciones estructurales

El último período político de fuertes movimientos al interior del sistema de universidades públicas y privadas de la Argentina se dio entre los años 2007 y 2015, durante el cierre del gobierno de Néstor Kirchner y los dos mandatos de Cristina Fernández. En el transcurso de esos años se crearon por ley nacional 16 universidades nacionales de gestión estatal (además de dos institutos universitarios y de la nacionalización de una universidad privada y de otra provincial). Este fenómeno resulta particular tanto en el análisis de la periodicidad como en un análisis regional latinoamericano. En ningún otro período de tan pocos años el sistema universitario logró dicho nivel de expansión, y en ningún otro país de la región la matrícula universitaria en universidades de gestión estatal resulta ser tan importante. La creación de estas nuevas universidades modificó el mapa del sistema universitario argentino, pero principalmente generó la posibilidad de que nuevos sujetos se incorporen a un espacio de formación superior: primera generación de estudiantes universitarios, mayores de 30 años, y madres y padres son algunos de los grupos sociales que se han visto beneficiados por esta política pública de educación superior.

Las nuevas universidades creadas han sido las siguientes:

Universidad Nacional del Chaco Austral: 2007

Universidad Nacional de Río Negro: 2007

Universidad Nacional Arturo Jauretche: 2009

Universidad Nacional de Avellaneda: 2009

Universidad Nacional de Moreno: 2009

Universidad Nacional de José Clemente Paz: 2009

Universidad Nacional del Oeste: 2009

Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur: 2009

Universidad Nacional de Villa Mercedes: 2009

Universidad Nacional de los Comechingones: 2014

Universidad Nacional de Rafaela: 2014

Universidad Nacional de Hurlingham: 2014

Universidad Nacional de Alto Uruguay: 2015

Universidad Nacional de San Antonio de Areco: 2015

Universidad Nacional Raúl Scalabrini Ortiz: 2015

Universidad Nacional Guillermo Brown: 2015

Además, se crearon dos nuevos Institutos Universitarios¹⁵:

Instituto Universitario de Gendarmería Nacional: 2007

Instituto Universitario de Seguridad Marítima: 2008

Finalmente y en el marco del período de análisis, en el año 2015 se decidió la nacionalización de la Universidad Pedagógica que hasta ese momento funcionaba bajo jurisdicción del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires; y se constituyó (en el año 2014) el Instituto Universitario Nacional de Derechos Humanos “Madres de Plaza de Mayo”, que se crea sobre la base de la Universidad Popular “Madres de Plaza de Mayo”, creada en el año 2010 bajo la modalidad de universidad privada. Por último, en el año 2014 se creó la Universidad de la Defensa Nacional que aglutinó el funcionamiento de tres institutos universitarios: el Instituto

¹⁵ Según la Ley de Educación Superior vigente en Argentina, artículos 26 y 27 de la Ley N° 24.521, la enseñanza superior universitaria estará a cargo de las universidades nacionales, de las universidades provinciales y privadas reconocidas por el Estado nacional y de los institutos universitarios estatales o privados reconocidos, todos los cuales integran el Sistema Universitario Nacional. Las instituciones que responden a la denominación de “Universidad” deben desarrollar su actividad en una variedad de áreas disciplinarias no afines orgánicamente estructuradas en facultades, departamentos o unidades académicas equivalentes. Las instituciones que circunscriben su oferta académica a una sola área disciplinaria se denominan “Institutos Universitarios”.

Universitario Naval, el Instituto Universitario del Ejército y el Instituto Universitario de la Marina.

Estos cambios configuran un elemento político que no puede ser dejado de lado en el quehacer de mirar la historia y que se encuadra dentro de la relevancia que la universidad pública tiene en la Argentina y que muchas veces es hasta complejo de comprender para otras naciones o sociedades, o incluso para otros paradigmas políticos internos del país. La contraposición a la expansión del sistema universitario se condensó en el término meritocracia, que el nuevo gobierno de la fórmula Cambiemos utilizó como contra argumento a las críticas por los ajustes presupuestarios y las críticas al sistema de universidades nacionales. Meritocracia es un concepto extendido e indisoluble de la educación superior y se asocia con paradigmas excluyentes. La defensa de estos conceptos supone una centralización en el individuo y afirma que las personas son premiadas por sus acciones y sus logros, los cuales están ligados al esfuerzo, la perseverancia y el trabajo constante (Chiroleu, 2009). Desde esta posición se defiende que, independientemente de su origen y situación inicial, cualquier persona dispuesta a realizar ese esfuerzo llegaría a alcanzar las mismas metas. Para muchos este planteo encierra una falsa igualdad de oportunidades entre los sujetos sociales intervinientes ya que el mérito no es un concepto universal y se halla mediado por factores adscriptivos por lo que debe analizarse –desde una perspectiva social- a través de diferentes lecturas e interpretaciones.

La noción de inclusión implica como punto de partida el reconocimiento de una sociedad que no es homogénea y con enormes componentes de diversidad. Tradicionalmente –en un estilo clásico de estado-nación- se consideró a la diversidad como desventaja y un obstáculo a remover para construir sociedades homogéneas. En el ámbito educativo, supone el derecho al aprendizaje por parte de todos, independientemente de sus características individuales, con el fin de proporcionar atención al conjunto de demandantes según sus propias necesidades; lo que implica generar condiciones favorables y adecuadas para la obtención de resultados positivos en la consecución de este derecho.

Al formular una política pública se debe aspirar a mejorar el bienestar de aquel que se encuentre en peores condiciones sociales (Rawls, 1997); es decir, propone maximizar la utilidad mínima en vez de maximizar la suma de la utilidad total de la sociedad. Este criterio implica que el Estado debe aspirar a maximizar el bienestar a la persona que se encuentra peor situada en la sociedad aunque esto por sí mismo no garantice la construcción de una

sociedad totalmente igualitaria. La creación de nuevas universidades nacionales, y especialmente las ubicadas en el conurbano bonaerense, se ubica en esta lógica de maximizar la utilidad mínima de los sectores más postergados de nuestra sociedad.

Como se señaló, el período 2007-2015 se consolidó como el de mayor crecimiento en la cantidad de universidades nacionales de gestión estatal en nuestro país.

Respecto a las universidades privadas, hubo dos décadas que sobresalen en materia de expansión. Primero, la del 60 (a la cual para ser rigurosos debemos incluir también 1959), donde abren el camino las Universidades Católicas (de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe) junto con la del Salvador y el Instituto Tecnológico de Buenos Aires. En total fueron 20 las nuevas instituciones de índole privado creadas en esta época, diez de ellas entre 1959 y 1965 y las otras diez entre 1968 y 1969. La reglamentación del decreto 6.403/55 de la autoproclamada Revolución Libertadora, que autorizaba a las universidades privadas a otorgar títulos profesionales habilitantes ha sido el hecho a destacar en esta expansión de las instituciones privadas en la década del 60¹⁶. La segunda década relevante respecto a este fenómeno ha sido la de los años 90 donde un nuevo grupo de 26 instituciones ingresan al sistema universitario: entre otras San Andrés, Austral, Di Tella, Palermo y Siglo XXI.

La historia de las 62 universidades nacionales nos muestra períodos muy disímiles y dificultades para encontrar un patrón común en el análisis de la periodicidad. Esta diversidad refleja, como se precisó en capítulos anteriores, que alguna de ellas llega a los 400 años de vida como la Universidad Nacional de Córdoba, otras más de cien años como las Universidades Nacionales de Buenos Aires y La Plata, otras décadas como por ejemplo las de Tucumán, Litoral, Cuyo, Nordeste, Lomas de Zamora y Misiones, algunas otras sólo pocos años como Avellaneda, Moreno, Rafaela, e incluso un grupo de ellas como las Universidades Nacionales Guillermo Brown, Raúl Scalabrini Ortiz y San Antonio de Areco, con menos de tres años desde la ley que ha promulgado su nacimiento.

Hasta el año 2007, la década del 70 (especialmente el período comprendido entre 1970 y 1975) ha sido el período donde se crearon mayor cantidad de universidades nacionales, la mayoría de ellas ubicadas estratégicamente en capitales provinciales como ser las de Salta,

¹⁶ En rigor, se lo llamó reglamentación, pero se trató de una nueva ley (la 14.557), que en su primer artículo derogó el texto del decreto de 1955 y lo reemplazó por el mismo texto pero ahora con estatus de ley del Congreso, que fue aprobado a fines de 1958 y reglamentado en febrero de 1959.

Entre Ríos, La Pampa, Misiones, San Juan, San Luis, Santiago del Estero, Jujuy y Catamarca. La década del 80 refleja la creación de cuatro universidades nacionales; la del 90, ocho; y el período 2000 a 2006 sólo dos. Fue el período comprendido entre los años 2007 a 2015, donde se cuentan 16 nuevas universidades nacionales, 2 nuevos institutos universitarios nacionales, la nacionalización de una universidad que nació siendo provincial (Pedagógica), la nacionalización de un instituto universitario (de los Derechos Humanos “Madres de Plaza de Mayo”) que se había gestado como privado y la creación de la Universidad de la Defensa que absorbe tres institutos universitarios en funcionamiento (del Ejército, de la Marina y Naval).

En materia regional, el contexto latinoamericano presenta una significativa diversidad respecto de sistemas de educación superior. Brasil cuenta con casi 2.400 universidades, representando una institución cada casi 87 mil habitantes; México con más de 2.700 universidades que representa una cada 43 mil, y Uruguay con hasta hace muy poco una sola universidad pública. Si miramos otro país vecino como Chile, aproximadamente el 80% de sus estudiantes asisten a instituciones de gestión privada. En el caso de nuestro país contamos con una universidad cada 306 mil habitantes, lo que a priori refleja la complejidad de una comparación de este tipo y nos lleva a preguntar comparado con quién cuando se afirma que el sistema universitario argentino cuenta con muchas universidades.

Tabla 2

Educación Superior en América Latina

PAÍSES	CANTIDAD DE HABITANTES	TOTAL DE INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS	ESTATALES	PRIVADAS	MATRÍCULA TOTAL	MATRÍCULA ESTATAL (%)	MATRÍCULA PRIVADA (%)	HABITANTES POR INSTITUCIÓN
BRASIL	205.300.000	2.407	296	2.111	8.048.718	24,7	75,3	85.293
MÉXICO	121.010.000	2.755	880	1.875	3.455.370	70,2	29,8	43.924
COLOMBIA	48.750.000	343	106	237	1.513.282	39,4	60,6	142.128
ARGENTINA	43.590.000	131	67	64	1.939.419	78,1	21,9	332.748
PERÚ	31.490.000	143	51	92	1.410.244	26,6	73,4	220.209
ECUADOR	16.390.000	66	28	38	558.578	58,5	41,5	248.333
BOLIVIA	10.720.000	58	18	40	591.943	76,9	23,1	184.827

Nota. Recuperado de la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria. Los datos de Argentina corresponden a 2016. Los correspondientes a los demás países refieren a distintos años

Nueva realidad. Nuevos derechos.

"Para los habitantes de Hurlingham la Universidad es un referente de acceso a la educación, una herramienta para construir, un símbolo de crecimiento. Somos la primera promoción pero en muchos casos, somos, en nuestras familias, la primera generación de universitarios que accedieron y egresaron de la educación superior. En este caso, con el honor de ser en el suelo que pisamos, en el suelo en el que convivimos"

Andrea Finotti

**Mejor diploma y Cum Laude de la primer cohorte de graduados de la Licenciatura en Educación de la Universidad Nacional de Hurlingham.
junio de 2018**

Muchos de los debates respecto de este tema se originan en los medios de comunicación que presentan estas noticias y hechos con sus particularidades discursivas. Creación de nueva universidad presentada como gasto o como inversión, como elemento de política pública o como oportunismo político, como multiplicador de oportunidades de acceso a la educación superior o como superposición y superpoblación de instituciones son algunas de las posiciones enfrentadas que se plantean.

El hecho de creación de una nueva universidad posibilita también preguntar y reflexionar respecto de "dónde". De las 16 nuevas universidades nacionales creadas en el período 2007-2015, 8 han sido en el área que integra el conurbano bonaerense y 8 en el interior del país. Merecen especial atención las nuevas universidades creadas en partidos del conurbano, especialmente por la población que reside donde se ha instalado la nueva institución universitaria.

Localización y población¹⁷ de las nuevas universidades:

Conurbano bonaerense:

- Universidad Nacional Arturo Jauretche: Florencio Varela: 426.005 habitantes
- Universidad Nacional de Avellaneda: Avellaneda: 342.677 habitantes

¹⁷ INDEC (2010). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas.

- Universidad Nacional de Moreno: Moreno: 452.505 habitantes
- Universidad Nacional de José C. Paz: José C. Paz: 265.981 habitantes
- Universidad Nacional del Oeste: Merlo: 528.494 habitantes
- Universidad Nacional de Hurlingham: Hurlingham 181.241 habitantes
- Universidad Nacional Raúl Scalabrini Ortiz: San Isidro: 292.878 habitantes
- Universidad Nacional Guillermo Brown: Almirante Brown: 552.902 habitantes

Muchos de estos distritos representan a nivel poblacional valores que superan los de algunas provincias, y en algunos casos de más de una. Si se suma la población de los ocho partidos mencionados la cifra supera los tres millones de habitantes, quienes se han visto beneficiados por una nueva configuración del sistema universitario argentino que se propone como una nueva realidad, un nuevo derecho y una nueva posibilidad para decenas de miles de potenciales estudiantes, jóvenes y no tanto, que con otra configuración regional no situarían entre sus alternativas de vida la de comenzar una carrera universitaria y convertirse muchos de ellos en el primer egresado universitario de la familia.

El caso de las nuevas universidades del conurbano bonaerense ha sido muy estudiado en estos últimos años. Florencio Varela, Avellaneda, Moreno, José C. Paz, Merlo y Hurlingham son las universidades que ya se encuentran en funcionamiento y empiezan a mostrar indicadores de esta política pública. Puede verse que se han privilegiado municipios de desarrollo económico urbano incipiente donde la imposibilidad de desplazamiento y de conjugar los estudios con los tiempos del trabajo resultaban condicionantes al momento de decidir comenzar una carrera en una universidad (Villanueva, 2014). Trasladarse hacia centros urbanos como Buenos Aires o La Plata implicaría insumir en algunas ocasiones hasta cuatro horas diarias y un costo económico difícil o imposible de afrontar.

Esta explosión de alumnos en las universidades del conurbano (Hadida, 2015) puede explicarse con algunos ejemplos concretos. La Universidad Nacional Arturo Jauretche (UNAJ, ubicada en Florencio Varela) recibió 3.049 inscripciones en su primer ciclo lectivo de 2011, pasando a 10.700 en el año 2015. En la Universidad Nacional de Moreno (UNM) se recibieron 2.900 inscripciones en el año 2015, siendo un 40% más que el año anterior. Más significativo resulta ser que en ambas instituciones mencionadas la cifra de primera

generación universitaria trepa al 92%. Y el 30% de los estudiantes de la UNM son madres o padres de familia. Otros estudios (Gesualdi, 2015: 3) muestran la mayor participación de los grupos de mayor edad (mayores de 30 años) en el ingreso de algunas universidades. Por ejemplo, en el año 2010 el 45,7% de los ingresantes de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQui) fueron mayores de 30 años, o el 34,7% en la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS) en el ingreso del mismo año. Sin dudas que estos indicadores llevan a confirmar el concepto de creación de nuevas condiciones de posibilidad (Peluso, 2014) para una parte importante de la población.

Este fenómeno se contrapone con modelos de décadas anteriores donde el modelo de mercantilización del Estado tendía claramente a una limitación del acceso a la universidad, hecho que finalmente concluyó en un visible aumento de la desigualdad (Ezcurra, 2007), no sólo a nivel de educación superior sino que transversalmente en todas las dimensiones de la vida económica y social.

Respecto del período 2007-2015 otros autores resaltan también la vinculación con lo local de las universidades creadas durante esos años. Pérez Rasetti (2014: 29) se refiere a este fenómeno como proceso de “vecinalización”. Es decir que la institución llega a ser vecina del estudiante, provocando que la mayor parte de ellos llegue a la universidad emplazada en su partido de residencia. Esto ha sucedido no como una mera cuestión pragmática o casual; por el contrario, puede descubrirse la planificación estratégica de estos hechos a través de un análisis de sus proyectos institucionales y estatutos: en la totalidad de los estatutos de las universidades fundadas en 2009 se explicita la vinculación Universidad-Desarrollo local (Accinelli y Macri, 2015: 4). Este análisis también debe destacar la inversión en este período destinada a becas que superó los 260 millones de pesos en 2013, los diferentes programas de infraestructura con una inversión de más de 1.130 millones de pesos y la repatriación de investigadores que aportó crecimiento en diversas actividades (Puiggrós, 2016).

De estos datos surge la reafirmación de que el nuevo escenario del sistema universitario se conformó como un hecho inclusivo sin precedentes. La política educativa “parte de reconocer que los niños, los adolescentes, los jóvenes, los adultos y los adultos mayores, sujetos que le dan sentido a la educación, registraron en sus cuerpos y en sus saberes, en sus sentimientos y en sus valores, el daño producido por las políticas neoliberales y se dispersaron, y perdieron saberes de sobrevivencia, olvidaron o no alcanzaron a conocer los significados de la Patria que los excluía. La inclusión es una categoría ordenadora del conjunto de la política actual

(...) puesto que miles y miles de chicos y de gente grande sufrieron y sufren aún restricciones al acceso, permanencia y graduación en la educación pública. También en la educación, el binomio inclusión/exclusión se instaló como un sistema de representación elemental pero efectivo para la distribución desigual de los bienes escasos. (...) La exclusión e inclusión nunca son completas y se han producido múltiples combinaciones entre ambas posiciones, (...) no se refiere solamente a lo económico, sino, también, a las injusticias sociales y culturales de diverso tipo: intergeneracionales, intergenéricas, interétnicas. La inclusión de los alumnos en las instituciones educativas (...) no responde automáticamente a la mejoría de la situación económica. (Puiggrós, 2007: 10)

No resultaría posible desvincular estos avances de las condiciones de producción y de la existencia de una realidad denominada *aparato ideológico del estado* (Althusser, 1989). Ese número de realidades que se presentan al observador bajo la forma precisa de instituciones precisas y especializadas. Estas condiciones se van –y se están- modificando con el tiempo, por lo que será un punto de atención la evolución del sistema universitario argentino en el marco de la modificación de las condiciones de producción.

La creación de nuevas universidades de gestión estatal produce el rompimiento de la hegemonía de la universidad clásica (Sturniolo, 2008). Aquella universidad poco posible para las personas alejadas de las grandes ciudades, poco posible para aquellas personas con limitado tiempo para transitar horas en algún medio de transporte y compartir su vida personal y laboral con el estudio, y poco posible para aquellos que deseaban estudiar a partir de su vocación una carrera no tradicional y con impacto en la comunidad local.

LAS CARRERAS DE GRADO DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN EN ARGENTINA

El objetivo de este apartado es repasar los orígenes de la formación de grado en periodismo y comunicación y analizar la oferta de estas carreras en Argentina en la actualidad.

Las primeras formaciones en materia de periodismo no son a nivel universitario, sino a través de escuelas profesionales, muchas veces asociadas a los propios medios de comunicación o a los grupos relativamente agremiados de periodistas.

El abordar los inicios de las escuelas de periodismo nos lleva inevitablemente a los espacios de formación de periodistas en los Estados Unidos de Norteamérica en la primera mitad del siglo XIX. La profesionalización del periodismo norteamericano comienza en los años 1830-1840 con la Penny Press y culmina con la prensa popular de los magnates Hearst y Pulitzer en la década de 1890. Este período de profesionalización coincide con la incipiente época de nacimiento de las escuelas de periodismo, que en el país del norte han tenido una importante y antigua tradición, comparable con otras escuelas como las de leyes, de medicina o de economía. Se establecieron rutinas laborales y una clara división de las tareas al interior de las redacciones de los periódicos, hecho distintivo de la prensa norteamericana que la diferenciaba de la tradición periodística propiamente literaria que se venía cultivando en Europa.

El paso siguiente fue la intención de dotar de un perfil más académico y sistemático a la formación de periodistas, punto que revela que la imbricación entre formación periodística y universidad surge con una impronta claramente política. La primera Escuela de Periodismo de los Estados Unidos fue creada en 1908 por Walter Williams en St. Louis, definida por Gordon Pérez (1991: 22) como *“la puerta obligada de la epopeya norteamericana, denominada la conquista del Oeste”*. Otros autores manifiestan que los orígenes de la formación universitaria en periodismo comienzan hacia 1860 cuando finaliza la Guerra de Secesión. El relevamiento de información nos permite afirmar que la Universidad de Missouri ofrecía las primeras alternativas de cursos de periodismo alrededor de 1880, aunque la apertura oficial de la primera Escuela de Periodismo dentro de la universidad se produce en 1908.

Ya en 1924 la Association of American Schools and Departments of Journalism, AASDJ, y la American Association of Teachers of Journalism redactaron los doce principios generales de la enseñanza del periodismo:

1. La instrucción y preparación para el periodismo tiene que ser organizada como una unidad académica separada con un decano, director o profesor a su cabeza.
2. Los 4 años de trabajo en un College o Universidad no han de tener menos de 120 unidades semestrales para obtener un título de bachelor en la Escuela de Periodismo.
3. El título de Bachelor concedido indicará que el estudiante ha completado con éxito los requisitos para un título en periodismo. Por ejemplo, el bachillerato de artes en periodismo, el bachillerato de ciencias en periodismo o el bachillerato en periodismo.
4. Los cuatro años requeridos para obtener el título de bachelor deben incluir historia, economía, gobierno y política, sociología, literatura, ciencias naturales, psicología o filosofía. Es deseable un conocimiento a nivel de lectura.
5. Los cursos de periodismo deben dar instrucción y práctica, *reporting*, *copy reading*, *editorial writing and writing in special articles*; así como instrucción en historia del periodismo, en ética periodística (con especial referencia a los deberes y responsabilidades del periodista para con la sociedad), el derecho y la prensa.
6. En los cursos de periodismo que tienen que escribir, los estudiantes han de tener la ayuda de una constante crítica individual por instructores competentes no por estudiantes u otros asistentes.
7. En los cursos de reportaje periodístico los estudiantes tienen que cubrir noticias regularmente asignadas, corregidas por instructores competentes.
8. Los estudiantes no podrán recibir créditos académicos por las prácticas periodísticas salvo si el trabajo es hecho bajo la inmediata supervisión de un instructor en periodismo parte de un curso regular de periodismo.
9. El número de instructores de periodismo ha de ser suficiente para asegurar una atención cuidadosa de las necesidades individuales de los estudiantes.
10. Los instructores de periodismo han de ser estimulados a emprender un trabajo de investigación.

11. Una colección de libros básicos de periodismo ha de estar a disposición de los estudiantes. A éstos debe exigírseles que se familiaricen con tales libros. Un equipamiento de laboratorio ha de estar disponible para su uso en conexión con las clases de técnica periodística.
12. Los estándares de admisión y de graduación en las escuelas de periodismo han de ser lo suficientemente altos para que estudiantes desprovistos de conocimientos, destreza y nivel no obtengan la graduación en periodismo.

Pasaron más de noventa años de esta declaración de principios y, sin embargo, muchos de ellos tienen un claro vínculo con el presente. Por ejemplo, más de un autor de la actualidad encuentra la falta de investigación como una de las principales debilidades de las instituciones, de las carreras y de los mismos docentes, siendo que hace casi un siglo se planteaba la relevancia del estímulo a la investigación. En cuanto al último punto que define estándares de ingresos, el caso argentino muestra divergencias importantes, ya que, como explicaremos más adelante, desde los inicios la formación de periodismo tuvo la posibilidad de un ingreso irrestricto y la gratuidad como elemento diferenciador esencial.

En América Latina, la formación estuvo también vinculada a las necesidades de los propietarios de medios de la época. Tres países merecen ser mencionados en la historia de las escuelas de periodismo: Argentina, Brasil y México. El primero de los países por ser el pionero en el establecimiento de escuelas de periodismo, y los tres países al mismo tiempo por la velocidad que manifestó el proceso de expansión de las escuelas y sus carreras.

“En América Latina, Argentina fue el país que fundó en 1900 las dos primeras escuelas de periodismo del continente. Ambas comenzaron a funcionar con un mes de diferencia. Los editores de los diarios La Prensa y La Nación, los más importantes de Buenos Aires, respaldaron la iniciativa de formalizar el entrenamiento de los redactores, aunque a diferencia de Joseph Pulitzer fueron propietarios y editores sin las posibilidades económicas necesarias para organizar una escuela propiamente dicha. Por tanto, el proyecto fue concretado años más tarde por un grupo de la Asociación de Periodistas de La Plata, capital de la provincia de Buenos Aires; éstos comenzaron a impartir los cursos el 27 de abril de 1934. Un año después, la Universidad Nacional de La Plata les brindó su apoyo incorporando los cursos que conformaron la Escuela de Periodismo. (Nixon, Raymond, 1982)

Lo incipiente de la existencia de estas escuelas se reflejaba en que las principales demandas eran las de instructores calificados, la falta de especialistas que pudieran transmitir conocimientos sobre tareas específicas y la falta de bibliotecas especializadas.

En la década del 50 aparecen las primeras escuelas de periodismo también en Brasil y México, países que con el correr de las décadas y años se convertirán en líderes en la región en materia de escuelas y carreras de periodismo. También aparecen las primeras escuelas en otros países de la región como Perú, Colombia, Cuba y Ecuador.

Un punto de inflexión en el recorrido de los primeros años tiene como protagonista al Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL). Fundado en 1959 en el marco de un acuerdo tripartito entre UNESCO, la Universidad Central de Quito y el gobierno de Ecuador, la institución ha sido en los años 60 el factor principal del desarrollo de la enseñanza de periodismo en la región.

En el año 1984 la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) presentó un informe sobre la formación universitaria de comunicadores sociales en América Latina. La institución decidió realizar una encuesta aplicada en países del cono sur, que en el caso de Argentina no mostró mucho interés, ya que respondieron sólo 16 de 64 universidades. Más allá de que la encuesta focalizaba en las carreras de grado y en las fortalezas y debilidades de sus carreras, es para destacar que entre los datos que surgieron se ponía en evidencia las apuestas de un alto número de universidades por la formación de posgrado en el campo de la comunicación, en función de una cada vez mayor demanda de este tipo de formación para los académicos.

Con respecto a cantidades de escuelas, el estudio muestra que en 1984 quienes lideraban la región en ese momento eran Brasil con 71 escuelas (40,8%) seguido por México con 42 (24,1%) y Argentina con 14 (8%). Ningún otro país de la región llegaba a la decena de escuelas. Se totalizaban 174 escuelas distribuidas en 20 países.

Tabla 3*Escuelas de Comunicación en América Latina (1984)*

PAIS	Nº TOTAL
Argentina	14
Bolivia	2
Brasil	71
Chile	6
Colombia	9
Costa Rica	2
Cuba	2
Ecuador	3
El Salvador	1
Guatemala	2
Honduras	2
México	42
Nicaragua	1
Panamá	2
Paraguay	2
Perú	8
Puerto Rico	2
República Dominicana	1
Uruguay	1
Venezuela	3
TOTAL	174

Nota. Recuperado de FELAFACS (1986)

Pueden destacarse algunas conclusiones interesantes del estudio realizado por FELAFACS. La principal es la definición de que los programas de enseñanza en comunicación y periodismo (ya no se refería sólo a periodismo) de la subregión se encontraban en ese momento en un grado intermedio de madurez institucional; y esto sucedía fundamentalmente por dos fenómenos paralelos: la multiplicación de instituciones universitarias –sobre todo privadas en las dos últimas décadas-, y un proceso de innovación curricular motivado por la incorporación de nuevas tecnologías de la información y de la comunicación aplicada. Estas innovaciones curriculares son señaladas como una fortaleza de los programas al convertirse en una adecuación a las nuevas exigencias profesionales.

Varias debilidades de los programas son también resaltadas. Por un lado se señala que la formulación de los modelos académicos se ha radicado fundamentalmente en la actividad docente. También se produjo la introducción del marketing como herramienta de la gestión universitaria y terminó alejando a las carreras del concepto de calidad académica, fenómeno que sucede como consecuencia de la multiplicación antes mencionada de nuevas universidades privadas.

Los autores coinciden en definir las características de la formación en periodismo en los orígenes como una respuesta a las necesidades de los propietarios de los medios de comunicación de la época. Debe señalarse que a medida que se fueron creando escuelas de periodismo se fueron agregando nuevas necesidades, nuevas visiones y nuevas concepciones del campo comunicacional. Según Fuentes Navarro (1992), el campo de la comunicación está constituido por elementos superpuestos, casi nunca consistentemente integrados pero simultáneamente vigentes, de tres modelos fundacionales de la carrera que remiten a tres proyectos diferentes:

El primero de ellos y el más antiguo (y coincidente con el esbozado por Raymond Nixon), es el de *formación de periodistas*. En 1990 el autor planteaba que pasados 50 años de la fundación de la primer Escuela de Periodismo en la Ciudad de La Plata, en la mayor parte de las instituciones el objeto de estudio y su abordaje, tanto en la enseñanza como en la investigación universitarias, estaban primariamente compuestos por representaciones de las prácticas periodísticas. El objetivo era enseñar el oficio. Los tres elementos constitutivos de este modelo son la prioridad en la habilitación técnico-profesional, el relativo ajuste a las demandas del mercado laboral y el propósito de la incidencia político-social a través de la opinión pública. Este modelo es el fundado por Pulitzer e impulsado por el CIESPAL en los

años sesenta. Aquí la investigación se identifica con la indagación periodística y las ciencias sociales no son más parte del “acervo de cultura general” que todo periodista requiere.

El segundo modelo fue fundado en 1960 en la Universidad Iberoamericana de México y es el que concibe al *comunicador como intelectual*, desde una perspectiva humanística. El proyecto académico de “Ciencias de la Comunicación” (ideado por el jesuita José Sánchez Villaseñor) buscaba la formación de “*un hombre capaz de pensar por sí mismo, enraizado en su época, que gracias al dominio de las técnicas de difusión pone su saber y su mensaje al servicio de los más altos valores de la comunidad humana*”. Desde el inicio se vislumbran las diferencias con las carreras de periodismo: el énfasis estaría puesto en la solidez intelectual proporcionada por las humanidades, ante la cual la habilitación técnica estaría subordinada, pero de tal manera que garantizara la capacidad para acceder, a través de los medios, a la transformación de la dinámica sociocultural conforme a modelos axiológicos bien definidos. También se diferenciaba con otras carreras clasificadas como de “ciencias sociales y humanidades” como filosofía, letras, historia, sociología o antropología, que aunque tuvieran equivalentes contenidos de formación intelectual, no ofrecían campo de desarrollo profesional más allá de la docencia y la investigación. Esta carrera prometía, en cambio, el amplísimo horizonte sociocultural que parecían abrir los medios electrónicos.

Finalmente el tercer modelo de carrera se originó en los setenta, el del “comunicólogo” como *científico social*. En la mayoría de los diseños curriculares de las carreras que adoptaron este modelo se sobrecargó la enseñanza de “teoría crítica”, es decir, de materialismo histórico, economía política y otros contenidos “marxistas” y se abandonó prácticamente la formación y la habilitación profesional. Uno de los rasgos principales de este modelo es el “teoricismo” y su reacción inmediata: el “practicismo”, es decir la oposición maniquea entre la teoría –que llegó a ser reducida a unos cuantos dogmas religiosamente consagrados- y la práctica que a su vez llegó a ser reducida a la reproducción de algunos estereotipos de los medios masivos. Aquí rotundamente se abandonó la formación y habilitación técnica, la prioridad era crear una conciencia de clase, con la intención de conocer la esencia de la injusticia social, de revelarla políticamente y, consecuentemente, para transformarla en beneficio del pueblo, por medio de una práctica revolucionaria (Cantarero, 2002).

¿Existe un cuarto modelo? Siguiendo el desarrollo de Fuentes Navarro para describir tres modelos fundacionales de la enseñanza de periodismo y comunicación y teniendo en cuenta que pasaron casi treinta años de esta clasificación, es pertinente preguntarnos cuál de estos

modelos predomina en la actualidad, si es que predomina alguno, o si se ha conformado un nuevo modelo de enseñanza en periodismo y comunicación. En la narración de este capítulo probablemente no se obtendrá una respuesta sobre las características en toda América Latina, pero sí se esbozará un acercamiento a la respuesta a partir de la descripción del campo de la enseñanza de periodismo y comunicación en Argentina en la actualidad.

Los orígenes en Argentina: contexto y rol de la Universidad Nacional de La Plata

Retomando el camino que comenzó en Estados Unidos de América y pasó luego a América Latina, los inicios de la enseñanza de periodismo y comunicación, como se señaló previamente en el apartado sobre la historia del sistema universitario argentino, se remontan a los años 30, en la Provincia de Buenos Aires y en la Universidad Nacional de La Plata. Esta universidad refleja una doble relevancia en la enseñanza de periodismo y comunicación: por ser el mojón inicial en los orígenes de este aspecto de la historia argentina; y a su vez por ser el punto de mayor concentración de carreras de posgrado en nuestro país.

Situarnos en los años 30 en nuestro país implica referirnos al período que se denominó “década infame”, caracterizado por la corrupción política y económica y el retorno de las prácticas neocoloniales en relación con Gran Bretaña y la represión permanente del movimiento obrero y los partidos populares (Ciappina, 2015). El golpe militar encabezado por el general Uriburu en 1930 derrocó al gobierno constitucional de Hipólito Yrigoyen e inauguró casi quince años de retorno conservador al gobierno. A Uriburu le siguió el gobierno del general Agustín P. Justo y su vicepresidente Julio A. Roca (hijo) entre 1932 y 1938. Un período donde la persecución al radicalismo y al movimiento obrero fue un rasgo clave. La creación de la Junta Nacional de Granos y de Carnes y del Banco Central también son hechos relevantes de la época. Sin embargo, uno de los acontecimientos sustanciales que marca el retroceso de la época es la firma del Pacto Roca-Runciman entre la Argentina y el Reino Unido, donde los británicos a cambio de otorgarle a nuestro país un cupo de 390.000 toneladas de carne para exportar obtenían beneficios como que el 85% de esas exportaciones debían hacerse a través de frigoríficos británicos, el carbón británico no pagaría derechos aduaneros, los ferrocarriles británicos no tendrían reguladas sus tarifas y se otorgaban facilidades para la instalación de empresas británicas en nuestro país.

En 1937 debían llevarse a cabo las elecciones y Marcelo T. de Alvear fue el candidato radical del momento. El triunfo finalmente fue para el radical antipersonalista Roberto M. Ortiz junto al conservador Ramón Castillo dejando en segundo lugar a Marcelo T. de Alvear y Enrique Mosca. El fraude fue un escándalo que se convirtió en una burla a la voluntad popular de ese momento, mayoritariamente radical.

En la Provincia de Buenos Aires las políticas de la década mostraban un sesgo agropastoril y conservador. En 1932 es “electo” José Alfredo Martínez de Hoz, referente de los intereses terratenientes en alianza con el capital británico. En 1935 y como consecuencia de disputas internas del partido conservador José Alfredo Martínez de Hoz es obligado a renunciar y lo reemplaza el Vicegobernador de ese momento Raúl Díaz, y se postula a Manuel Fresco como candidato a Gobernador de la provincia. De esta forma Fresco llega al poder en 1936 como representante del ala conservadora, católica y filo-fascista de la década infame. En el gabinete de Fresco se encuentra en el Ministerio de Gobierno al futuro fundador de Clarín, Roberto Noble.

“Proclamado anticomunista y pro-clerical, Manuel Fresco fue uno de los primeros en reconocer la relevancia comunicacional y política de los nuevos medios de comunicación, la radio en esos tiempos. Al mismo tiempo que expandía las posibilidades de comunicación del y desde el Estado, tendía a restringir y/o controlar las expresiones de la prensa escrita que consideraba crítica. Veremos que el propio Círculo de Periodistas de la Ciudad de La Plata tendrá un enfrentamiento con Fresco por las fuertes restricciones a la prensa escrita durante casi todo su gobierno”.
(Ciappina, 2015: 31)

El período de Fresco en la gobernación finaliza en 1940 cuando, impedido constitucionalmente a ser reelecto, propuso a su candidato, el caudillo conservador Alberto Barceló, quien finalmente es electo en otra votación caracterizada por el fraude y la violencia. Pero como el presidente Ortiz (él mismo elegido por fraude) deseaba una salida más prolija que permitiera incluir al radicalismo en el proceso electoral, desconoce las elecciones y nombra como interventor de la provincia a Octavio Amadeo.

Este contexto nacional y de la provincia de Buenos Aires no es ajeno a la vida de aquel momento de la Universidad Nacional de La Plata. Según Castiñeiras (1985: 242), el golpe de 1930 significó un duro golpe para la Universidad Nacional de La Plata. “Una de las pioneras en el movimiento reformista de 1918, quizás la más liberal (en el sentido de democrática) y

ciertamente con una impronta muy fuerte del radicalismo Yrigoyenista, no escapó al proyecto proto-fascista del gobierno de Uriburu”.

El Presidente de la UNLP en aquel momento era Ricardo Levene, aunque su período duraría muy poco tiempo ya que presentó su renuncia el 11 de junio de 1931 como consecuencia de la medida tomada por el gobierno de Uriburu de recortar las atribuciones de los Consejos Superiores de las universidades y de los Consejos Académicos de cada facultad. Ese mismo año Uriburu designó como interventor de la Universidad al doctor Federico Walker, comenzando un período de suspensión de profesores y de no inscripción de alumnos que eran considerados “ideológicamente peligrosos”.

Las movilizaciones docentes y estudiantiles no cesaban a pesar de todas las medidas persecutorias, por lo que el gobierno de Justo (sucesor de Uriburu a través del “fraude patriótico”) debió desistir de la intervención y convocar a elecciones de autoridades en el marco del estatuto de la universidad. De esta forma Ricardo Levene volvió a la Presidencia de la UNLP el 27 de junio de 1932.

En julio de 1931, previo a la intervención militar y con la aprobación del Consejo Superior de la UNLP, se creó en el ámbito de la UNLP la Escuela Libre de Cultura Integral, una propuesta que será parte de los cimientos para el desarrollo de los primeros cursos de la futura Escuela Argentina de Periodismo. Se propiciaba la llegada a alumnos de la universidad, graduados y público en general a través de cursos sintéticos sobre disciplinas científicas, filosóficas, estéticas y artísticas, de carácter libre.

La fecha del 27 de abril de 1934 quedó registrada como el comienzo de los cursos de la Escuela Argentina de Periodismo, en el marco de un acuerdo del Círculo de Periodistas de la Provincia de Buenos Aires y la Universidad Nacional de La Plata, a través de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Estos primeros cursos siguieron el formato de la Escuela Libre de Cultura Integral que se había originado tres años antes, y tenían la intención de formar bajo una perspectiva “profesionista”, que atendiera la demanda de los diarios de la época y les ahorren tiempo y dinero a los periódicos por tener una formación técnica y profesional lograda en el ámbito educativo:

“En efecto, el diario se perjudica utilizando ese personal en formación y, por lo tanto, deficiente, al que, sin embargo, es necesario pagar. Y el joven aprendiz de periodismo ha de conquistar la técnica por un procedimiento de autodidactismo, que

le impone más esfuerzo y mayor pérdida de tiempo para alcanzar resultados con frecuencia mediocres". (Boletín de la UNLP, 1934: 6)

Levene, por su parte, destacaba la importancia de contar con cursos sobre periodismo:

"Es imposible entrar en los dominios de la historia argentina sin el conocimiento de su periodismo. Se trata de uno de los hechos que distinguen nuestra personalidad moral en el concierto de la civilización. En periódicos, diarios y revistas se han proyectado y se proyectan las opiniones, creencias, pasiones, intereses e ideales del pueblo argentino. La historia de las ideas, la de nuestra política y de nuestra economía, se comprende a la luz de sus periódicos. Suprimid su estudio y nos quedaremos a oscuras". (Boletín de la UNLP, 1934: 2)

Las primeras dos clases de la Escuela Argentina de Periodismo se dictaron el viernes 27 de abril de 1934: la primera fue "Panorama del periodismo contemporáneo" a cargo de José A. Oria, profesor de la Universidad; y la segunda "Sociología Iberoamericana", dictada por José Vasconcelos, quien fue fundador del partido Antirreeleccionista de Francisco Madero que derrotó a Porfirio Díaz en México, iniciando la Revolución Mexicana. Vasconcelos, convocado por Alfredo Palacios como profesor invitado, también fue presidente de la Universidad Nacional de México años atrás, y declaró en su momento al asumir: "Yo no vengo a trabajar por la Universidad, sino a pedir a la Universidad que trabaje para el pueblo". En esa primera clase Vasconcelos dejaba marcada una clarísima conciencia antiimperialista y su visión de una integración latinoamericana.

La contracara de la fundación de la Escuela Argentina de Periodismo fue la creación del Instituto Grafotécnico, que inauguraba sus clases cuatro semanas más tarde en la Capital Federal. Este instituto quedó bajo la conducción de la Compañía de San Pablo y en su creación se propuso constituir una Escuela de Periodismo basada en la Encíclica Rerum Omnium del Papa Pío XI que define las obligaciones periodísticas: no corromper la verdad ni desvirtuarla con el pretexto de no herir al adversario; cuidar la forma y la belleza del idioma; presentar sus pensamientos con expresión "tan luminosa y agradable que torne gustosa la verdad para sus lectores"; saber "rechazar los errores y oponerse a la improbidad de los malvados en tal forma que eche bien de ver su recta intención y el espíritu de caridad que los anima" (Ciappina, 2015).

De esta forma se daba en el campo del periodismo y la comunicación un momento histórico, la creación de dos escuelas casi al mismo tiempo: una de inspiración laica vinculada con la universidad pública, y la otra de inspiración religiosa. Este suceso marca el reconocimiento de la relevancia que los medios de comunicación de ese momento tenían en la lucha por el control de las masas.

Con el correr de los años el crecimiento en la cantidad de escuelas en América Latina comenzó a acelerarse de manera significativa. Desde la creación de sus primeras dos escuelas en la década del 50, Brasil pasó a tener 64 y México 26 en 1980 (Nixon, 1980). Más allá del explosivo crecimiento de Brasil, México o Argentina, puede verse que en todo América Latina se replica este fenómeno mostrando que en 1980 solamente Haití no contaba con una escuela de periodismo.

Tabla 4

Crecimiento de las escuelas por décadas

PAIS	1940	1950	1960	1970	1980
Argentina	2	2	8	16	20
Bolivia	-	-	-	1	1
Brasil	-	2	8	24	64
Chile	-	-	1	5	4
Colombia	-	1	3	4	11
Costa Rica	-	-	-	1	2
Cuba	-	1	6	1	2
REP.	-	-	1	2	2
Ecuador	-	2	2	2	3
El Salvador	-	-	1	1	2
Guatemala	-	-	1	1	2

Guyana	-	-	-	-	1
Haití	-	-	-	-	-
Honduras	-	-	-	-	2
Jamaica	-	-	-	-	1
México	-	2	6	8	26
Nicaragua	-	-	1	1	2
Panamá	-	-	1	1	2
Paraguay	-	-	-	2	2
Perú	-	2	3	8	9
Puerto Rico	-	-	-	-	2
Uruguay	-	-	-	-	1
Venezuela	-	1	2	3	3
TOTALES	2	13	44	81	163

Nota. Recuperado de Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación. 1982, (2), p.15.

En el caso de Brasil se trata de un crecimiento exponencial que en parte corresponde a la expansión de la enseñanza superior en el continente, pero asimismo refleja el impacto generado por los procesos de la comunicación masiva en nuestras sociedades, que seducen a enormes contingentes de jóvenes que desean trabajar en la televisión, en la publicidad o en el periodismo (Marqués de Melo, 1988).

Diversos autores han coincidido en señalar la veloz expansión de la enseñanza en periodismo y comunicación en Latinoamérica. Joaquín Sánchez, ex Presidente de FELAFACS, sostenía que “el crecimiento acelerado de las Facultades de Comunicación responde básicamente al incremento del número de estudiantes que terminan el nivel secundario. Ello se vuelve contra una Universidad que no tiene posibilidades de atender a tantos estudiantes, de manera tal que se crean Facultades para dar oportunidad a aquellos que deseen seguir una carrera universitaria. Asimismo se explica por una cierta moda de estudiar la carrera y manejar los medios de comunicación, y por el propósito de algunas entidades universitarias de no crear

programas con un criterio académico serio, sino con un afán comercial de graduar profesionales y de mejorar su rentabilidad” (Sánchez García, 1987).

En muchos casos la expansión cuantitativa del segmento universitario sobre el que se está poniendo el foco no vino acompañado de un avance pedagógico ni tampoco trajo innovaciones de naturaleza organizacional, lo que refleja la falta de relación entre las escuelas y las demandas sociales. Las primeras escuelas poseían un perfil definido, pues capacitaban a profesionales “respondiendo a una demanda concreta del mercado de trabajo a partir de un concepto restringido de la comunicación”. Con la creación de las facultades de Comunicación, la transformación de dicho panorama acarrea una diversificación del perfil del comunicador “a costa de una inseguridad que desemboca –en muchos casos- en una miope percepción de las demandas sociales” (Godoy y Herran, 1987).

Las carreras de grado de periodismo y comunicación en Argentina en la actualidad

La historia en la formación de periodismo y comunicación ha transitado por formación de periodistas, de “cientistas” de la comunicación, de comunicólogos, y en los últimos años por la formación de especialistas, magísteres y doctores en áreas que pueden transversalmente atravesar los modelos históricos de formación.

Las ciencias sociales empiezan a evidenciar una crisis sobre el final de los años 40 que tiene como causa dos situaciones fundamentales: por un lado la distancia cada vez más amplia o desfase entre teoría y práctica y, por otro, las múltiples escuelas y paradigmas que buscan dar soluciones, al margen de las disciplinas clásicas, a los asuntos sociales.

Al hablar de disciplina, Bourdieu (2012) la define como un campo relativamente estable y delimitado, y, por lo tanto, relativamente fácil de identificar. “La disciplina se define mediante la posesión de un capital colectivo de métodos y de conceptos especializados cuyo dominio constituye el derecho de admisión, tácito o implícito, en el campo”, sostiene.

No son pocos los autores que consideran que el estudio de la comunicación se puede leer como un campo académico. No es una novedad; desde diversas posiciones teóricas se ha planteado el tema teniendo en cuenta la necesidad de clarificar el rol de la comunicación en el complejo entramado social.

“Por campo académico entendemos, entonces, bastante más –de hecho otra cosa– que el conjunto de instituciones en que se estudia la comunicación a nivel superior. Incluimos en él a la teoría, la investigación, la formación universitaria y la profesión, y centramos en las prácticas que realizan actores o agentes sociales concretos –los individuales y colectivos como nosotros– con el fin de impulsar proyectos sociales específicos: en este caso, estructuras de conocimiento y pautas de intervención sobre la comunicación social. De ahí que cuando se especifica –campo académico–, no es a las prácticas sociales de comunicación (masivas o no) a las que se hace referencia, ni a las instituciones que se han especializado en su ejercicio y en su control social, sino a aquellas que toman a éstas como referente, es decir, las que son realizadas principalmente por académicos (universitarios), con el propósito de conocer, explicar e intervenir en la transformación intencionada de las prácticas sociales de comunicación”. (Fuentes Navarro, 1997)

La delimitación de un campo implica también estar atento a las consecuencias de dicha acotación. No resulta aislado hablar de periodismo o de comunicación, sino que, siguiendo las líneas de Bourdieu o de Fuentes Navarro, el campo académico de la comunicación se convierte también en un campo sociocultural específico. Ese campo, finalmente, es un espacio de tensiones y de luchas por la realización del capital cultural puesto en juego, aunque también de inercias y de acumulaciones, abierto a las afectaciones externas provenientes de la dinámica sociocultural histórica más amplia donde se inscribe. Se trata entonces de formar profesionales que puedan gestionar procesos comunicacionales y que estén comprometidos con los actores sociales y con sus prácticas de transformación.

“En la génesis misma del debate sobre el oficio del comunicador y en la delimitación del campo disciplinar queda de manifiesto de por sí la dificultad existente para delimitar el área específica de incumbencia de la comunicación, es decir, lo que podría llamarse su objeto de estudio. Aún cuando la consulta se haga de la manera más desprevenida, es normal suponer que cualquier estudiante universitario podría dar fácilmente cuenta de los campos de competencia de disciplinas de larga tradición científica como las ciencias naturales, la ingeniería y la medicina. Frente a ellas la comunicación se presenta como un terreno indefinido e híbrido de difícil delimitación”. (Uranga, 2000)

Este fenómeno de complejidad en la acotación de un campo disciplinar es propio no sólo de la comunicación sino, como se ha señalado anteriormente, de todo lo definido como ciencias sociales:

“La raíz de esta dificultad radica en la concepción misma del conocimiento científico aplicado a las ciencias humanas. Para la física o para la astronomía existe un objeto de estudio claramente determinado y este no se modifica a partir de fines humanos. En cambio, el objeto de las ciencias sociales es siempre un objeto histórico, es decir, que el propio conocimiento a que aspiramos, el conocimiento científico, es una realidad material (una práctica humana) que se modifica y cambia por la propia actividad de los que, produciéndola, hacen ciencia. De esta manera el conocimiento (...) es una realidad efectiva por la que los sujetos que lo aplican renuevan sus prácticas, repitiéndolas y, a su vez, innovándolas (reproducción), y el conocimiento se hace colectivo por el intercambio comunicativo (dialéctica) y por la experiencia de transformación del entorno, etc.”. (Piñuel Raigada, 1997)

Hace ya algunos años el campo académico de la comunicación era caracterizado por una “desarticulación múltiple” (Fuentes Navarro, 1992) cuyas consecuencias pueden reunirse en tres cuestiones: primera, que la investigación ha recorrido ciertos trayectos que casi nunca se han intersectado con los caminados por la docencia, y por ende tanto el conocimiento producido como el proceso de su producción difícilmente se han integrado en la formación de los comunicadores universitarios. Segunda, que el conocimiento –teórico y especialmente metodológico- desarrollado dentro y fuera de América Latina, no ha sido suficientemente confrontado en la práctica social por los profesionales de la comunicación, ni las profesiones han sido capaces de confrontarse con el conocimiento académico, sobre todo con el más estrictamente crítico. Ambas relaciones deberían cruzar el espacio de las escuelas de comunicación y parecen no hacerlo. En su lugar, si acaso, circulan las descalificaciones mutuas y las peleas ideológicas, reforzando la escisión “teoría-práctica”. Tercera, que la búsqueda de legitimación académica de la comunicación como disciplina autónoma, aislándola institucional y operacionalmente de las ciencias sociales (y de las naturales, y de las artes y de todo lo demás), ha llevado al efecto contrario: a la pérdida del impulso en la consolidación de especificidad disciplinaria y al reforzamiento de la tendencia a reducir el estudio universitario de la comunicación a la reproducción de ciertos oficios profesionales relativamente establecidos.

Debemos asumir que el campo académico de la comunicación no es campo homogéneo; por el contrario, es un campo heterogéneo. En este campo existen luchas de poder donde se juegan varios capitales y, por ende, en el que se presentan continuas tensiones y presiones del entorno. Esto nos lleva a presuponer que se presenta un escenario de luchas al interior de las universidades y de las facultades; luchas que derivan en diseños curriculares que se constituyen como apuestas académicas que asumen una postura frente a las realidades comunicativas y frente a la complejidad del entramado político y social.

Bajo la denominación “periodismo y comunicación” encontramos en el sistema universitario argentino un universo muy amplio y heterogéneo de carreras. Realizar una delimitación para la selección final de las carreras obliga a tomar ciertas definiciones con respecto a la conformación final del universo. Para esta selección final se tuvieron en cuenta los siguientes criterios:

- Examinación de la información proveída por tres fuentes: el Ministerio de Educación de la Nación, las propias universidades y los buscadores de carreras. En el caso de no coincidencia entre las fuentes se pasó a contactar a la universidad para despejar alguna posible inconsistencia.
- Se incluyeron carreras que en su denominación refieran a periodismo y/o comunicación y que su objeto de estudio principal refiera a fenómenos vinculados a estas dos disciplinas.
- Se excluyeron carreras que en su denominación refieran a periodismo y/o comunicación pero que en su objeto de estudio no tienen al periodismo y/o la comunicación como eje principal (por ej. “Seguridad en tecnologías de la información y comunicaciones” del Instituto Universitario de la Policía Federal Argentina o “Redes y tecnología” de la Facultad de Ciencia y Tecnología de la Universidad Autónoma de Entre Ríos).
- Se incluyeron sólo las carreras de grado categorizadas como “Licenciaturas” o carreras de 4 años de duración; por lo que se excluye de este listado los Ciclos de Complementación Curricular (CCC) dictados por algunas instituciones.

De esta forma las carreras de grado en periodismo y comunicación vigentes al año 2017 en Argentina son:

Tabla 5*Listado de carreras de grado en periodismo y comunicación en Argentina al año 2017*

CARRERA	UNIVERSIDAD
Ciencias de la Comunicación	Universidad de Buenos Aires
Comunicación Audiovisual con orientación en Realización de Cine, Video y TV	Universidad Nacional de La Plata
Comunicación Audiovisual con orientación en Investigación y Planificación	Universidad Nacional de La Plata
Comunicación Social con orientación en Periodismo	Universidad Nacional de La Plata
Comunicación Social con orientación en Planificación Comunicacional	Universidad Nacional de La Plata
Periodismo	Universidad Nacional de Avellaneda
Estudios de la Comunicación	Universidad Nacional de General San Martín
Comunicación Audiovisual	Universidad Nacional de General San Martín
Comunicación	Universidad Nacional de General Sarmiento
Comunicación Social	Universidad Nacional de La Matanza
Diseño y Comunicación Visual	Universidad Nacional de Lanús
Audiovisión	Universidad Nacional de Lanús
Comunicación Social	Universidad Nacional de Lomas de Zamora
Periodismo	Universidad Nacional de Lomas de Zamora
Comunicación Social	Universidad Nacional de Moreno
Comunicación Social	Universidad Nacional de Quilmes

Ciencias Sociales con orientación en Periodismo	Instituto Universitario ESEADE
Periodismo	Universidad Abierta Interamericana
Ciencias de la Comunicación	Universidad Argentina de la Empresa
Comunicación global	Universidad Argentina de la Empresa
Periodismo y Comunicaciones	Universidad Kennedy
Comunicación Social	Universidad Austral
Comunicación Digital e Interactiva	Universidad Católica Argentina
Comunicación Periodística	Universidad Católica Argentina
Comunicación Publicitaria e Institucional	Universidad Católica Argentina
Ciencias de la Comunicación	Universidad de Belgrano
Diseño y Comunicación Visual	Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales
Comunicación Social	Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales
Periodismo	Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales
Ciencias de la Comunicación	Universidad de Flores
Ciencias de la Comunicación	Universidad de la Marina Mercante
Comunicación Visual con orientación en Artes Visuales	Universidad del Cine
Comunicación Visual con orientación en Diseño Gráfico	Universidad del Cine
Comunicación Visual con orientación en Procesos Educativos	Universidad del Cine

Diseño y Producción en Comunicación Multimedial	Universidad de Morón
Periodismo	Universidad de Morón
Comunicación Audiovisual	Universidad de Palermo
Periodismo	Universidad de Palermo
Comunicación	Universidad de San Andrés
Comunicación Social	Universidad de San Isidro
Periodismo	Universidad del Salvador
Periodismo	Universidad Maimónides
Comunicación Social	Universidad Metropolitana de la Educación y el Trabajo
Comunicación Social	Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires
Periodismo	Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires
Periodismo	Universidad Católica de La Plata
Comunicación Social	Universidad FASTA
Periodismo	Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires
Comunicación	Universidad Salesiana
Comunicación Social	Universidad Nacional de Entre Ríos
Comunicación Social	Universidad Nacional de Rosario
Comunicación Social	Universidad Adventista del Plata

Ciencias de la Comunicación	Universidad Católica de Santa Fe
Periodismo	Universidad de Concepción del Uruguay
Comunicación Social	Universidad Nacional de Córdoba
Medios Audiovisuales y Digitales	Universidad Nacional de Rafaela
Comunicación Social	Universidad Nacional de Rio Cuarto
Ciencias de la Comunicación	Universidad Nacional de Rio Cuarto
Ciencias de la Comunicación	Universidad Nacional de Villa María
Comunicación Social	Universidad Nacional de Villa María
Comunicación Institucional	Universidad Blas Pascal
Comunicación Audiovisual	Universidad Blas Pascal
Periodismo y Nuevos Medios	Universidad Blas Pascal
Periodismo	Universidad Empresarial Siglo 21
Comunicación Social	Universidad Nacional de Cuyo
Comunicación Social	Universidad Nacional de La Rioja
Comunicación Social	Universidad Nacional de San Luis
Periodismo	Universidad Nacional de San Luis
Comunicación Social	Universidad Nacional de San Juan
Comunicación Social	Universidad Nacional de Chilecito

Comunicación	Universidad de Congreso
Comunicación Social	Universidad Juan Agustín Maza
Diseño y Comunicación Visual	Universidad Gastón Dachary
Comunicación Social	Universidad Nacional de Misiones
Comunicación Social	Universidad Nacional del Nordeste
Comunicación Social	Universidad Nacional de Jujuy
Ciencias de la Comunicación	Universidad Nacional de Salta
Comunicación social	Universidad Nacional de Salta
Periodismo	Universidad Nacional de Santiago del Estero
Ciencias de la Comunicación	Universidad Nacional de Tucumán
Comunicaciones Sociales	Universidad Católica de Salta
Periodismo	Universidad Católica de Salta
Comunicaciones Sociales	Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino
Periodismo	Universidad de San Pablo Tucumán
Comunicación Social	Universidad Nacional de La Pampa
Comunicación Social	Universidad Nacional del Comahue
Comunicación Social	Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco
Comunicación Audiovisual	Universidad Nacional de la Patagonia Austral

Comunicación Social	Universidad Nacional de la Patagonia Austral
Medios Audiovisuales	Universidad Nacional de Tierra del Fuego
Comunicación Social	Universidad Nacional de Rio Negro

Nota. Elaboración propia.

De esta enumeración se concluye que existe una oferta de 91 carreras de grado en periodismo y comunicación que se dictan en 67 instituciones universitarias. Este dato refleja que en el 52% de las universidades argentinas se dictan carreras de periodismo y/o comunicación.

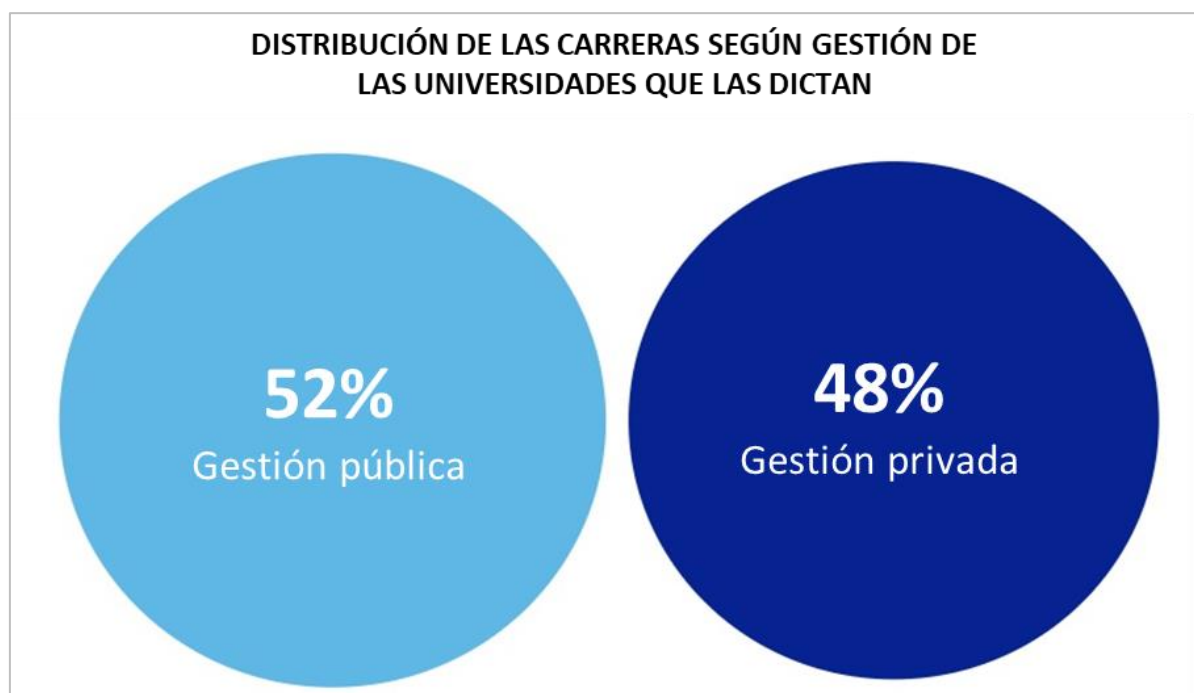


Figura 2. Sector de gestión de las instituciones universitarias donde se dictan las carreras.

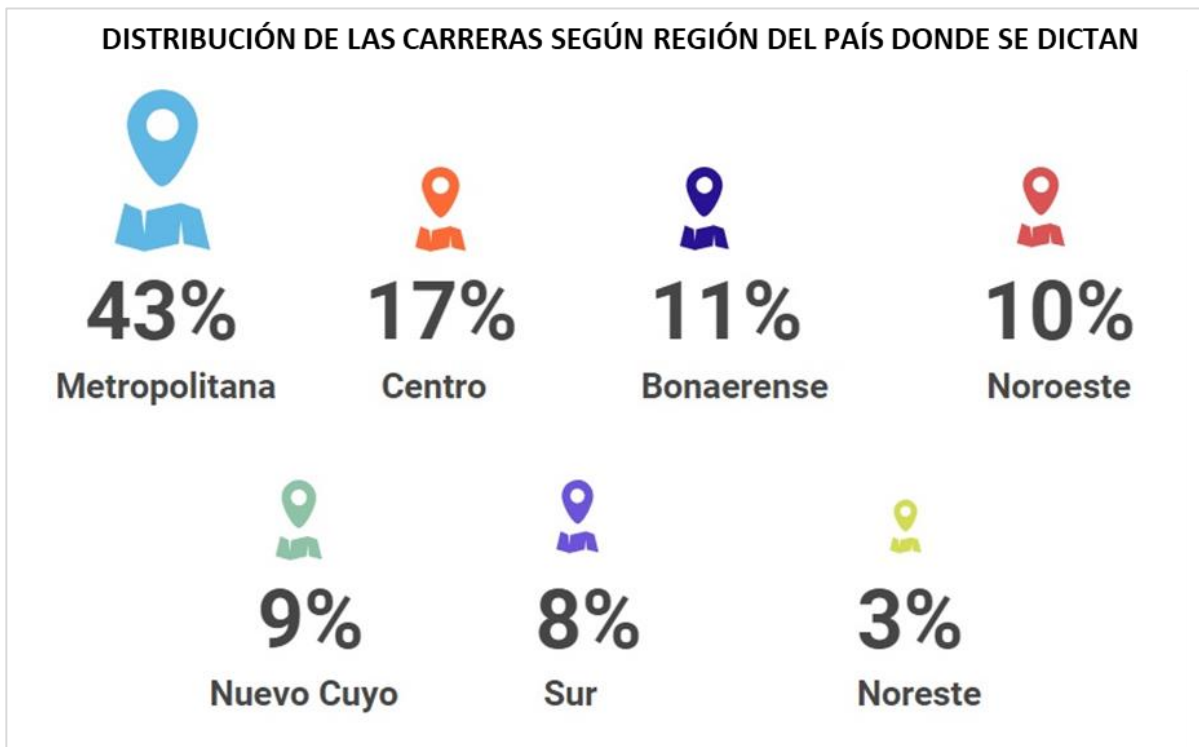


Figura 3. Región del país en la que se dictan las carreras.

Existe una pronunciada concentración de las carreras en el área metropolitana del país. Sumando la región metropolitana con la bonaerense se desprende que más de la mitad de las carreras del país se dictan entre Buenos Aires y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Respecto a la unidad académica donde se dicta la carrera, en esta variable de clasificación es donde encontramos mayor diversidad de criterios. No son mayoría las universidades que cuentan con una “Facultad de Periodismo y Comunicación” o “Facultad de Periodismo y Comunicación Social”. El 23,1% de las carreras (21) se ubican orgánicamente y académicamente bajo el paraguas de una Facultad de Periodismo y Comunicación. ¿Corresponden las carreras de periodismo y comunicación al campo de las ciencias sociales o al campo de las humanidades? Por lo que refleja el listado final de carreras esta pregunta no tiene una respuesta certera dentro del sistema universitario. Además de las carreras que se encuadran en una Facultad de Periodismo y Comunicación Social, un 18,7% de las carreras se ubican en Facultades de Ciencias Sociales, otro 15,4% en Facultades de Humanidades y otro 7,7% en lo que universidades han decidido denominar Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

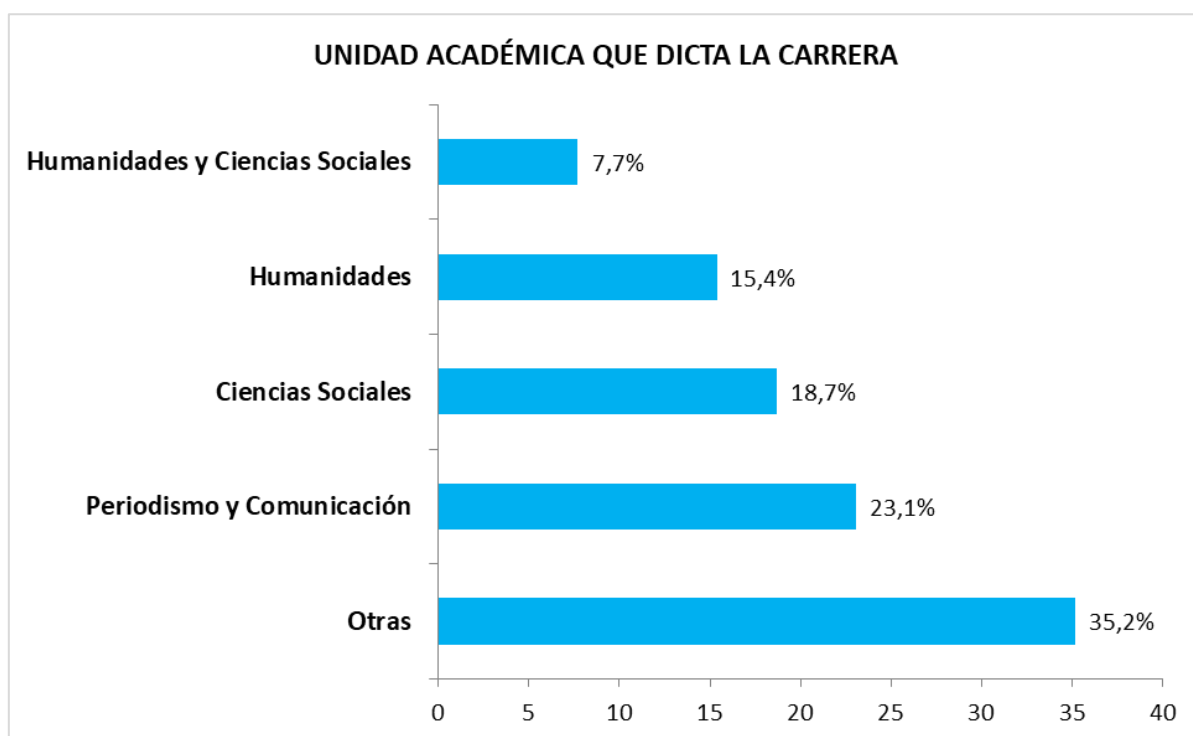


Figura 4. Unidad académica que dicta la carrera.

Poco más de un 35% de las carreras pertenece a unidades académicas con otra denominación como ser Bellas Artes, Derecho y Ciencias Sociales, Psicología y Ciencias Sociales, Diseño y Comunicación, Cultura y Comunicación, Educación y Comunicación o Ciencias Políticas y Sociales.

Como ha planteado Fuentes Navarro (1992) en su análisis histórico de las carreras de comunicación, la evolución de las carreras ha transitado desde una respuesta a las necesidades de los propietarios de los medios de la época con formación enfocada en un periodista que domine las tareas técnicas específicas, pasando al proyecto de ciencias de la comunicación con un comunicador como intelectual como actor principal, hasta el modelo del “comunicólogo”, como científico social. En el listado de las carreras vigentes vemos que los tres modelos atraviesan la denominación de las carreras aún en la actualidad y a más de ochenta años de la creación de la primer Escuela de Periodismo. Algunas universidades comenzaron dictando la carrera de periodismo para luego mutar hacia la comunicación en años posteriores; otras mantienen la denominación desde su origen; otras dictan tanto periodismo como alguna variante de la comunicación; y otras se crearon ya con denominaciones que no se encontraban en años pasados (por ej. “Periodismo y nuevos

medios” de la Universidad Blas Pascal, o “Medios audiovisuales y digitales” de la Universidad Nacional de Rafaela”).

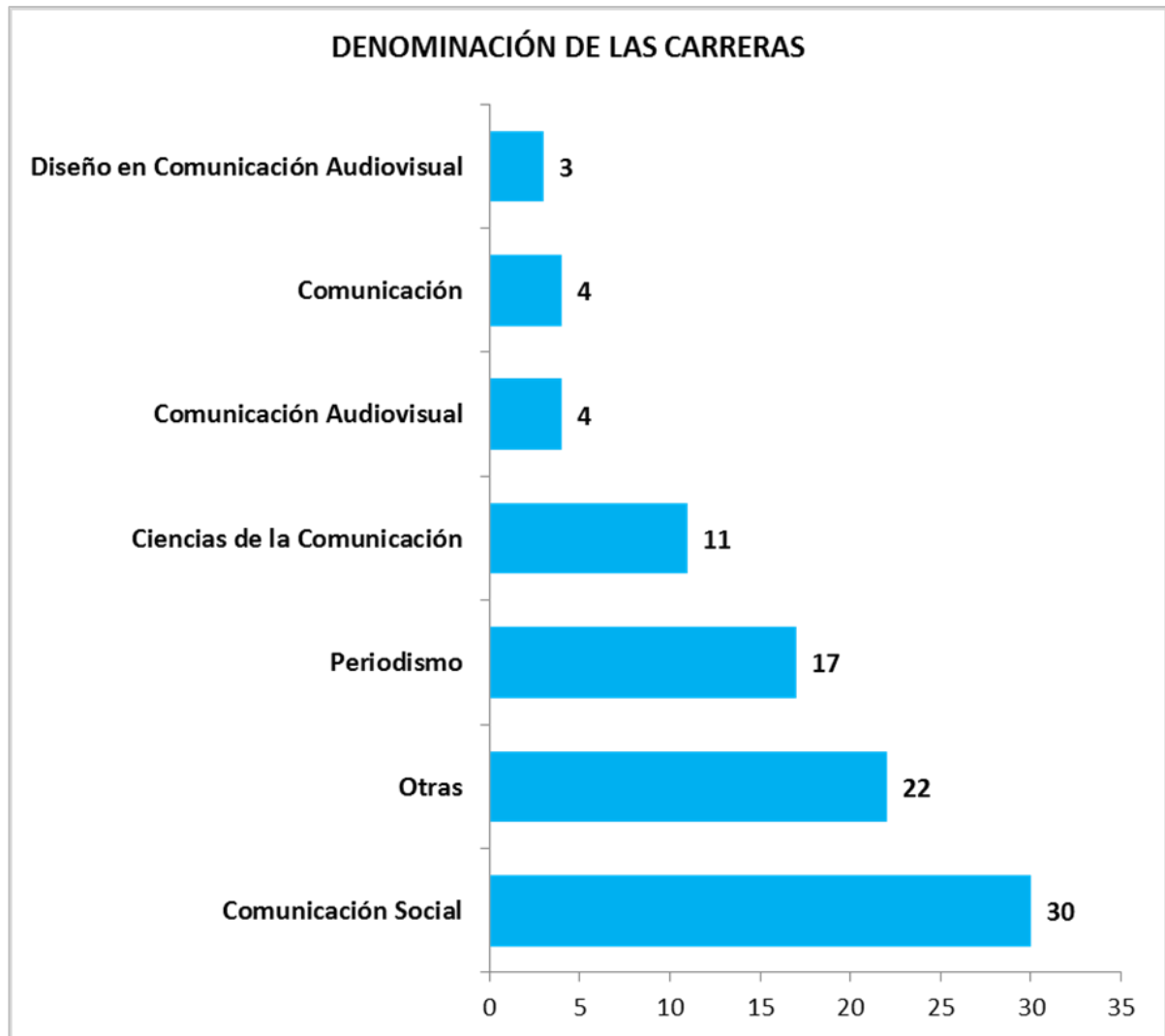


Figura 5. Cantidad de carreras por denominación.

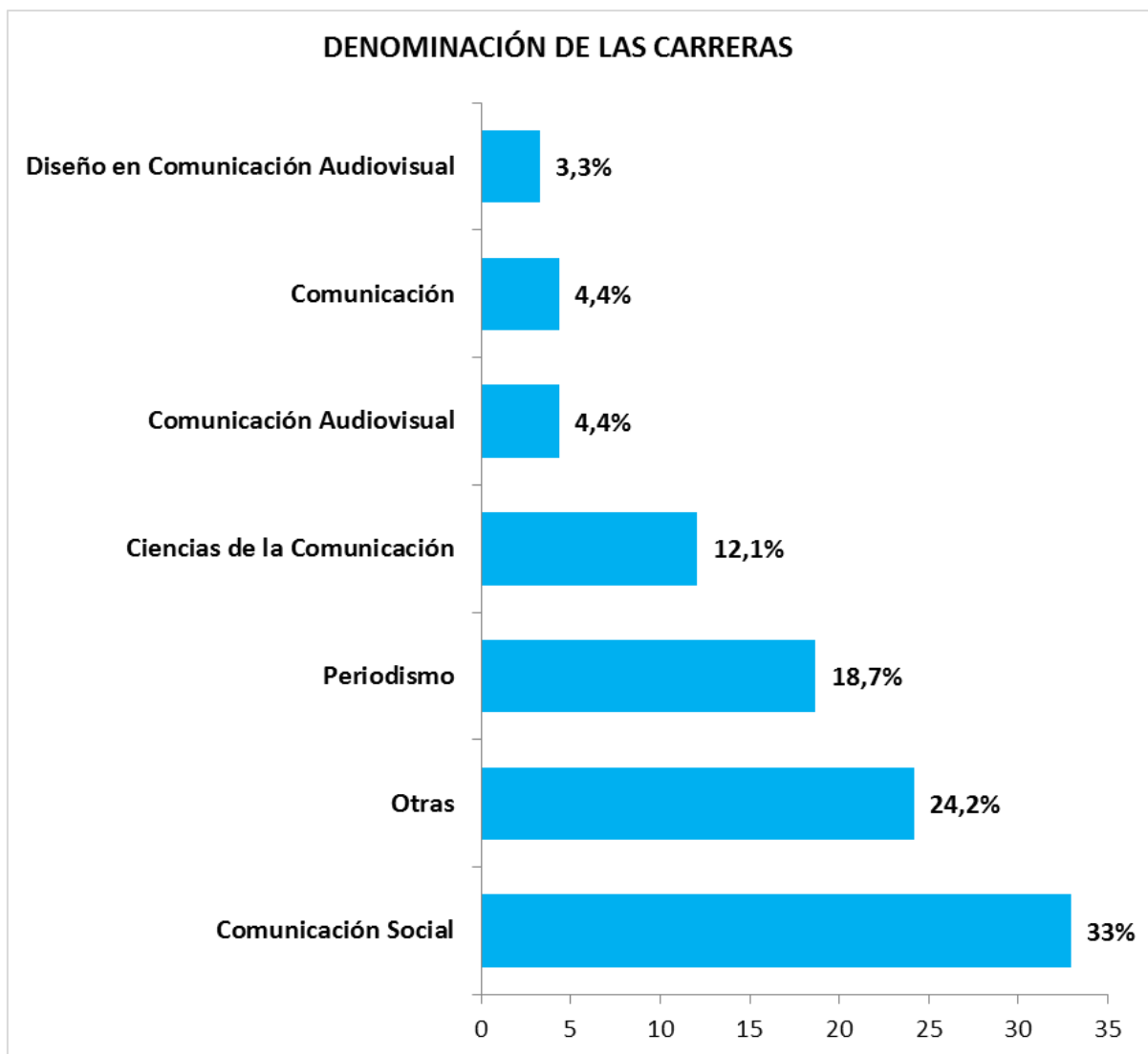


Figura 6. Distribución de las carreras según denominación. (%)

Como vemos en los gráficos precedentes, la denominación Comunicación Social predomina entre las denominaciones con 30 carreras que representa un tercio del universo, seguida por Periodismo con 17 carreras (18,7%) y Ciencias de la Comunicación con 11 carreras (12,1%). Si a estos valores le sumamos la denominación Comunicación, podemos destacar que casi 7 de cada 10 carreras de periodismo y comunicación (68,2%) responden a denominaciones que podemos definir como tradicionales.

Es interesante destacar en este apartado que de las 47 carreras que se dictan en universidades estatales, 23 de ellas (el 48,9%) corresponden a la denominación “Comunicación Social”, mientras que en las privadas predomina la categoría “Otras denominaciones” con un 31,8%. Las universidades privadas han priorizado desde la década de los noventa la implementación de denominaciones “originales” o diferentes a las tradicionales, principalmente como

estrategia de captación de nuevos alumnos que encuentren en dichas carreras algo novedoso o “moderno” para competir en el mercado laboral.

Muchos autores e investigadores que han puesto en foco la formación de grado en periodismo y comunicación han coincidido con los tres modelos históricos planteados por Fuentes Navarro, aquel que nacía en formación de periodistas, pasaba por las ciencias de la comunicación y finalizaba en los “comunicólogos”. Si cotejamos estos tres modelos con la realidad de la formación en periodismo y comunicación en Argentina, vemos que en la denominación de las carreras se reproducen estos tres modelos de forma mayoritaria. La mayor proporción de carreras (30), denominadas Comunicación Social refieren al tercer modelo, el del “comunicólogo” como científico social; 17 carreras responden a la denominación más antigua y asociada al primer modelo de formación –el “de periodistas”-; y otras 11 se presentan como Ciencias de la Comunicación coincidiendo con el modelo trazado por el jesuita José Sánchez Villaseñor, el del comunicador como intelectual.

Los años posteriores a este planteamiento de modelos no han reflejado la aparición de características claramente expuestas que permitan la presunción de la aparición de un cuarto modelo de formación. Los cambios en las denominaciones responden más a la lógica de mostrar cierta originalidad y creatividad con el mero fin de una estrategia de captación de nuevos alumnos; principalmente en el subsistema de las universidades privadas que constantemente pugnan por aumentar su matrícula y, también, de algunas universidades estatales que buscan, por un lado, las menos antiguas mostrar una oferta académica acorde a las tendencias de la época y, por otro, las más antiguas actualizarse y sumar nuevas carreras sin desprenderse de las clásicas Periodismo, Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social.

Hace ya más de veinte que años que se plantean desafíos en la formación de periodismo y comunicación y que, fácilmente en algunas ocasiones pueden confundirse entre viejos y nuevos. Ya en los años noventa Guillermo Orozco (1990) definía cuatro desafíos de las escuelas de comunicación como base de una propuesta de renovación metodológica en el contexto de un replanteamiento de la relación universidad-sociedad. En primer lugar el desafío de legitimación académica del campo de la comunicación dentro de las ciencias sociales y las humanidades, como carrera universitaria y como profesión socialmente relevante. En segundo lugar estaba el desafío de la consolidación universitaria del estudio de

la comunicación, en el contexto de la relación universidad-sociedad y de la significación del trabajo académico.

“El trabajo universitario no es, ni puede ser, como el que se efectúa en las instancias del Estado o del Gobierno, orientado por las pugnas de intereses políticos, aún en el mejor sentido de la “polis” o de lo estrictamente público; tampoco como el que se realiza en los sectores productivos, que cada vez tienen menos que ver con el anacrónico concepto de “iniciativa privada”, ya que resultan quizás más públicos que las iniciativas gubernamentales al estar orientados por el afán de lucro y la competencia por el mercado”. (Guillermo Orozco, 1990)

Es necesario sostener que la lógica de la universidad no puede ser ajena ni estar desvinculada de las lógicas de otras instituciones sociales, pero tampoco puede subsumirse a ninguna de ellas. El tercer desafío se ubica en la recuperación de las articulaciones mutuas entre la formación universitaria y las prácticas profesionales, cuya divergencia es cada vez mayor. Por último, el cuarto desafío y nunca resuelto tema de los recursos, especialmente a la docencia de comunicación en las universidades.

Muchos eran y son los retos que se plantean a futuro para el campo de la comunicación. Uno de los principales seguramente pasará por el hecho de que el mundo académico pueda “pensar a la sociedad desde la comunicación” para evitar que quienes se adueñan de las herramientas comunicacionales modernas realicen el trabajo de pensar por la sociedad desde la comunicación. No sólo es necesario entender lo proveniente de los países hegemónicos, sino también lo que, desde la base de nuestras propias identidades, media nuestra posición en el mundo. De ahí la importancia de afirmar y extender el criterio de pertinencia social del trabajo académico; que ha sido una preocupación constante de investigadores latinoamericanos pioneros como Mattelart, Pasquali, Verón y Freire. A fin de poder “pensar la sociedad desde la comunicación”, Martín Barbero señala uno de los retos más sugerentes para el estudio universitario de la comunicación en América Latina:

“Colocada en el centro de la reflexión filosófica, estética y sociológica sobre la crisis de la razón y la sociedad moderna, la problemática de la comunicación desborda hoy los linderos y los esquemas de nuestros planes de estudio y de nuestras investigaciones. El campo que hasta hace poco acotaban con nitidez las demarcaciones académicas ya no es más el campo de la comunicación. Nos guste o no, otros desde otras disciplinas y otras preocupaciones hacen ya parte de él.

Necesitamos asumir el estallido y rediseñar el mapa de las preguntas y las líneas de trabajo. Pero al mismo tiempo la crisis económica y el desconcierto político hacen más fuerte que nunca la tentación involutiva en nuestros países”. (Martín Barbero, 1992: 31)

Resultará interesante en el camino de este trabajo indagar acerca si estas tensiones y estos desafíos planteados hasta aquí encuentran alguna respuesta en la formación de posgrado en periodismo y comunicación. La oferta académica de grado en periodismo y comunicación en nuestro país con 91 carreras nos lleva a decir que ese segundo desafío planteado hace más de veinte años por Orozco –de consolidar el estudio universitario de la comunicación- se ha cumplido. Contamos con una oferta consolidada de carreras de grado que empuja al sistema universitario argentino a promover niveles más altos de formación como lo son las especializaciones, las maestrías y los doctorados. Un interrogante a revelar será si la oferta de posgrados reproduce este modelo de formación de grado otorgando simplemente títulos de un nivel superior; o si encontramos particularidades y patrones que permiten establecer un modelo propio y local de formación de posgrado en periodismo y comunicación.

La consolidada oferta de carreras de grado resulta en una inevitable cantidad de graduados que -a expensas de las demandas del mercado laboral o de una vocación de profundizar su formación o iniciar una carrera de investigador- demandan nuevos y más altos niveles de formación. Una de las hipótesis podría ser pensar que de esta demanda nace el fenómeno de explosión de carreras de posgrado: nuevas especializaciones, nuevas maestrías y nuevos doctorados.

UN POCO DE HISTORIA SOBRE LOS POSGRADOS

Distintas investigaciones se han centrado en el estudio de las carreras de posgrado en Argentina en tanto fenómeno complejo y por sobre todo, con características novedosas en la coyuntura nacional en general y en el sistema universitario en particular.

En relación a sus principales objetivos de estudio, hay tres grandes áreas de abordaje. En primer lugar las investigaciones que se propusieron indagar las principales características del sistema de posgrados en el país, en tanto fenómeno novedoso para el sistema universitario argentino pero en consonancia directa con las tendencias que se desarrollaban internacionalmente, transformando las visiones sobre la educación superior. En este grupo se incluyen los trabajos realizados por Barsky (2010), Dávila (2010), Luchilo (2010), Lvovich (2010), González Enders (2010), García de Fanelli (2001), De la Fare y Lenz (2010), Fernández (2010) y Wainerman (2018).

En segundo lugar, las investigaciones que se aproximaron al fenómeno de los posgrados en Argentina y América Latina analizando la oferta de carreras para cierto campo del conocimiento o disciplinas específicas. Tal es el caso de Gentili y Saforcada (2010) sobre la oferta de posgrado en ciencias sociales en América Latina y el Caribe. O el trabajo de García de Fanelli sobre posgrados en ciencias sociales y políticas públicas en Argentina y México. También el estudio realizado por González Carella, Pérez y Hammond (2014) dedicado a los posgrados en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

Por último y en tercer lugar, las investigaciones concretas que, al igual que el presente análisis, abordaron posgrados en periodismo y comunicación en nuestro país y América Latina. Se analizaron los trabajos de Fuentes Navarro (1997, 1999, 2012, 2014), Bustamante Farías (2004) y Vázquez (2012). El segmento de carreras de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina sigue siendo un área vasta para explorar y conocer.

En el marco del primer grupo antes mencionado, es sumamente necesario remarcar que los trabajos más referenciados en relación al estudio de los posgrados en Argentina son los de Barsky y Dávila. Son autores de trayectoria investigativa sobre el desarrollo de las carreras de posgrado en nuestro país, planteando sus características generales, sus problemas recurrentes y los principales desafíos del sistema.

Barsky y Dávila reconocen que el crecimiento de la oferta de posgrados es un fenómeno internacional que responde a diversas transformaciones que se fueron dando en el ámbito de la educación superior. El desarrollo científico y tecnológico y los cambios del conocimiento transforman los sectores económico - productivos impactando directamente en el sistema educativo. Los sectores productivos demandan nuevos conocimientos y van constituyendo el sistema nacional de posgrados con una oferta de carreras diversas, heterogéneas y en permanente crecimiento (Barsky y Dávila, 2010).

Teniendo en cuenta el sistema de educación superior argentino en clave internacional, Dávila analizó cuatro grupos de tendencias que tiñeron la Educación Superior a nivel internacional, como así también sus repercusiones en América Latina y las modalidades que fueron asumiendo en la región. Reconoció las transformaciones de los sistemas nacionales de educación; la internacionalización de la Educación Superior; las transformaciones en la enseñanza, la investigación y su vinculación con el sector productivo y, finalmente, los procesos de evaluación y acreditación de la calidad (Barsky y Dávila, 2010: 17).

Si bien existe un espectro amplio de transformaciones vinculadas a las tradiciones educativas nacionales de los diferentes países de la región, Dávila reconoce que es posible diferenciar algunos aspectos comunes que fueron dando lugar a tendencias vinculadas a la configuración de nuevos sistemas de educación superior propios de la modificación del vínculo entre estado, sociedad y universidad. Refiere puntualmente al desplazamiento de la educación superior desde el ámbito académico y del Estado hacia el ámbito del mercado.

Evoca a la década de 1960 y a las diferentes estrategias que los países fueron desarrollando para dar respuesta al crecimiento de la demanda de educación superior, con los objetivos de atender la expansión de la matrícula de la educación media, los mayores requerimientos de formación de los sectores productivos y la disminución del sector público como principal empleador, entre otros. La universidad tradicional entró en crisis al no poder responder al incremento de la demanda estudiantil y por sobre todo a los requerimientos de los sectores productivos.

Ante esta situación Dávila retoma a Brunner (2005) para recuperar las estrategias llevadas adelante, tales como el aumento de instituciones universitarias (estatales y privadas), la privatización y la diversificación de los sistemas de educación superior, dando lugar a un sistema binario, por un lado, donde la oferta académica se organizó según las instituciones: las carreras tradicionales fueron ofrecidas por las instituciones universitarias y las carreras

cortas (sobre todo con orientación técnico-profesional) por las instituciones no universitarias, y un sistema integrado por otro lado, donde se desarrollaron reformas al interior de las universidades para empezar a ofrecer carreras cortas. Más allá de los diferentes debates que se abrieron al respecto, Dávila enfatiza la diversificación que se genera en la producción del conocimiento para el desarrollo productivo, económico y social, en entornos cada vez más complejos en la medida que también favorece la pluralidad, la libertad de enseñanza y la proliferación de distintos enfoques (Barsky y Dávila, 2010: 22).

En relación a las tendencias de internacionalización de la educación superior la autora menciona que gracias a la articulación e integración entre los diferentes sistemas nacionales (producto de un alto grado de coordinación entre gobiernos e instituciones, la participación activa de las comunidades educativas y el desarrollo de sistemas de información y de aseguramiento de la calidad -a través de la acreditación institucional y de carreras-) fue posible la movilidad de estudiantes, académicos y profesionales por un lado, y la expansión de la oferta académica transnacional por el otro.

Estrechamente vinculado con esta tendencia la autora hace hincapié en las transformaciones en la enseñanza, la investigación y la vinculación con el sistema productivo que se dieron a nivel de posgrado. El desarrollo científico y tecnológico de la sociedad de la información y el impacto de los Tecnologías de la Información y la Comunicación, como así también las transformaciones propias de un contexto globalizado, a nivel social, económico y en los mercados laborales, con la migración de trabajadores y la reconfiguración de las ocupaciones, plantearon nuevas demandas a los sistemas educativos, transformando los programas de enseñanza, flexibilizando los planes de estudio, creando nuevas carreras para promover una articulación sinérgica con el mundo del trabajo, donde las prácticas laborales fomentan determinada formación profesional y continua. En el caso de los posgrados las transformaciones se materializaron en la aparición de nuevas disciplinas, la especialización, la transdisciplinariedad y la internacionalización a través de la oferta virtual. (Barsky y Dávila, 2004). A esta idea también se acercaron Gonzalez Carella, Pérez y Hammond, en el estudio que se citará en próximas páginas y que postula que las universidades en general y su oferta de posgrado en particular, ocupan un lugar clave en la formación de “la sociedad del conocimiento” que requiere de distintos saberes cada vez más especializados y complejos, en un contexto globalizado.

Incluso fue tema de investigación de Luchilo (2010) al analizar la relación entre el crecimiento de la oferta de posgrados y los programas de apoyo en los principales países de la región. Si bien esta relación fue muy distinta teniendo en cuenta la especificidad de cada país (mientras que en Brasil las políticas de apoyo organizaron y marcaron el ritmo de crecimiento de la oferta de posgrado, en México y Argentina el crecimiento expansivo de los posgrados desbordó y condicionó las políticas al respecto), el desarrollo de programas de apoyo pudo deberse a un principal factor común: el impacto de una agenda internacional de política científica atenta a reducir la escasez de recursos humanos altamente calificados.

Las concepciones predominantes sobre la “sociedad del conocimiento”, la “economía del aprendizaje” o la economía “basada en el conocimiento” (Lundvall, 1996, Godin, 2003), más allá de diferencias de abordaje o de énfasis, coinciden en destacar la necesidad de contar con un conjunto cada vez mayor de personas talentosas y creativas (Luchilo, 2010: 15).

Por su parte, Daniel Lvovich analizó los dispositivos de apoyo de iniciativa estatal a la formación de posgrado en Argentina. Partió por reconocer el crecimiento significativo pero carente de planificación de la oferta de posgrado (idea a la que hizo referencia también Luchilo), dando lugar a un sistema heterogéneo en cuanto a estructura y calidad. Uno de los factores determinantes de dicha situación tiene que ver con la ausencia de financiamiento público sistemático a partir de lo cual las carreras deben costearse con los ingresos propios de los aranceles de los alumnos. Esta realidad impactó directamente en el perfil y cantidad de estudiantes y se volvió contradictorio a la formación de los recursos humanos de alto nivel requeridos para el desarrollo científico, académico y productivo de la Argentina (Lvovich en Luchilo, 2010).

En este marco, el Lvovich se concentró en analizar la oferta de posgrado y las iniciativas de apoyo con financiamiento estatal, principalmente los programas de becas que se desarrollaron entre 2005 y 2006 siendo promovidos por CONICET, la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica y las universidades nacionales, entre otros.

Paralelamente, en clave nacional, y en el marco del crecimiento de las carreras de posgrado en Argentina en la década del 90 como uno de los efectos novedosos de las políticas de modernización de la universidad, Leonardo Fernández continuó con los estudios sobre posgrados en Argentina iniciado por Barsky (1995) y Dávila (2004), registrando y sistematizando la oferta de posgrados que para 2007 las instituciones universitarias

publicaron en sus sitios web. Su trabajo fue considerado por continuar la investigación de las carreras de posgrado reflejando los movimientos más pertinentes del sistema en el periodo.

Recopiló los posgrados de 84 instituciones universitarias (39 del sistema estatal y 45 del privado) y los sistematizó en función a tres variables clave: la modalidad de gestión, el tipo de programa y el campo disciplinario, teniendo en cuenta adicionalmente la cantidad de estudiantes y egresados. La primera gran observación que se desprende de su estudio es que si bien la oferta de posgrado se triplicó en el periodo 1994-2007, entre los años 2002-07 disminuyó respecto de 1994-2002. Fernández observó que dicha disminución podría dar indicio de la maduración del sistema o del estancamiento de la oferta.

Según su estudio el aumento total de posgrados en el periodo de análisis fue del 235%. En este marco el mayor incremento se registró en los posgrados en las Ciencias de la Salud en un 465%. Los posgrados del sistema estatal han crecido a una tasa mayor, representando el 65,3% en 1994 y el 77,9% en 2007.

Respecto de los campos disciplinarios, el único que aumentó significativamente en el periodo analizado fue el de Ciencias de la Salud. En las Ciencias Sociales los cambios significativos en el periodo se relacionan a que el 67% de la oferta proviene del sector estatal. En el sector privado se mantuvo la preponderancia de las Ciencias Sociales, aportando el 45% de los posgrados.

Las especializaciones han sido las carreras con mayor incremento en este sector, representando el 51,9% de la oferta (35,4% maestrías y 13,5% doctorados). Según Fernández dicho aumento podría entenderse a que es la respuesta más rápida de las universidades a la demanda de profesionales del sector productivo, y en consecuencia con las tendencias internacionales de cambios en la enseñanza y su vinculación con el sistema productivo tal como mencionaba Dávila.

A esta última idea también suma su visión García de Fanelli enfatizando que el desarrollo del nivel de posgrado entre 1982 y 1997 reforzó el carácter profesional de la universidad argentina. En su trabajo especifica que las áreas del conocimiento cuya oferta creció mayormente incluyen las disciplinas profesionales más características de la universidad: abogacía, medicina, ingeniería, arquitectura.

Si bien la oferta de posgrados aumentó en el periodo estudiado, los doctorados decrecieron porcentualmente: en 1982 representaban el 48,2% de la oferta y para 1997 pasaron a

representar el 21,8%. Mientras que las maestrías y las especializaciones crecieron exponencialmente (sobre todo estas últimas): de una maestría en 1982 se pasó a contar con 408 en 1997 (representando 38,9% de la oferta), y las especializaciones pasaron de 93 (22%) a 369 (35,1% de la oferta). García Fanelli refuerza la idea de que las especializaciones y las maestrías pueden indicar el grado de profesionalización de las disciplinas que forman parte de las distintas áreas del conocimiento.

En este plano también es importante retomar el estudio de De la Fare y Lenz (2010), que se concentró en la expansión de carreras de posgrado en Argentina en el periodo 1995-2009 y las características de la oferta, teniendo en cuenta el crecimiento cuantitativo de carreras por niveles (doctorados, maestrías y especializaciones), los tipos y sector de gestión de las instituciones universitarias que generaron las carreras, la distribución territorial de las mismas, y sus correspondientes categorizaciones y titulaciones. Su trabajo es relevado en estas páginas por considerarse un intento de descripción e interpretación no sólo del contexto en el que se genera la expansión de carreras en Argentina sino, y principalmente, por concentrarse en la sistematización y caracterización de la oferta de posgrado en el periodo 1995-2009.

Las autoras sostienen que el crecimiento explosivo de la oferta de carreras de posgrado se ha dado, por un lado, a partir de profundas transformaciones ocurridas en el país en la década del 90, marcadas por una metamorfosis del Estado que incluyó, entre otras cuestiones, la reorganización interna, la composición del presupuesto y el desprendimiento y transferencia de los servicios educativos a las provincias. Por otro lado, a partir de las políticas de educación superior asociadas a dos cuestiones clave: la mercantilización de los servicios educativos en consonancia con tendencias internacionales al privatismo y la mercadización que profundizaron el proceso de hibridación estatal/privado del sistema; y la modernización de las universidades que dieron lugar a nuevos modos de gestión y financiamiento. Un aspecto relacionado a esto último tiene que ver con la Ley N°24.521/95 de Educación Superior que estableció la posibilidad de que las universidades nacionales pudieran generar recursos adicionales a los aportes del Tesoro Nacional, con lo cual la oferta de posgrado comenzó a ser comprendida dentro de la venta de servicios y se diferenció del criterio de gratuidad propio de la oferta de grado. La ley además estableció a las universidades la exclusividad para otorgar los títulos de magíster y doctor e introdujo al sistema universitario la evaluación y acreditación de carreras a partir de la creación de la CONEAU.

Sin embargo, de la Fare y Lenz observan que el crecimiento de carreras de posgrado reprodujo y fortaleció ciertas características de la tradición universitaria, como por ejemplo, el predominio de carreras y matrícula en el sector de gestión estatal (a pesar de su arancelamiento), la orientación profesionalizante de una gran mayoría de posgrados y la concentración de las carreras en la región metropolitana.

Su estudio aporta datos interesantes sobre el crecimiento teniendo en cuenta diferentes perspectivas. Por un lado en relación al crecimiento de la oferta según el tipo de carreras. A diferencia de la primera mitad de los años 90 donde el crecimiento de la oferta tuvo lugar a partir de la incorporación de maestrías, en el periodo 1995-2009 el aumento significativo se registró en las especializaciones que pasaron de representar el 38% en 1995 al 50% de la oferta en 2009 (observando el mayor crecimiento en el campo de las Ciencias de la Salud) y de las maestrías que se expandieron del 31% al 35 % respectivamente. Para los doctorados la tendencia fue a la inversa, ya que disminuyeron del 31% al 15% en 2009 (de la Fare y Lenz, 2010: 10).

Por otro lado, las autoras observaron que el fuerte crecimiento se dio en carreras del sector de gestión estatal. Para 1995 el 65% de los posgrados (518 carreras) correspondía a este sector (Barsky, 1995) conformado por 58 instituciones universitarias, mientras que en 2009 representaban el 73% (1.344 carreras) ofertadas por 85 instituciones universitarias. En este sector, la concentración de carreras se da principalmente en las universidades nacionales más antiguas, como la Universidad de Buenos Aires (14,4% de la oferta), la Universidad Nacional de Córdoba (12,9%), la Universidad Nacional de Rosario (6%) y la Universidad Nacional de La Plata (4,9%) (de la Fare y Lenz, 2010: 11).

Otro dato interesante que aporta su investigación en relación al sector de gestión es que en algunos campos la oferta estatal supera el 70%, incluso en las Ciencias Exactas y Naturales llega a ser el 100%, mientras que en las Ciencias Sociales la participación del sector privado es algo mayor.

Por último, su estudio observa una distribución desigual de carreras de posgrado en el país, marcando una fuerte concentración en el área metropolitana que en 2009 aglutinaba más del 40% de la oferta, donde alrededor del 50% de las carreras pertenecían al campo de las Ciencias Sociales y Ciencias de la Salud. Le sigue en importancia la concentración en la región centro-oeste con el 24,3%.

Finalmente, Catalina Wainerman abordó el crecimiento de los doctorados en Argentina. En línea con lo señalado anteriormente sobre los cambios en el sistema universitario nacional y la explosión de posgrados durante la década del 90 en Argentina y América Latina, la investigadora resaltó el acento en la evaluación de la educación superior con la expansión de los mecanismos institucionales de impulso a la investigación y la creación de organismos de control y acreditación de las universidades y programas. La creación de la Secretaría de Políticas Universitarias en Argentina y el desarrollo de un sistema de información universitario evidenció el desarrollo y evaluación de la calidad de los posgrados.

Dicho movimiento contribuyó a la demanda exponencial de magister y doctores entre los docentes universitarios por un lado y en el mercado laboral por el otro. El crecimiento de la oferta de posgrados y de la demanda de la matrícula es relacionado por la autora con el vínculo entre conocimiento y economía propio de la “sociedad del conocimiento” (Castells, 1997) que tomó relevancia a partir de los 70.

Retomó a Marquis y a De Miguel para afirmar que “en el país hay poca información consistente y confiable sobre los posgrados” (Marquis, 2009: 39). Por tal motivo orientó su estudio a producir información estadística válida y confiable, analizando la trayectoria individual de estudiantes de seis cohortes (2001 a 2006) de 18 doctorados en ciencias sociales y humanas y 11 de ciencias naturales y exactas, de universidades públicas y privadas del área metropolitana de Buenos Aires. Teniendo en cuenta la graduación y el tiempo destinado se propuso medir la eficiencia de los doctorados para poder identificar además cuáles son los factores de la deserción o determinar los factores institucionales, curriculares o de condiciones de estudio que podrían ser los responsables de las diferencias de productividad.

Según su estudio la oferta total de posgrados en el país pasó de 793 a 2.098 en el periodo 1994-2014. Si bien el incremento fue diferencial según el tipo de posgrado (máximo en las especializaciones, intermedio en las maestrías y mínimo es los doctorados, datos provistos incluso por las investigaciones de Fernández y de la Fare y Lenz) la tendencia en el periodo fue de alza. Según datos publicados por la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria, para 2018 en Argentina existían 3168 carreras de posgrado acreditadas: 453 doctorados, 1059 maestrías y 1656 especializaciones.

Otro de los resultados que obtuvo es que las tasas de graduación globales (resultado de la cantidad de graduados y de admitidos en un determinado período de tiempo) de doctores en Argentina y en el mundo están lejos de ser satisfactorias. Varían entre 9% y 100% pero hay

diferencias sistemáticas entre campos disciplinarios. En los doctorados de ciencias duras las tasas de graduación se ubican entre el 45% y el 100%, mientras en los de ciencias blandas, entre 9% y 100%. Pero además, los doctorados de ciencias duras son más eficientes porque más allá del mayor porcentaje de graduación, la mayoría de los doctorandos completa los programas en el marco de los tiempos establecidos por los reglamentos.

Indagó sobre las posibles características disciplinares que podrían influir en los niveles de eficiencia de los doctorados estudiados, siguiendo las categorías de análisis propuestas por Becher (Becher, 1989; Becher, 1993; Becher & Kogan, 1992), tales como los modos de iniciación en la investigación, las formas de interacción en el trabajo, la naturaleza del conocimiento de cada área disciplinar y el acceso al financiamiento.

En relación a la primera categoría, los modos de iniciación, la autora recuperó los trabajos de Golde (2005), Fernández Fastuca (2016) y Ledernhos (2016) para apreciar que la introducción temprana de los doctorandos en prácticas de investigación mejoraría los niveles de eficiencia. En Argentina incluso, en las ciencias naturales y exactas la cultura de la investigación se instala desde las carreras de grado. Que el doctorando se frustre con las prácticas de investigación en los primeros años del programa y no en los últimos resulta mejor en términos de eficiencia ya que la deserción en las primeras etapas es menos costosa a nivel personal, institucional y económico que en las últimas etapas del doctorado (Gardner, 2008).

Las formas de interacción social en el trabajo también determinaría diferencias de eficiencia disciplinar. En las ciencias duras los doctorandos suelen compartir tiempo y espacio con otros investigadores de diferentes temáticas y niveles, lo que genera una interacción vertical y horizontal capaz de generar verdaderas redes con equipos de trabajo que dentro y fuera del país comparten problemas de investigación, experiencias, estados del conocimiento, generando una verdadera socialización académica. En cambio, en las ciencias blandas, los doctorandos trabajan de manera aislada, investigando individualmente bajo el régimen de dirección o supervisión de tesis. Además las investigaciones se desarrollan sobre cuestiones de interés más personal lo que dificulta la formación de redes académicas.

Finalmente, el acceso al financiamiento también determinaría los niveles de eficiencia y esto queda evidenciado en el estudio a partir de la relación de las becas doctorales otorgadas por el CONICET a los jóvenes graduados y los programas de Ciencias Sociales 2, en los que desde

la cohorte 2003 en adelante se rejuveneció la matrícula y se observó un mejoramiento de las tasas de graduación y acortamiento promedio de los tiempos destinados a tal fin.

Como se explicitaba anteriormente el presente apartado también recopiló investigaciones concretas de posgrados en campos específicos, ya sea en Argentina en particular o en América Latina en general y constituyen el segundo grupo de trabajos analizados. Si bien refieren a experiencias específicas se cree relevante retomarlos no sólo porque forman parte de la historia de investigación sobre posgrados en el país, sino también porque a nivel metodológico aportan referencias clave de selección, organización y análisis del corpus.

Uno de los trabajos abordados en este marco fue el de Gentili y Saforcada quienes se propusieron discutir algunas de las tendencias que han definido la expansión de la oferta de posgrados en el campo de las ciencias sociales en América Latina y el Caribe. Para esto consideraron las acciones desarrolladas por el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), la red constituida por más de 270 instituciones académicas del continente que desde 1967 contribuye a la formación de científicos sociales promoviendo posgrados regionales. En este marco también se centraron en la creación en 2007 de la red CLACSO de Posgrados en Ciencias Sociales que promueve la articulación, cooperación y movilidad académica entre más de 560 maestrías y doctorados y 25 países de Latinoamérica.

Sus reflexiones se organizan en base a tres argumentos principales. En primer lugar reconocen que el debate y las primeras acciones de posgrados en ciencias sociales en América Latina surgieron ante la necesidad de reaccionar a “una preocupante práctica de colonialismo académico ejercida por los países del Norte, particularmente Estados Unidos, sobre las instituciones universitarias y los investigadores latinoamericanos y caribeños” (Gentili y Saforcada en Luchilo, 2010: 256).

En segundo lugar observan que la inestabilidad democrática que sufrieron varios de los países de América Latina y el Caribe entre los años 60 y mediados de los 70, repercutió en una dinámica asincrónica y desigual de creación de posgrados en la región, dando lugar a una oferta heterogénea y diferenciada. Parte de estas conclusiones fueron recuperadas del trabajo realizado por una Comisión Especial de científicos sociales organizada a partir de la fundación de CLACSO, en 1967 y del análisis de este trabajo que Jorge Graciarena llevó adelante, dando lugar a una investigación pionera en comprender la configuración de los posgrados en ciencias sociales.

A partir de estas investigaciones se pudo reconocer que la falta de posgrados en ciencias sociales en la región era cubierta por opciones de formación superior exterior, que no sólo retrasaba el desarrollo académico de América Latina y el Caribe sino, y principalmente, formaba investigadores poco conocedores de las realidades regionales, reproduciendo una visión colonialista, cultural y académica, de influencia norteamericana y eurocéntrica. Era apremiante entonces desarrollar alternativas de posgrado para la formación de investigadores latinoamericanos y caribeños con pensamiento autónomo e independiente, capaces de generar respuestas a las necesidades de la región.

“La nacionalización de la formación de posgrado tiene que ser algo más que el traslado de la localización de dichos estudios; debe suponer esencialmente un nuevo espíritu asentado fundamentalmente en un fuerte sentido de responsabilidad nacional y con una clara conciencia de superar las limitaciones del subdesarrollo”.
(Graciarena, 1973: 25)

En tercer lugar enfatizan que más allá de las variaciones nacionales y regionales la dinámica de crecimiento de los posgrados no fue fruto de una planificación articuladora sino más bien siguió intereses particulares de las comunidades científicas locales. La expansión de la oferta se volvió poco cooperativa y altamente competitiva entre sí, producto de un mercado de instituciones y posgrados.

Los estudios de CLACSO también observaron la tensión entre las distintas orientaciones de los posgrados: profesionalizante, docente y académico o de investigación. La tendencia a articular la educación superior con los sistemas productivos dio lugar un incremento en las maestrías de carácter profesionalizante. Sin embargo los autores señalan la necesidad de potenciar los posgrados académicos, articulando la capacidad docente e investigativa de los cuadros universitarios.

A 40 años de los estudios mencionados Gentili y Saforcada reconocen que muchos de los desafíos planteados aún siguen vigentes. Puntualmente a partir de la falta de financiamiento que fue producto de políticas aplicadas por gobiernos democráticos de carácter neoliberal que restringieron las políticas sociales y desfinanciaron en muchos casos los sistemas de investigación y desarrollo dando lugar a una ampliación del mercado de la educación superior.

De su trabajo se extraen dos conclusiones insoslayables. Una relativa al crecimiento de los posgrados en ciencias sociales en Argentina en el periodo 1996- 2006 que pasó de 687 a 1.441

al final del periodo. Otra es que el campo de los posgrados en ciencias sociales lejos de ser un espacio de cooperación e intercambio se ve atravesado por prácticas competitivas, individualistas, privatizadas, asociadas más a la venta de un servicio que a la producción de un bien público.

En este marco se retoma nuevamente a Ana María García de Fanelli y un grupo de investigadores que analizaron comparativamente la oferta de posgrados de Ciencias Sociales en Argentina y México, en el periodo comprendido entre 1982 y 1997, en el que puntualizaron que dentro de estas ciencias las áreas que tuvieron mayor crecimiento fueron las Ciencias Económicas y las Ciencias de la Información (especialmente las de Comunicación Social).

En cuanto a la distribución de los posgrados según gestión de las universidades, la autora no detectó diferencias significativas. Si bien en ambos sectores la oferta en Ciencias Sociales es la que concentra la mayor cantidad de alumnos, sí se observan diferencias resaltables: mientras en las instituciones universitarias el 50% de la matrícula se concentraba en Ciencias Sociales (26,4%) y en Ciencias de la Salud (26,8%), en las instituciones privadas los posgrados de Ciencias Sociales equiparaba el 72,8% de los estudiantes. En las primeras, la demanda se concentraba equitativamente en especializaciones y maestrías. En las privadas sobre todo en las carreras de maestría.

Por otro lado resaltaron la concentración de la oferta en instituciones universitarias de la región metropolitana (50%), dato que también remarcaron De la Fare y Lenz para el periodo 1995-2009.

Otro dato interesante es que en las universidades de más reciente creación en Argentina, caracterizadas por los autores como “segundas nuevas” (creadas en el periodo 1968-1975) y las “terceras nuevas” (creadas en el periodo 1989-1995) predominaron las maestrías.

Una tercera experiencia de investigación concreta de posgrados es la que refiere al estudio de González Carella, Pérez y Hammond. Los autores investigaron el perfil de las carreras de posgrado de las distintas Facultades de Ciencias Económicas de las universidades de gestión pública en Argentina, enfocándose particularmente en las 10 carreras de posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Desarrollaron un análisis pormenorizado de las evaluaciones llevadas adelante por la CONEAU sobre aspectos puntuales de las carreras durante el proceso de acreditación. Se concentraron también en la articulación de la oferta de posgrado y su vinculación con grupos

y proyectos de investigación y el tratamiento de la formación del posgrado en la agenda institucional. Además realizaron un análisis exhaustivo de la normativa regulatoria de las carreras de posgrado, generada a partir de los diferentes actores clave del sistema universitario argentino, tales como el Ministerio de Educación, la CONEAU y el Consejo Interuniversitario Nacional.

Partieron por reconocer la expansión de los posgrados en Argentina durante la década de 1990, recurriendo a diferentes investigaciones y estudios (Barsky, 1995; Garcia de Fanelli, 1999; Mollis, 2010; Gentile, 2012; Trombetta, 1999, Follari; Jeppesen, 2004; Marquis, 1998; Vera Santillán, 2004) resaltando la complejidad del fenómeno, sus características e implicancias. Enfatizaron los efectos de mercantilización de la educación superior, su relación con la consolidación de la profesión académica, las limitaciones de los mercados de trabajo profesional, las políticas de incentivos, la internacionalización de la educación superior y la expansión de las carreras de posgrado en los campos de las ciencias sociales y humanas (respecto a las ciencias de salud, ciencias aplicadas y básicas), en las cuales se concentró la mayor cantidad de oferta y un constante aumento de matrícula (González Carella, Pérez y Hammond, 2014).

En relación a lo antes dicho recurrieron a la investigación de Lvovich (2010) para materializar la expansión de los posgrados a través de cifras concretas. En febrero de 2008 existían 3.130 posgrados en la Argentina lo que implicaba un aumento de casi el 400% de la oferta total de posgrado entre 1994 y 2008, y un crecimiento en los últimos seis años de dicha oferta en un 61,2% (2010: 57). Diferenciando según tipo de carrera, advertía que los doctorados duplicaron su número en los últimos 14 años, las maestrías multiplicaron su oferta un 440% y las especializaciones un 450%; y que la mayor concentración se daba en las ciencias sociales y humanas cuya oferta concentraba la mitad de la oferta total de posgrado. Datos que también se vieron reflejados en el análisis de García de Fanelli.

Postularon además que las universidades en general y su oferta de posgrado en particular, ocupan un lugar clave en la formación de “la sociedad del conocimiento” que requiere de distintos saberes cada vez más especializados y complejos, en un contexto globalizado.

“La actividad de los posgrados demarcará el perfil catedrático del futuro, así como el bagaje de nuevos conocimientos, nuevas interpretaciones, nuevas explicaciones y, también, nuevos compromisos”. (Villanueva, en Gazzola y Didriksson, 2008: 266)

LOS POSGRADOS EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN

En diálogo directo con este estudio, se recuperaron especialmente investigaciones que analizaron posgrados en periodismo y comunicación en nuestro país. La referencia a dichos trabajos se volvió imprescindible a nivel metodológico para la definición y construcción de las variables de estudio, la selección y análisis del corpus, y a nivel conceptual para reconocer rupturas o continuidades en el análisis concreto de la oferta de posgrados en Argentina en clave internacional.

Uno de dichos estudios es la tesis de maestría realizada por Adolfo Vázquez, hoy Director de la carrera de Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, titulada “Carreras de posgrado en Comunicación en Argentina y construcción del saber del Comunicador Institucional”. En esta investigación Vázquez se propuso conocer el origen y desarrollo de la oferta de carreras de posgrado argentinas de comunicación en el período 1990-2010 y el proceso de institucionalización de la profesión del comunicador institucional en nuestro país.

El trabajo tomó como punto de partida el análisis de la comunicación, en conocimiento de la falta de consenso respecto de su objeto y método de estudio, y de la existencia de concepciones que suponen nociones diversas de comunicación sintetizadas en dos grandes modelos. El primer modelo entendido como proceso social de producción de formas simbólicas y fase constitutiva del ser práctico, y del conocimiento que este modo de ser supone. Y el segundo como la reproducción selectiva y especializada del manejo técnico de ciertos elementos discursivos de un orden socialmente establecido.

El desarrollo de la tesis propone indagar respecto de la institucionalización y profesionalización del conocimiento en comunicación institucional; una disciplina que se ha consolidado en los últimos treinta años. A partir de los años setenta, en concordancia con los requerimientos de las grandes empresas comerciales, surge la figura del Director de Comunicaciones (Dircom), institucionalizando su función, su práctica y su campo de conocimiento como el indicado para indagar y gestionar la identidad, la imagen y el posicionamiento institucional, vitales para el cumplimiento de las políticas y estrategias de las organizaciones, ya fuesen públicas o privadas, con o sin fines de lucro (Vázquez, 2012: 9).

En la visión de esta investigación, la demanda del mercado por este tipo de profesionales -los Dircom- hizo que en la década del 90' comenzaran a surgir ofertas de carreras de posgrado en comunicación de las organizaciones, particularmente maestrías, algunas de las cuales estaban directamente orientadas a formar profesionales con las competencias de un Dircom, y otras más cercanas a perfiles académicos.

La investigación afirma que para el año 2011 existía en Argentina un universo de 57 carreras de posgrado definidas “de Comunicación Institucional”, a partir de un proceso que incluyó la orientación de la formación (perfil de los egresados), currículum (planes de carrera, programas analíticos), planteles docentes, dirección, consejos académicos e investigaciones y tesis (qué temas fueron objeto de investigación). El recorrido llevó al autor a analizar y reflexionar respecto a esta oferta de carreras, tomando como base principal para dicho análisis una serie de entrevistas en profundidad a actores referentes de estas carreras.

Entre las principales síntesis y conclusiones arribadas respecto a dos décadas de carreras de posgrado en comunicación en Argentina se señala una tasa de crecimiento mayor de estas carreras respecto de las de ciencias sociales en general; la capacidad de adecuación que han tenido estas carreras en función de las dificultades que atravesaron; la concentración en cinco o seis regiones de la oferta; la presencia de dos perfiles definidos (“las culturales” y las “de relaciones públicas”) con una división muy notoria; una correlación entre tipo de universidad (pública o privada) y grupo de carrera (en función de los perfiles recién señalados); poca accesibilidad a información sobre producción en investigación; la influencia que ha tenido el debate sobre la Ley de Medios en la instalación de temas como comunicación social, medios de comunicación y sobre el rol del periodista; y las oportunidades de mejora que presentan las carreras en variables como tasas de graduación, calidad de sus investigaciones o definición de perfil de egresados.

Por otro lado, otra conclusión importante tiene que ver con los dos nombres que predominan para denominar la misma profesión: comunicación institucional y relaciones públicas. Según Vázquez esta situación genera algunas crisis de identidad y solapamientos. La profesión trascendió el marco empresarial que le dio origen y en el cual evolucionó para llegar a ámbitos gubernamentales y de la sociedad civil; los académicos argentinos de la especialidad son nómades geográfica o institucionalmente, no cuentan con identidad institucional o continuidad académica; no existen institutos o asociaciones académicas que lideren la actividad de difusión o investigación en la disciplina; y la evolución de las carreras de

posgrado en comunicación como un proceso que también incluye la consolidación de la profesión del comunicador institucional.

En clave internacional, Oscar Bustamante Farías indagó sobre las características de la oferta de posgrados de Comunicación en América Latina, partiendo de reconocer la pobreza y marginalidad del debate en torno a este objeto. El autor sostiene que a más de 30 años de la apertura de las primeras maestrías y con un notable crecimiento de la oferta, los posgrados en Comunicación no representan un objeto de estudio relevante en la producción científica, no ocupan un lugar importante en la bibliografía sistematizada e incluso, muchas veces, no existe al interior de los países, un conocimiento respecto del total de su oferta.

En este marco se propuso ofrecer una sistematización de los posgrados, capaz de reflexionar y dar cuenta del panorama actual de la oferta de maestrías y doctorados de comunicación, vinculando su desarrollo con las transformaciones de los sistemas de educación superior de América Latina y las políticas de apoyo a la investigación científica. Para eso se concentró en tres antecedentes clave que se propusieron diagnosticar, sistematizar y debatir la investigación de la comunicación desde la oferta de posgrados. En primer lugar recurrió a los informes de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs). En segundo lugar, las Reuniones Nacionales de Posgrado convocadas por el Consejo Nacional de Educación e Investigación en Ciencias de la Comunicación (Coneice) y por Felafacs. Dichas reuniones se realizaron entre 1989 y 2001 y se propusieron reactivar y fortalecer los espacios de diálogo y colaboración entre diversos proyectos de desarrollo del estudio de la comunicación en el nivel de posgrado en México, impulsando la legitimación académica y social del campo. En tercer lugar recurre a la Asociación Nacional de Programas de Posgrado en Comunicación –Compós- de Brasil, que reunió al conjunto de maestrías y doctorados en comunicación de instituciones de educación superior, públicas y privadas, acreditadas por Capes.

Además revisó la cobertura y tratamiento de los posgrados de comunicación en tres revistas académicas de América Latina: Intercom (Brasil), Comunicación y Sociedad (México) y Diálogos de la Comunicación (editada por Felafacs) y recurrió a los análisis de posgrados realizados por Raúl Fuentes Navarro en México y María Vasallo de Lopes en Brasil, países en los que el posgrado se halla relativamente institucionalizado, según palabras de Brunner (Brunner, 1990).

Una de las principales conclusiones a las que arribó es que para el 2004, junto a Brasil y México, Argentina se inscribía en el grupo de los “tres grandes” países con una oferta total del 72% de los posgrados de comunicación de América Latina, contando con 13 maestrías y 4 doctorados de comunicación.

Más allá de su gran labor sistematizadora, el trabajo de Bustamante Farías se vuelve pertinente por aportar categorías de análisis concretas respecto de las funciones del posgrado y las especificidades de las carreras.

El autor recupera el “deber ser” de las maestrías y doctorados expresados en la función y el aporte al campo académico, a partir de reconocer una coincidencia normativa entre las definiciones aportadas por la Normativa General de los estudios de posgrado del Consejo Nacional de Universidades en Venezuela por un lado y por la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria de Argentina, por el otro.

La maestría tiene por objeto proporcionar una formación superior en una disciplina o área interdisciplinaria, profundizando la formación en el desarrollo teórico, tecnológico, profesional, para la investigación y el estado del conocimiento correspondiente en dicha disciplina o área (Bustamante Farías, 2004: 12).

El doctorado tiene como objeto la obtención de verdaderos aportes originales en un área de conocimiento, cuya universalidad debe procurarse en un marco de nivel de excelencia académica (Bustamante Farías, 2004: 13).

Por otro lado también retoma la clasificación de posgrados otorgada por Ricardo Lucio (2002) que distingue entre posgrados de buena calidad de investigación (que producen conocimientos científicos y tecnológicos relevantes; incluye algunas maestrías y la gran mayoría de doctorados); los programas de especialización que forman en aspectos novedosos y tecnificados del ejercicio profesional (pertenecen sobre todo las especializaciones y algunas maestrías) y los posgrados de consumo, centrados en la transmisión de conocimientos un poco más especializados que los del pregrado y destinados a quienes buscan fundamentalmente un título.

Dicha clasificación se relaciona con la diferenciación de los posgrados en tanto subsistemas según sus funciones, considerando su función endógena (orientado al sistema de educación superior, orientada a la formación y desarrollo de comunidades académicas); su función exógena (orientada a satisfacer las demandas y necesidades provenientes del sector

productivo) y su función de satisfacción de la demanda (orientada a satisfacer la demanda específica de formación por parte de usuarios potenciales. Puede tratarse de una demanda formal de un título o una demanda de calificación real que permita a los usuarios competir mejor en el campo laboral) (Lucio, 2002).

En relación a lo antes dicho pueden reconocerse entonces diferentes políticas estatales de desarrollo de los subsistemas de posgrados. Aquellas políticas orientadas al desarrollo de los posgrados como instrumentos para fortalecer la educación superior (sobre todo con el fomento de comunidades académicas); las políticas que tiendan a articular el sistema de educación superior con la modernización del aparato productivo y las políticas orientadas al fortalecimiento de los posgrados en sí mismos, facilitando, fomentando y financiando el acceso de los usuarios potenciales.

Para comenzar a indagar en el tercer punto, es menester contemplar que desde la perspectiva de Felafacs, los objetivos de los posgrados en Comunicación “son la formación de docentes e investigadores de la comunicación capaces de aplicar los conocimientos teórico-metodológicos adquiridos en la producción de alternativas de solución a los problemas comunicativos concretos de América Latina” (1985: 217).

Con este criterio, Bustamante Farías y Fuentes Navarro publicaron juntos “La oferta académica de posgrados en comunicación en México, Centroamérica y el Caribe: una expansión asimétrica y desarticulada” en 2012. El documento bosqueja una senda sobre los posgrados en comunicación con datos automatizados y contextualizados disponibles hasta 2011 del norte de América Latina; es decir, México, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Cuba, Puerto Rico y República Dominicana.

La metodología del trabajo consta de tres pasos: en primer lugar un inventario descriptivo de los programas de posgrado en Comunicación; en segundo lugar una identificación de las tendencias nacionales y por último una exploración de los marcos institucionales de cooperación e intercambio académicos.

Los autores toman como antecedente el “Mapa de los centros y programas de formación en comunicación y periodismo en América Latina y el Caribe” realizado por Felafacs en 2009 pero concluyen que en éste “hay una escasa y dispersa información sobre los programas de posgrados y aún más escasa agudeza analítica”. (Fuentes Navarro y Bustamante Farías, 114: 2012)

Dicho trabajo buscaba capturar un panorama formativo de la región y descubrir “tendencias destacadas”. En este sentido, se documenta “un crecimiento explosivo de la educación universitaria en América Latina”; además de “la diversificación de la oferta de posgrados” (que incluyó un crecimiento en la participación de las instituciones privadas); “la creación de las agencias nacionales de evaluación y acreditación universitaria, que se extendió en toda la región a partir de la década de los noventa, como una manifestación latinoamericana de las tendencias europeas hacia la constitución de un Estado evaluador”. (Fuentes Navarro y Bustamante Farías, 2012: 121)

Otro fundamento que recalcan los académicos, basado en el “Mapa de la formación de comunicadores elaborado por Felafacs”, es que en un primer nivel (o sea grado) las carreras de comunicación se caracterizan por la "innovación de cara al mercado", ya que se encuentran en un paso de “adecuación” por parte de las instituciones de educación a las exigencias del ámbito laboral; pero enfatizan que dicha lógica no es exclusiva de las instituciones privadas. Concluyen que en grado las entidades de educación superior hacen prevalecer un tipo de formación orientada a las tareas reproductoras (como por ejemplo docencia) antes que a las prácticas de producción (investigación).

Respecto al análisis de los posgrados, constatan que hay aspectos que continúan con dicho raciocinio. Por una parte, la dedicación casi absoluta de la planta de profesores a la función docencia y una reducción de las plazas laborales de tiempo completo. Además, los posgrados (en su mayoría maestrías) están orientados a un tipo de profesionalización docente como perfil de egreso.

Cabe destacar que dicha línea de ideas se encuadra dentro el concepto "posgrado de consumo" acuñado por Ricardo Lucio (2002). Se puede encontrar una correlación, como se señaló con anterioridad, con los posgrados denominados "de buena calidad de investigación", los cuales producen conocimiento científico relevante, están apoyados en comunidades académicas sólidas y cuentan con procesos de formación de investigación. En segundo lugar, los posgrados de especialización, que forman en aspectos tecnificados del ejercicio de la profesión y, a pesar del hecho de no plantear la formación de investigadores, su concepción del ejercicio profesional implica la capacidad de asimilar la producción científica y tecnológica. Por último, los "posgrados de consumo" que aunque se ubican en el papel de la formación de investigadores son en realidad programas montados sobre la base de comunidades académicas “endebles” que atraen "clientela" que busca fundamentalmente un

título. De este modo, los autores mexicanos concluyen que en Latinoamérica priman tanto los posgrados de la segunda como de la tercera categoría consignada por Lucio dado que, según confirman apoyados en los datos aportados por Felafacs, “las tareas de investigación aparecen subordinadas” en la “formación del comunicador” (Fuentes Navarro y Bustamante Farías, 2012: 134).

En solitario, Fuentes Navarro ya había trazado un incipiente camino en este sentido. Antes de comenzar el nuevo milenio, consumó un análisis con el objetivo de ver las condiciones y las perspectivas en las que se encontraba la investigación en comunicación en la región.

Su trabajo partía de reconocer que en América Latina las referencias para fomentar el desarrollo de los posgrados en Comunicación se remontan a tres décadas atrás y que tenían como antecedente el trabajo de Luis Ramiro Beltrán, quien en septiembre de 1974 presentó un balance sobre la investigación de la comunicación en América Latina basada en documentación compilada por CIESPAL.

Beltrán para comenzar enumeró las principales áreas temáticas y tópicos de investigación. De allí surge que la investigación en comunicación en América Latina está influenciada por orientaciones conceptuales y metodológicas establecidas por investigadores en Europa y Estados Unidos.

En líneas generales, Beltrán sostuvo que la influencia predominante era la "orientación europea clásica" (caracterizada como histórica, especulativa y escolástica) y que se plasma en estudios históricos del periodismo y la legislación de la comunicación. Ubicó en un segundo lugar a la influencia de la "orientación norteamericana" (positivista, empirista, sistemática y funcionalista) que se encuentra especialmente en trabajos sobre funciones de los medios y comunicación educativa. Por último, la "orientación europea moderna" (semiótica y estructuralista) concentrada en el análisis de contenido (Fuentes Navarro, 1999: 53).

Al respecto, Fuentes Navarro establece que aunque las áreas temáticas han variado no puede decirse que en su estructura fundamental el campo haya cambiado, sobre todo en los alcances teóricos metodológicos. Desde su perspectiva existió un crecimiento del tamaño y la relevancia del campo en casi todos los países latinoamericanos, pero dicho avance no fue acompañado por acciones. Para puntualizar, expone que en la década de los noventa hubo una ruptura con casi todos los supuestos teórico-metodológicos, epistemológicos e ideológicos que habían sostenido la investigación en comunicación en las décadas anteriores.

Todas estas nociones nos conducen a un sitio relevante: la relación entre investigación en comunicación y mercado que se instaló en América Latina en la década de los noventa. Cita en este sentido a Jesús Martín Barbero quien enfatizó que en ese contexto se cuestionó todo tipo de estudio o de investigación que no responda a unas demandas sociales confundidas con las del mercado o al menos mediadas por éste.

"Desde otro ángulo, esa posición representa una muestra de la sofisticada legitimación académica que ha logrado el neoliberalismo", sentenció Martín Barbero (Fuentes Navarro, 1999: 56). Desde dicha perspectiva se comprende el surgimiento de los posgrados de consumo dado que en la década de los noventa las demandas del mercado fueron aprovechadas para ofrecer pos-títulos que respondían a las dinámicas de la época básicamente neoliberales. Por este motivo, los estudios en comunicación que seguían un camino metodológico desde mediados de los setenta, en los años noventa tuvieron un punto de bifurcación.

Fue en este marco que Martín Barbero señaló que "es fundamental la construcción de mapas orientadores ante la creciente complejidad del campo" de la comunicación sobre todo cuando el mismo camino se torna difuso.

De este modo, llegando al fin del milenio, el autor mexicano consideraba que "la multiplicación de propuestas de reformulación teórica y práctica de los estudios de comunicación manifiesta una insatisfacción generalizada con el estado actual del campo, y la urgencia de repensar sus fundamentos y de reorientar su ejercicio" (Fuentes Navarro, 1999: 57). En un artículo titulado "Postgrados e investigación en comunicación en México: ¿estancamiento o evolución de la desarticulación múltiple?" identifica las tendencias de desarrollo de la investigación académica y los programas de posgrado en comunicación en su país.

Este texto del 2014 comienza por enfatizar que "los estudios de comunicación aparecen ya, con naturalidad y dignidad, en muchos de los recuentos y revisiones como los incluidos en el Informe Sobre las Ciencias Sociales en el mundo" de 2010. Enseguida, subraya los procesos de transformación de los "territorios disciplinarios de los estudios de comunicación" y "los rasgos transdisciplinarios e interdisciplinarios" (Fuentes Navarro, 2014: 2).

Ya avanzado el nuevo milenio intenta indagar en los cambios que se produjeron en el campo de los estudios en comunicación. Una concepción que realiza un aporte a esta tesis se

desprende de concebir que “los programas universitarios son objetivaciones primarias y, por lo tanto, evidencias empíricas concretas de los procesos de institucionalización de los campos y disciplinas académicas” (Fuentes Navarro, 2014: 2). Es decir, muestra como inquirir en los programas de los estudios en la disciplina se torna una muestra de los cambios en el campo de la comunicación; si bien el autor centra su objeto de estudio en México, destaca cuestiones que pueden ayudar a comprender el mismo proceso en América Latina.

De la misma forma, se desprenden del trabajo del mexicano concepciones fundantes sobre la preeminencia de los estudios de posgrados a nivel regional dado que los mismos son los que aportan a las investigaciones en el campo de la comunicación. Para ejemplificar cita al informe de Unesco que expone: El 90 por ciento de las instituciones de educación superior en América Latina no produce ningún tipo de investigación, mientras que más de dos tercios de todos los programas de posgrado se ofrecen en las universidades públicas de Brasil y México y ahí es donde se efectúa la mayoría de las investigaciones (Fuentes Navarro, 2014: 2).

Es evidente que los procesos de institucionalización de los estudios de comunicación presentan diferencias entre los distintos países de Latinoamérica ya que varían desde los programas académicos hasta las particularidades de las políticas en educación superior de cada nación.

Justamente, Fuentes Navarro sostiene que los posgrados en comunicación “presentan tal diversidad que es difícil atribuirle características nacionales, y con mayor razón, mega-regionales (latinoamericanas o iberoamericanas)” (2014: 3).

Con todo, cita la concepción de Vassallo de Lopes (2012) que sostiene que “no puede hablarse de un marco compartido dentro del cual construir un diagnóstico y una estrategia iberoamericanos en función del posgrado en comunicación”. Para darle más fuerza a su argumento toma las palabras de Cruz Cardona y Martos Perales:

“Aunque pueden encontrarse algunas experiencias de evaluación de la calidad de los programas de formación superior avanzada, de casi 50 años de antigüedad en Brasil, y experiencias más o menos sistemáticas desde hace casi 20 en países como Argentina, Colombia, Cuba, España y México, considerada globalmente y aplicada de manera sistemática, la evaluación de la calidad del postgrado es un tema relativamente nuevo en el ámbito iberoamericano”. (Fuentes Navarro, 2014: 3)

Los autores citados por Fuentes Navarro son directivos principales de la Asociación Universitaria Iberoamericana de posgrado e ilustran la dificultad que genera la heterogeneidad existente en materia de educación superior. No obstante, concluyen que un punto fundamental para comprender el área es saber en qué plano del conocimiento se inscriben los estudios en comunicación; en tal sentido, despliegan que en prácticamente todos los países predominan en el área de ciencias sociales y administrativas.

De este modo, una variable a tener en cuenta entonces surge de ver en qué área disciplinar se inscriben los posgrados en comunicación. Los mismos suelen incluirse en la esfera de las Ciencias Sociales pero en algunos casos bajo la categoría Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social.

Por otra parte, un aporte valioso a los estudios superiores surgió del Foro Iberoamericano de Posgrado en Comunicación celebrado en São Paulo como parte del I Congreso Mundial de Comunicación Iberoamericana de la Confibercom; donde se exhibieron los informes de cinco comisiones subregionales encargadas de hacer “un recuento actualizado de los programas de posgrado en comunicación existentes en Iberoamérica” y que reunieron en una publicación digital (Fuentes Navarro, 2014: 3). De allí se concluyeron tres aspectos: a) el notable crecimiento de la oferta de posgrado en comunicación, pues el inventario sistematizado rebasó los 450 programas (maestrías y doctorados) en total, situados en 21 países, una alta proporción de ellos fundados en la última década; b) la dificultad de homologar los sistemas nacionales que regulan la creación, el desarrollo y la evaluación de estos programas, a pesar de las coincidencias detectadas en el nivel de las políticas; y c) la oportunidad de consolidación de los estudios de comunicación como área académica que la cooperación internacional ofrece a las instituciones y asociaciones nacionales y regionales, mediante la articulación de esfuerzos y recursos invertidos en la formación universitaria de alto nivel (Vassallo de Lopes, 2012).

Así, México es un caso que ejemplifica lo plasmado por Fuentes Navarro, ya que los estudios de posgrado en comunicación (sobre todo las maestrías) están orientados a resolver demandas del mercado y la formación de profesionales que puedan examinar aspectos de la disciplina que están minimizados e incluso se “desaprovecha la oportunidad de retroalimentar con conocimiento nuevo la propia función docente”. (2014: 4)

Al mismo tiempo, el caso mexicano vuelve a poner en escena la relevancia de la política de acreditación de los programas en comunicación para que los mismos no caigan en la categoría “posgrados de consumo” (Lucio, 2002) que ya se puntualizó con anterioridad.

La dedicación de los docentes de comunicación a la investigación es marcada por Fuentes Navarro como una variable de la calidad del posgrado. En el caso de México se presenta “la paradoja de que al tiempo que se demandan profesores con formación de posgrado, hay pocos académicos de tiempo completo” y por este motivo no se logran “aportes en investigación significativos” (Fuentes Navarro, 2014: 4).

“Las instituciones donde se ha institucionalizado la investigación y su articulación con la formación de postgrado pueden obtener la acreditación, especialmente de los programas más orientados hacia la formación de investigadores que hacia la profesionalización en otras especialidades, pues es indudable que la investigación académica requiere también de una profesionalización avanzada”. (Fuentes Navarro, 2014: 4)

En México, entonces, el crecimiento en los estudios de posgrados no se plasma en un afianzamiento de los estudios en comunicación; al punto que, a definir por el autor, “el desarrollo de este nivel ha sido precario”. (Fuentes Navarro, 2014: 4)

Para respaldar su concepción, cita el documento de Felafacs en el cual se fundamenta que “la proliferación desmedida y sin control de las escuelas de comunicación marca una oferta de bajos estándares y que produce, en cantidad y en calidad, egresados que no pueden ser absorbidos por el mercado laboral”, pues también se constata en esa proliferación el predominio abrumador de instituciones de “dudosa calidad” sobre “las universidades, escuelas y centros de gran tradición y calidad”. (Rebeil Corella, 2009: 86)

Fuentes Navarro califica de “subdesarrollado” al campo del estudio de los posgrados en comunicación en su país y concluye que tanto en grado como en los estudios superiores “la fragmentación” puede considerarse “tan vigente como hace una década”, es decir, como en la década de los noventa.

“(…) la oferta de posgrados en comunicación en México es, como en las demás especialidades, mixta o dual: por una parte, algunas instituciones públicas y privadas tradicionales han conseguido consolidar, sobre todo mediante la conformación de plantas docentes de tiempo completo dedicadas a la investigación, programas de

postgrado acreditables por el PNPC del CONACyT, mientras que otras instituciones han optado por atender las demandas de especialización profesional (en buena medida impulsadas por el subempleo generado por el estancamiento económico imperante), mediante el modelo de postgrados de consumo (Lucio, 2002), que no requiere más que docentes de tiempo parcial y no incluye a la investigación académica entre sus insumos formativos”. (Fuentes Navarro, 2014: 7)

En el caso mexicano conviven ofertas de educación superior “predominantemente mercantiles” las cuales no superan los 10 años de antigüedad y que se diferencian de los programas acreditados (...), aunque entre ellos hay programas impartidos en instituciones (públicas y privadas) de indudable solidez académica. Tras indagar en este tema, concluye que la “multivalencia epistémica de la comunicación” y la “desarticulación múltiple”, además de factores contextuales y estructurales, “ha caracterizado a la institucionalización académica de su estudio universitario” (Fuentes Navarro, 2014: 7).

En suma, existen dos modelos de posgrado en comunicación que se pueden identificar en México: el posgrado académico orientado en y hacia la investigación y el profesional orientado al mercado. De este modo, de las tres categorías impuestas por Lucio, en el país del norte priman la segunda y la tercera categorías.

Sin embargo, un caso particular se presenta al estudiar las maestrías, dado que son ambivalentes porque se encuentran “incómodamente” en un lugar “intermedio entre la formación universitaria de profesionales en las licenciaturas y la formación universitaria de investigadores en los doctorados”. De este modo, se plantea la importancia de “problematizar e identificar las articulaciones estratégicas operantes entre las disciplinas y las profesiones” (Fuentes Navarro, 2014: 9). Como se desarrollará más adelante, la particularidad del caso mexicano no se reproduce por ejemplo en la Argentina ya que hay una marcada diferencia entre las maestrías profesionales y las académicas.

Otro aspecto particular de México que expone Fuentes Navarro es el tema de los doctorados en comunicación, ya que -según destaca- si bien tienen “bases en la investigación, varios de ellos parecen orientarse hacia el polo profesionalizante”. Los doctorados no tienen un gran camino recorrido en este país puesto que los programas de doctorado son recientes y si bien deberían tener una base fuerte en investigación los mismos suelen orientarse hacia “el polo profesionalizante” (Fuentes Navarro, 2014: 10).

Tras indagar en el caso específico de México, vaticina dos panoramas posibles: el “estancamiento concentrado, es decir, la dificultad para producir de otras maneras que no sean las inerciales en las mismas pocas instituciones de siempre”, o en “la evolución postdisciplinaria que consolide un modo de producción académica orientado por la identificación y formulación de problemas en el entorno sociocultural, antes que por la prescripción de fórmulas teórico-metodológicas (disciplinarias e interdisciplinarias), cuya extrapolación y aplicación a contextos y situaciones diversos de aquellos respecto de los cuales se originaron, se muestran crecientemente impertinentes e ineficaces”.

Para concluir con su idea, expone que los procesos de institucionalización, social y cognoscitiva, del campo académico de la comunicación tanto en México como en América Latina “se han desarrollado manteniendo y reforzando una desarticulación múltiple”, además que “a los problemas importados de Estados Unidos y Europa suman problemas muy propios”. Se basa nuevamente en Martín Barbero para concluir que el principal inconveniente está en confundir “las condiciones de desarrollo del o los mercados profesionales, con las exigencias de un campo intelectual” (Fuentes Navarro, 2014: 10).

Por otra parte, Gustavo Cimadevilla también estudia los posgrados en comunicación en América Latina y usa como antecedente el ya citado informe de 2011 realizado por Fuentes Navarro y Bustamante Farías en el cual se realizó un relevamiento "in situ" (es decir por contacto directo con los cursos u obtención de información a través de sus sitios web).

Asimismo, suma información surgida del Foro Iberoamericano de Pos-graduación en Comunicación que se realizó en Quito en 2012. El Informe es un relevamiento de carreras de posgrado en comunicación en el cono sur (excepto Brasil) y tiene como objetivo brindar un cuadro actualizado de la oferta de formación de nivel de posgrado en el campo de la Comunicación en la región Sur de América Latina para, de este modo, lograr un análisis de la situación de la formación superior en comunicación en la región.

El autor ubica en su informe al campo de la comunicación en el área de las Ciencias Sociales. En este sentido, se puede identificar "un total de 118 programas de posgrado en comunicación y/o, en un caso puntual, de otras carreras como por ejemplo Doctorado en ciencia sociales que incluye una orientación en Comunicación como área de formación específica y que para este caso tomó como válido (y se explicita)". (Cimadevilla, 2014: 23)

Un dato relevante surge al analizar que "la mayoría de los cursos se corresponden al nivel de maestría (107 casos) y los programas de doctorado suman solamente 11" y que "todos los países tienen una oferta de al menos un curso de maestría en el área, pero cinco países no cuentan con doctorado: Bolivia, Paraguay, Uruguay y Venezuela" (Cimadevila, 2014: 23).

Otro punto destacable se desprende de mostrar la cierta paridad en la oferta de doctorados que corresponden en cinco y seis casos para cada categoría público o privado, pero la relación es de 2 a 1 a favor del sector privado en la oferta de maestrías. Asimismo, cuando se analiza la variable antigüedad de cada programa se observa que la mayoría son recientes, lo que confirma la apreciación respecto del fenómeno de la expansión de la matrícula universitaria desde la década del noventa. Algunos casos particulares, sin embargo, indican antecedentes en la década del ochenta, por ejemplo Chile y Venezuela.

Otra variable que utiliza el estudio es la del perfil u orientación que siguen los cursos; de este modo, diferencia que estos se "conciben como profesionalizantes, particularmente orientados a desarrollar conocimiento y habilidades para su aplicación profesional en el mercado laboral (medios, institucionales, consultoras) o de investigación, en tanto pretenden formar intelectuales especializados en la generación de conocimiento y el dominio teórico y metodológico de un área o subárea del campo" (Cimadevila, 2014: 25).

En este sentido, se observó que la distribución en Argentina dio 21 maestrías profesionalizantes y 10 en investigación, mientras que en el caso de los doctorados todos tienen un perfil en investigación.

Una lectura muy general del relevamiento de posgrados en comunicación permite apreciar al menos tres condiciones presentes en el campo. Este se revela como: 1) heterogéneo en cantidad de cursos según los países, especialidades y origen estatal o privado, 2) mayormente profesionalizantes y 3) con desarrollo de propuestas de máximo nivel escasas y concentradas en dos países: Argentina y Colombia. Esta semblanza indica que el campo de estudios todavía adolece de tradiciones académicas arraigadas, quizás porque es muy reciente y porque además no ha logrado continuidades con condiciones favorables para efectivizarlas. Al mismo tiempo, su juventud, especialidades diversas y lazos intrarregionales permiten avizorar que a futuro hay mucho o casi todo por construir (Cimadevila, 2014: 26). De este modo, dicho informe también concluye que "la impresión general es que la región es heterogénea en cantidad y perfil de la oferta de cursos de posgrados".

Por otra parte, Mabel Dávila aporta concepciones interesantes sobre la diferencia entre los posgrados que se vinculan al mercado y los que buscan desarrollar conocimientos sólidos en el área comunicacional. Parte de examinar en las tradiciones humboldtiana y napoleónica que confluyen en las universidades latinoamericanas:

“La actual dinámica de los posgrados en América Latina expresa tensiones entre diferentes visiones sobre el posgrado, criterios para evaluar su calidad y conflictos con respecto a la orientación que deben tener las medidas que se implementen. Esta dinámica expresa diferentes procesos y contradicciones: el conflicto nunca resuelto entre la tradición humboldtiana y la tradición napoleónica que se refleja en la supuesta contradicción de formar profesionales o científicos” (Dávila, 2012: 108)

De este modo, la disyuntiva de la que habla Fuentes Navarro entre formar profesionales o investigadores en los posgrados de Comunicación encuentra aquí una respuesta que excede al área disciplinar bajo análisis y se revela como una disyuntiva de dos tradiciones propias de las universidades en América Latina.

Dávila nos da el contexto para entender que la Universidad latinoamericana ostentó a lo largo de su historia “un conflicto entre la tradición humboldtiana y la tradición napoleónica que nunca se logró resolver” y que se plasma en este debate con respecto al objetivo de la formación universitaria. Este dilema se traslada a los posgrados sobre todo por la noción de la orientación que debe tener la carrera: formación para la investigación o formación profesional.

Dávila entiende que “las políticas de posgrado mantienen la supuesta contradicción entre formar profesionales o investigadores” y que “se orientan, o pretenden hacerlo, con un modelo de calidad basado en la formación científica y establecen falsas murallas entre la formación académica y la formación profesional”. Pero en este punto, se distancia del teórico mexicano al comprender que en las ciencias sociales “es tan valiosa la trayectoria en investigación como la experiencia profesional de los docentes”, y enfatiza que “muchas veces no sea tan conveniente que tengan cargos full-time o sean evaluados por la cantidad de artículos con referato” (Dávila, 2012: 111).

Cabe destacar que Mabel Dávila al referirse al caso de las maestrías no habla de ambivalencia como Fuentes Navarro pero sí explica la coexistencia de maestrías académicas y maestrías profesionales, las cuales se diferencian en “los fines, los propósitos y las competencias”, y

expone que “las maestrías académicas imparten una formación en investigación, mientras que las maestrías profesionales se orientan a la formación profesional (Dávila, 2012: 61).

No obstante, sostiene que “esta distinción no está del todo clara” y que “los límites entre la orientación académica y la orientación profesional son cada vez más difusos”. Aporta también que “una formación de calidad requiere múltiples interrelaciones” entre ambos mundos y lograr un equilibrio entre la docencia, la investigación y la práctica profesional (Dávila, 2012: 62).

De su trabajo se desprende que en los estudios de posgrado en Latinoamérica surgen dinámicas comunes:

“(…) la formación de recursos humanos altamente calificados para la investigación y para el mundo productivo, la vinculación creciente del posgrado con la investigación y las prácticas profesionales que implican tecnologías de punta, el desarrollo de procesos de evaluación y acreditación de la calidad y la articulación con los procesos de internacionalización de la Educación Superior” (Dávila, 2012: 103).

En suma, dichas concepciones coinciden con las planteadas por Fuentes Navarro ya que el cumplimiento de las mismas garantizaría posgrados de calidad.

SEGUNDA PARTE

“En la crisis de los fundamentos y ante el desafío de la complejidad de lo real, todo conocimiento necesita hoy reflexionarse, reconocerse, situarse, problematizarse. La necesidad legítima de todo aquel que conoce, en adelante, donde quiera que está y quienquiera que sea, debería ser: no hay conocimiento sin conocimiento del conocimiento”

Edgar Morin

MARCO NORMATIVO

Siendo la Ley de Educación Superior 24.521 la que regula y establece las normas de funcionamiento del sistema universitario argentino, los artículos 39° y 39° bis son los que encuadran específicamente a la formación de posgrado.

***ARTÍCULO 39°:** La formación de posgrado se desarrollará exclusivamente en instituciones universitarias, y con las limitaciones previstas en el artículo 40 podrá también desarrollarse en centros de investigación e instituciones de formación profesional superior de reconocido nivel y jerarquía, que hayan suscrito convenios con las universidades a esos efectos. Las carreras de posgrado –sean especialización, maestría o doctorado- deberán ser acreditadas por la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria, o por entidades privadas que se constituyan con ese fin y que estén debidamente reconocidas por el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología.*

***ARTÍCULO 39° bis:** Para acceder a la formación de posgrado, el postulante deberá contar con título universitario de grado o de nivel superior no universitario de cuatro (4) años de duración como mínimo y reunir los prerrequisitos que determine el Comité Académico o la autoridad equivalente, a fin de comprobar que su formación resulte compatible con las exigencias del posgrado al que aspira. En casos excepcionales de postulantes que se encuentren fuera de los términos precedentes, podrán ser admitidos siempre que demuestren, a través de las evaluaciones y los requisitos que la respectiva universidad establezca, poseer*

preparación y experiencia laboral acorde con los estudios de posgrado que se proponen iniciar así como aptitudes y conocimientos suficientes para cursarlos satisfactoriamente. En todos los casos la admisión y la obtención del título de posgrado no acredita de manera alguna el título de grado anterior correspondiente al mismo.

De estos artículos se desprenden fundamentalmente cuatro cuestiones:

1. Que la formación de posgrado en Argentina es exclusiva responsabilidad de las universidades (públicas o privadas), ya sea porque ellas crean, diseñan y dictan las carreras o porque firman convenios para ello con centros de investigación e instituciones de formación profesional superior.
2. Que los tipos de carrera de posgrado reconocidos en nuestro país son Especialización, Maestría y Doctorado.
3. Que todos los posgrados de nuestro país deben ser acreditados por la CONEAU.
4. Que para acceder a la formación de posgrado se deberá contar con título universitario de grado o de nivel superior no universitario de cuatro años de duración como mínimo (aunque se establecen excepciones).

También es importante señalar el inciso b) del artículo 46 que refiere a las funciones de la CONEAU: *“Acreditar las carreras de grado a que se refiere el artículo 43, así como las carreras de posgrado, cualquiera sea el ámbito en que se desarrollen, conforme los estándares que establezca el Ministerio de Cultura y Educación en consulta con el Consejo de Universidades”.*

Esto significa que todas las carreras de posgrado del país deben transitar por un proceso de acreditación que implica revisar si se cumplen una serie de estándares establecidos. Esos estándares para las carreras de posgrado han sido normados en primera instancia en el año 1997 bajo la Resolución Ministerial 1.168, y posteriormente revisados y oficializados bajo la Resolución Ministerial 160 del año 2011. Estas resoluciones se hacen oficiales y visibles una vez que el Ministerio de Educación realiza las consultas pertinentes con el Consejo de Universidades. El artículo 72 de la Ley de Educación Superior desarrolla el objeto y el funcionamiento del Consejo:

ARTÍCULO 72: El Consejo de Universidades será presidido por el Ministro de Cultura y Educación o por quien este designe con categoría no inferior a Secretario, y estará integrado por el Comité Ejecutivo del Consejo Interuniversitario Nacional, por la Comisión Directiva del Consejo de Rectores de Universidades Privadas, por un representante de cada Consejo Regional de Planificación de la Educación Superior —que deberá ser rector de una institución universitaria— y por un representante del Consejo Federal de Cultura y Educación. Serán sus funciones:

a. Proponer la definición de políticas y estrategias de desarrollo universitario, promover la cooperación entre las instituciones universitarias, así como la adopción de pautas para la coordinación del sistema universitario.

b. Pronunciarse en aquellos asuntos sobre los cuales se requiera su intervención conforme a la presente ley.

c. Acordar con el Consejo Federal de Cultura y Educación criterios y pautas para la articulación entre las instituciones educativas de nivel superior.

d. Expedirse sobre otros asuntos que se les remita en consulta por la vía correspondiente.

Esto implica un acuerdo previo a la formalización de los estándares requeridos por parte de todos los actores del sistema universitario: el Poder Ejecutivo por medio del Ministerio de Educación, las universidades nacionales, las universidades privadas y los diferentes consejos regionales.

Habiendo desarrollado la configuración del sistema universitario argentino anteriormente, corresponde aquí focalizar en la distinción entre los tipos de carrera de posgrado existentes: especialización, maestría y doctorado. No estamos ante la presencia de un único criterio que las distingue, sino que pueden distinguirse por su objeto, su trabajo final requerido, por el título que otorgan y por la carga horaria mínima establecida¹⁸.

Especialización

- La especialización tiene por objeto profundizar en el dominio de un tema o área determinada dentro de un campo profesional o de diferentes profesiones.

¹⁸ Resolución ME 160/2011

- Para el egreso se requiere la presentación de un trabajo final individual de carácter integrador.
- La aprobación del trabajo final conduce al otorgamiento del título de “Especialista”, con especificación de la profesión o campo de aplicación.
- Tienen un mínimo de 360 horas reloj, sin sumar las dedicadas al trabajo final, e incluirán las horas de formación prácticas.

Maestría

- Tiene por objeto proporcionar una formación académica y/o profesional. Profundiza el conocimiento teórico, metodológico, tecnológico, de gestión o artístico, en función del estado de desarrollo correspondiente a una disciplina, área interdisciplinaria o campo profesional de una o más profesiones.
- Para el egreso se requiere la presentación de un trabajo final individual y escrito que podrá realizarse a través de un proyecto, estudio de caso, obra, producción artística o tesis, según tipo de maestría.
- El título a otorgar es el de “Magister”, con especificación precisa de una disciplina, un área interdisciplinar, una profesión o un campo de aplicación.
- Las carreras de maestría tendrán al menos 700 horas reloj de las cuales un mínimo de 540 deberán destinarse a cursos, seminarios y otras actividades de esa índole y las restantes podrán ser asignadas al trabajo final u otras actividades complementarias.

En el caso de las maestrías, se dividen en dos tipos:

Maestría académica: es la que se vincula específicamente con la investigación en un campo o saber disciplinar o interdisciplinar y a lo largo de su desarrollo profundiza tanto en temáticas afines al campo como en la metodología de la investigación y la producción de conocimiento en general y en dicho campo. El trabajo final es una tesis, bajo la supervisión de un director, que da cuenta del estado del arte en la temática elegida y de la implementación de una metodología de investigación pertinente a la misma.

Maestría profesional: es la que se vincula específicamente con el fortalecimiento y consolidación de competencias propias de una profesión o un campo de aplicación

profesional, y a lo largo de su proceso de formación profundiza en competencias en vinculación con marcos teóricos disciplinares o multidisciplinares que amplían y cualifican las capacidades de desempeño en un campo de acción profesional o de varias profesiones. El trabajo final es un proyecto, un estudio de caso, una obra, una tesis, una producción artística o trabajos similares que dan cuenta de una aplicación innovadora o producción personal que, sostenida en marcos teóricos, evidencian resolución de problemáticas complejas, propuestas de mejora, desarrollo analítico de casos reales, muestras artísticas originales o similares y que estén acompañadas de un informe escrito que sistematiza el avance realizado a lo largo del trabajo.

Doctorado

- Tiene por objeto la formación de posgraduados que puedan lograr aportes originales en un área de conocimiento –cuya universalidad deben procurar-, dentro de un marco de excelencia académica, a través de una formación que se centre fundamentalmente en torno a la investigación desde la que se procurará realizar dichos aportes originales.
- Culmina con una tesis de carácter individual que se realiza bajo la supervisión de un director.
- Se otorga el título de “Doctor” con especificación precisa de una disciplina o área interdisciplinar.
- Las carreras de doctorado no cuentan con una carga horaria mínima establecida en los estándares a cumplir, sino que es determinada por cada institución universitaria.

Las carreras de posgrado en funcionamiento que se presentan a la acreditación tienen la posibilidad de solicitar de manera opcional la categorización de la carrera. Así lo señala el punto 5 de la Resolución 160 del año 2011 del Ministerio de Educación de la Nación:

“La categorización de las carreras de posgrado será opcional y requerirá cumplimentar con las siguientes condiciones:

- a) acreditar como carrera cumplimentando los criterios y estándares genéricos explicitados en la presente;

b) alcanzar los perfiles de calidad específicos que fije el Consejo de Universidades”.

Las categorías que pueden otorgarse a aquellas carreras que resulten acreditadas pueden ser A (excelente), B (muy buena) o C (buena). Las carreras que resultan no acreditadas no reciben categoría alguna. Por otro lado, no existe posibilidad de solicitar categorización en los casos de los proyectos de nuevas carreras de posgrado.

LA CARACTERIZACIÓN DE LAS CARRERAS DE POSGRADO EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN

Para analizar la oferta de posgrados en Periodismo y Comunicación se recurre al aporte teórico que Fuentes Navarro y Bustamante Farías (2012) utilizaron en “La Oferta Académica de posgrados en comunicación en México, Centroamérica y el Caribe: una expansión asimétrica y desarticulada”. En este informe presentaron datos sistematizados y contextualizados para elaborar un diagnóstico de la oferta de educación de nivel de posgrado en el campo de la comunicación en el norte de América Latina. El relevamiento de la información en ese caso se concretó por contacto directo con los cursos u obtención de información a través de Internet. Siguiendo esa metodología, en esta segunda parte se realizaron los siguientes pasos: en primer lugar se plasmó un inventario descriptivo, luego una identificación de tendencias y, por último, una exploración de los marcos institucionales.

Como se ha explicado en capítulos previos, al año 2018, a nivel general existían 3.168 carreras de posgrado vigentes y acreditadas en Argentina¹⁹; de las cuales 453 eran doctorados, 1.059 maestrías y 1.656 especializaciones. Ese total se distribuye en diversas áreas disciplinares definidas por el Ministerio de Educación de la Nación que incluyen Ciencias de la Salud, Ciencias Básicas, Ciencias Aplicadas, Ciencias Humanas y Ciencias Sociales. En el año 2018 la distribución era la siguiente:

Ciencias Sociales: 1.037 carreras

Ciencias Aplicadas: 738 carreras

Ciencias de la Salud: 712 carreras

Ciencias Humanas: 582 carreras

Ciencias Básicas: 99 carreras

El área disciplinar de Ciencias Sociales es la que incluye las carreras de posgrado de Periodismo y Comunicación. A los fines de esta investigación, se han identificado 57 carreras de posgrado en Periodismo y Comunicación que representan un 1,8 % del total de la oferta de posgrados del país, y un 5,5 % de la oferta de carreras de posgrado de Ciencias Sociales.

¹⁹ Guía de posgrados 2018, CONEAU

Las 57 carreras de posgrado en Periodismo y Comunicación son las siguientes:

Tabla 6

Listado de carreras de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina al año 2018

POSGRADOS EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN		
	CARRERA	UNIVERSIDAD
1	Especialización en Periodismo Digital	Universidad Abierta Interamericana
2	Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales	Universidad Argentina de la Empresa
3	Doctorado en Comunicación	Universidad Austral
4	Maestría en Gestión de Contenidos	Universidad Austral
5	Maestría en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones	Universidad Austral
6	Maestría en Comunicación para la Gestión del Cambio	Universidad Austral
7	Maestría en Comunicación Política	Universidad Austral
8	Maestría en Comunicación e Imagen Institucional	Universidad CAECE
9	Maestría en Comunicación y Creación Cultural	Universidad CAECE
10	Maestría en Comunicación Audiovisual	Universidad Católica Argentina
11	Maestría en Comunicación y Cultura	Universidad de Buenos Aires
12	Maestría en Periodismo	Universidad de Buenos Aires
13	Especialización en Planificación y Gestión del Periodismo	Universidad de Buenos Aires
14	Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales	Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales

15	Maestría en Periodismo	Universidad de San Andrés
16	Maestría en Comunicación Corporativa e Institucional	Universidad del Salvador
17	Maestría en Periodismo de Investigación	Universidad del Salvador
18	Maestría en Comunicación Corporativa e Institucional	Universidad Juan Agustín Maza
19	Especialización en Comunicación en Salud	Universidad Maimónides
20	Doctorado en Comunicación Social	Universidad Nacional de Córdoba
21	Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea	Universidad Nacional de Córdoba
22	Especialización en Lenguaje y Comunicación Digital	Universidad Nacional de Córdoba
23	Especialización en Gestión y Producción de Medios Audiovisuales	Universidad Nacional de Córdoba
24	Especialización en Periodismo Gráfico	Universidad Nacional de Córdoba
25	Especialización en Comunicación Pública de la Ciencia y Periodismo Científico	Universidad Nacional de Córdoba
26	Maestría en Comunicación	Universidad Nacional de Entre Ríos
27	Maestría en Interculturalidad y Comunicación	Universidad Nacional de General Sarmiento
28	Maestría en Comunicación, Cultura y Discursos Mediáticos	Universidad Nacional de La Matanza
29	Doctorado en Comunicación	Universidad Nacional de La Plata
30	Maestría en Comunicación y Derechos Humanos	Universidad Nacional de La Plata
31	Maestría en Periodismo y Medios de Comunicación	Universidad Nacional de La Plata
32	Maestría en Comunicación y Criminología Mediática	Universidad Nacional de La Plata

33	Maestría en Comunicación y Educación	Universidad Nacional de La Plata
34	Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales	Universidad Nacional de La Plata
35	Especialización en Comunicación Digital	Universidad Nacional de La Plata
36	Especialización en Comunicación Radiofónica	Universidad Nacional de La Plata
37	Especialización en Comunicación Social, Periodismo y Género	Universidad Nacional de La Plata
38	Especialización en Comunicación y Ambiente	Universidad Nacional de La Plata
39	Especialización en Comunicación y Juventudes	Universidad Nacional de La Plata
40	Especialización en Comunicación y Salud	Universidad Nacional de La Plata
41	Especialización en Periodismo Cultural	Universidad Nacional de La Plata
42	Especialización en Edición	Universidad Nacional de La Plata
43	Especialización en Prácticas, Medios y Ámbitos Educativos Comunicacionales	Universidad Nacional de La Plata
44	Especialización en Periodismo Económico	Universidad Nacional de Mar del Plata
45	Maestría en Comunicación Digital Audiovisual	Universidad Nacional de Quilmes
46	Maestría en Industrias Culturales: Políticas y Gestión	Universidad Nacional de Quilmes
47	Especialización en Comunicación Digital Audiovisual	Universidad Nacional de Quilmes
48	Doctorado en Comunicación Social	Universidad Nacional de Rosario
49	Maestría en Comunicación Digital Interactiva	Universidad Nacional de Rosario
50	Maestría en Comunicación Estratégica	Universidad Nacional de Rosario

51	Especialización en Comunicación Ambiental	Universidad Nacional de Rosario
52	Especialización en Comunicación Digital Interactiva	Universidad Nacional de Rosario
53	Especialización en Comunicación Política	Universidad Nacional de Rosario
54	Maestría en Comunicación Institucional	Universidad Nacional de San Luis
55	Maestría en Periodismo Documental	Universidad Nacional de Tres de Febrero
56	Especialización en Comunicación y Culturas Contemporáneas	Universidad Nacional del Comahue
57	Maestría en Periodismo	Universidad Torcuato Di Tella

Nota. Elaboración propia.

No se incluyen en el universo de estudio las versiones de las carreras denominadas “a distancia”. Algunas de las carreras identificadas, como por ejemplo la Maestría en Comunicación Digital Interactiva, cuenta con dos modalidades de dictado: presencial y a distancia. A los fines de la investigación se han incluido las carreras bajo la modalidad presencial de dictado.

Las 57 carreras identificadas en el marco de esta investigación se distribuyen en 23 instituciones del sistema universitario nacional. Esto quiere decir que en el 17,6% de las universidades se ofrece al menos una carrera de posgrado en periodismo o comunicación, y en el restante 82.4% no existe posibilidad de ser alumno de una carrera de ese tipo.

La configuración geográfica de la educación superior

Como se ha mencionado previamente, el Ministerio de Educación define siete regiones geográficas para la organización y gestión del sistema universitario en nuestro país, que agrupan provincias o partidos a nivel formal y ejecutivo y son coordinados por los denominados Consejos de Planificación Regional de la Educación Superior (CPRES).

Las siete regiones son:

Región metropolitana: Ciudad de Buenos Aires y los siguientes partidos de la Provincia de Buenos Aires: Avellaneda, Lomas de Zamora, Lanús, La Matanza, Berazategui, Florencio Varela, Quilmes, Almirante Brown, Esteban Echeverría, Ezeiza, Presidente Perón, San Vicente, San Fernando, San Isidro, Tigre, Vicente López, Hurlingham, General San Martín, Tres de Febrero, Ituzaingó, Merlo, Morón, José C. Paz, Malvinas Argentinas, Moreno, San Miguel, General Las Heras, General Rodríguez, Luján, Marcos Paz, Mercedes, Navarro, San Andrés de Giles, Suipacha, Cañuelas, Campana, Exaltación de la Cruz, Escobar, Pilar, Zárate.

Región bonaerense: Provincia de Buenos Aires (excluidos los partidos de la Provincia de Buenos Aires que forman parte del CPRES Metropolitano).

Región centro: Provincias de Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe.

Región nuevo cuyo: Provincias de La Rioja, Mendoza, San Juan y San Luis.

Región sur: Provincias de Chubut, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

Región noreste (NEA): Provincias del Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones.

Región noroeste (NOA): Provincias de Catamarca, Jujuy, Salta, Santiago del Estero y Tucumán.

Concentración matricular

Un dato importante es la disparidad respecto a la cantidad de carreras ofrecidas en este universo de 23 instituciones universitarias (Figura 7). La universidad que concentra la mayor oferta de posgrados en periodismo y comunicación es la Nacional de La Plata con una oferta de 15 carreras, representando un significativo valor del 26,3% de las carreras que se ofrecen en el país. En segundo lugar aparecen las universidades nacionales de Córdoba y de Rosario con una oferta de 6 carreras cada una representando cada una el 10,5% de la oferta total. En cuarto lugar, la primera de las universidades privadas, la Universidad Austral, con una oferta de 5 carreras de posgrado en periodismo y comunicación representando un 8.7% de la oferta total. Siguen en este ordenamiento la Universidad Nacional de Quilmes y la Universidad de Buenos Aires con 3 carreras ofrecidas y el 5,3% de participación cada una; Universidad del Salvador y CAECE con 2 carreras cada una, y luego las restantes 15 universidades del listado que ofrecen una carrera de posgrado en el campo abordado en esta investigación.

Estos porcentajes reflejan algunos aspectos de la concentración a tener en cuenta: en primer lugar que el 26,3% de la oferta de posgrado (más de una de cada cuatro carreras) en periodismo y comunicación en el país se radica en la Universidad Nacional de La Plata; en segundo lugar que entre tres universidades nacionales concentran casi la mitad de la oferta: La Plata, Córdoba y Rosario con el 47,3%; y en tercer lugar que cuatro instituciones universitarias (La Plata, Córdoba, Rosario y Austral) concentran el 56% de la oferta del país.

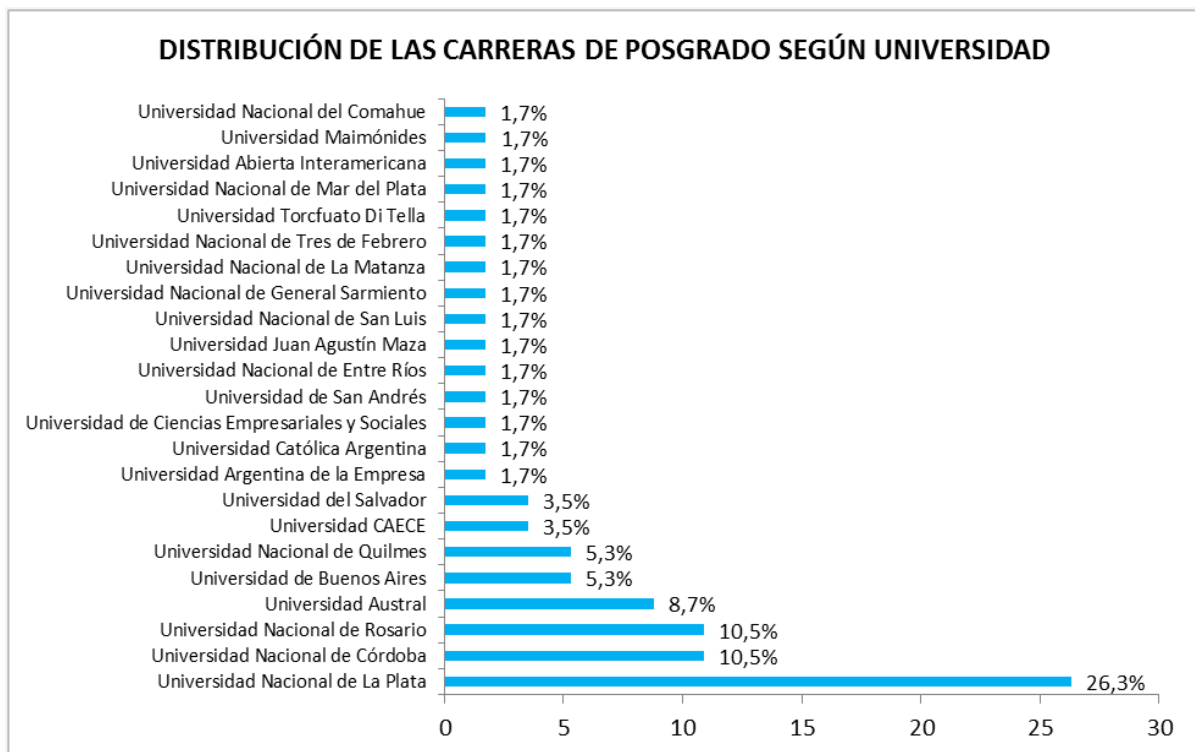


Figura 7. Distribución de las carreras de posgrado según universidad.

Continuando la lógica descriptiva de esta sección de la investigación, el 70% de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación (40 carreras) se dicta en universidades de gestión pública y el restante 30% en universidades de gestión privada (17 carreras).

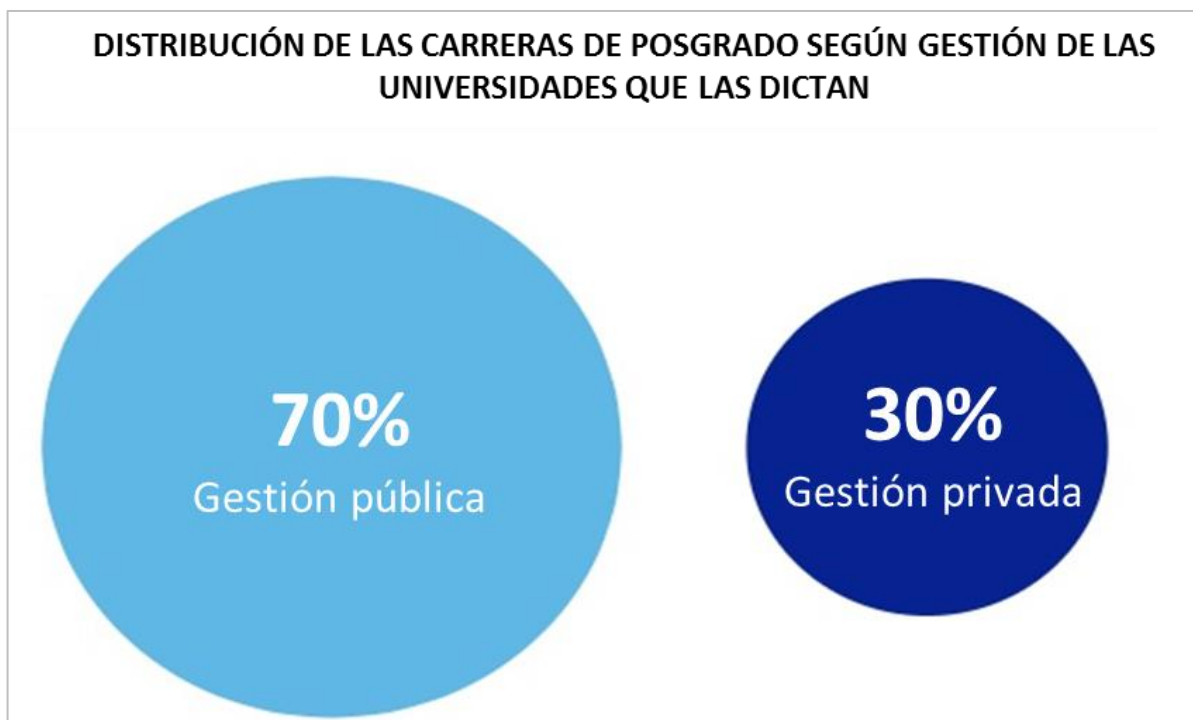


Figura 8. Distribución de las carreras de posgrado según gestión de las universidades que las dictan.

Doce universidades de gestión pública concentran el 70% de la oferta, mientras que otras once universidades de gestión privada concentran el restante 30%.

Como se ha mencionado en los análisis precedentes, el mayor crecimiento se ha dado en las carreras de maestrías, seguido por el aumento en la cantidad de especializaciones. Esto conlleva a que al año 2018 la oferta de carreras de posgrado en periodismo y comunicación en el país se componga de un 7% de doctorados (4 carreras), un 54% de maestrías (31 carreras) y un 39% de especializaciones (22 carreras).

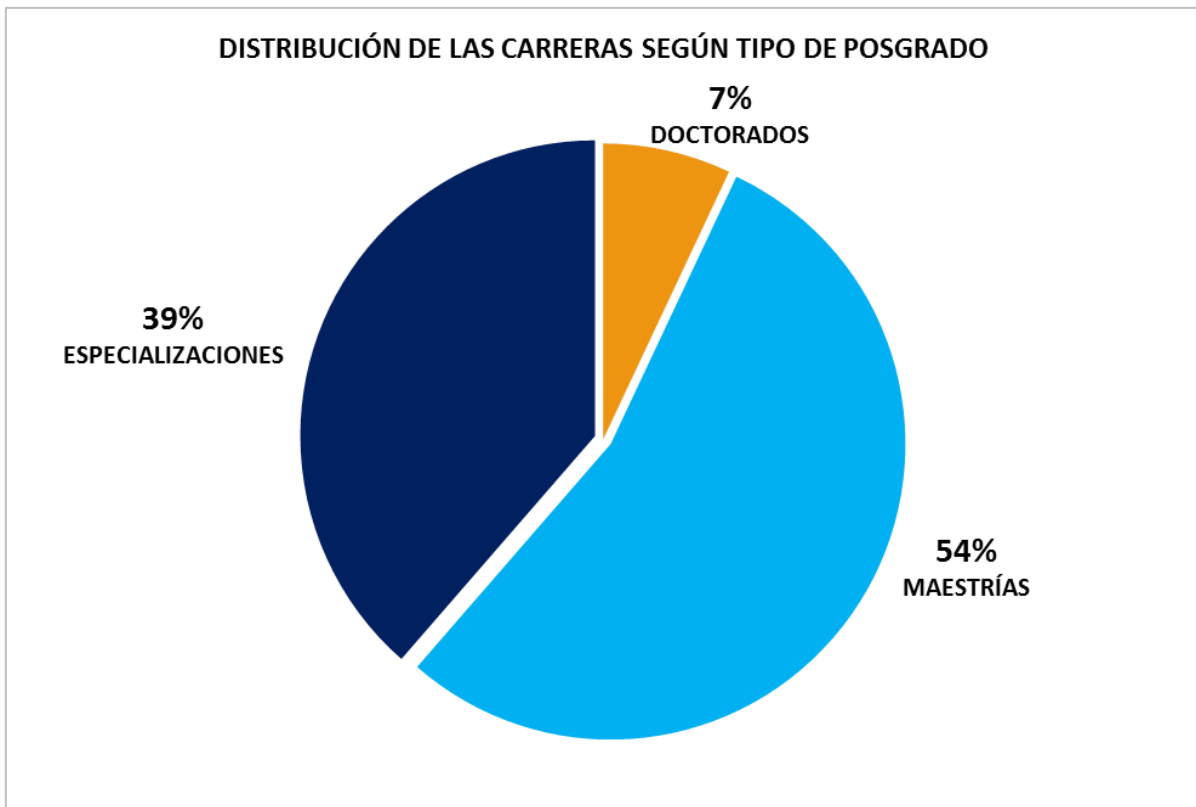


Figura 9. Distribución de las carreras según tipo de posgrado.

La concentración de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación no se expresa solamente a nivel de instituciones universitarias, sino que también se muestra una concentración a nivel regional (Figura 10). Teniendo en cuenta la ya señalada división en regiones (CPRES) que el Ministerio de Educación mantiene como criterio de organización del país, puede destacarse que el 44% de las carreras se sitúan en la región metropolitana, el 28% en la región bonaerense (donde se ubica la Universidad Nacional de La Plata que representa 26,3 de esos 28 puntos porcentuales), el 23% en la región centro, 3% en nuevo cuyo y 2% en la región sur. No existen carreras de este campo en las regiones NEA y NOA. Dada la cercanía geográfica del área metropolitana con la bonaerense, es de destacar que entre las dos regiones concentran el 72% de la oferta de carreras de posgrado en periodismo y comunicación. En la Figura 11 puede verse la distribución a nivel de provincias, dato que refleja que en la mayor parte de las provincias de nuestro país no existe oferta de este tipo de carreras. Vale aclarar aquí que para la distribución por provincia se tuvo en cuenta la sede de rectorado de cada universidad, y no las diferentes sedes de dictado que pueda tener cada carrera.

DISTRIBUCIÓN DE LAS CARRERAS DE POSGRADO SEGÚN LA REGIÓN EN LA QUE SE LOCALIZAN LAS UNIVERSIDADES QUE LAS DICTAN

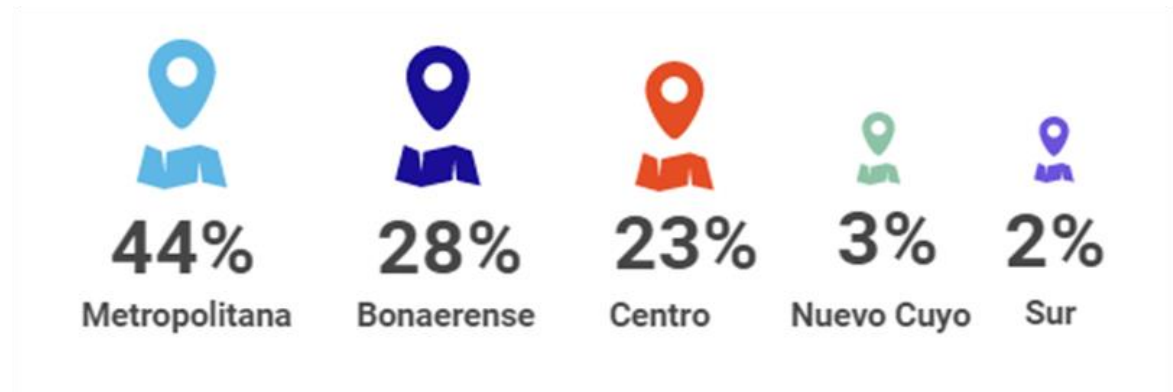


Figura 10. Distribución de las carreras de posgrado según la región en la que se localizan las universidades que las dictan.

**DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS CARRERAS DE POSGRADO
CANTIDAD DE CARRERAS POR PROVINCIA**



Figura 11. Distribución geográfica de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación. Cantidad de carreras por provincia.

Las categorías

Como se ha explicado en el apartado anterior dedicado a la normativa, las carreras de posgrado vigentes pueden ser carreras que han logrado la aprobación de su proyecto, se encuentre en curso el dictado de la carrera y no haya completado aún el ciclo completo de dictado y no tenga graduados; o pueden ser carreras “en funcionamiento” que son aquellas que habiendo completado el ciclo completo de dictado y teniendo graduados se han presentado al proceso de acreditación y han obtenido un dictamen favorable.

Las carreras que están en funcionamiento y se presentan al proceso de acreditación pueden de manera opcional solicitar la categorización de la carrera. Las categorías posibles de ser asignadas a las carreras que obtengan la acreditación son la A (excelente), B (muy buena) y C (buena).

Del total de 57 carreras de posgrado de este universo de estudio, 32 son carreras en funcionamiento que han tenido la posibilidad de solicitar la categorización, mientras que las otras 25 son carreras nuevas que lograron la aprobación de su proyecto recientemente.

CARRERAS EN FUNCIONAMIENTO	32
PROYECTOS	25

Del total de carreras de carreras “en funcionamiento” que tenían la opción de solicitar la categorización, 17 de ellas lo hicieron mientras que las otras 15 decidieron no solicitarla. Las 17 carreras que solicitaron la categorización se distribuyen entre siete universidades, siendo solamente una de gestión privada (Universidad Austral).

CARRERAS QUE SOLICITARON CATEGORÍA	17
CARRERAS QUE NO SOLICITARON CATEGORÍA	15

Finalmente, del total de 17 carreras que optaron por solicitar la categorización, 2 de ellas obtuvieron la categoría A (excelente) representando un 12% del total; 8 carreras recibieron la categoría B (muy bueno) lo que significa un 47% del total; y las otras 7 carreras obtuvieron la categoría C (bueno), lo que representa un 41% del total de carreras. Las dos carreras con la

máxima categoría corresponden a la Universidad Nacional de Quilmes y a la Universidad Nacional de Rosario.

CARRERAS CON CATEGORÍA	A	B	C
17	2	8	7

DOCTORADOS

Cuatro son los doctorados que se ofrecen en el país: Doctorado en comunicación de la Universidad Austral, Doctorado en comunicación social de la Universidad Nacional de Córdoba, Doctorado en comunicación de la Universidad Nacional de La Plata y el Doctorado en comunicación social de la Universidad Nacional de Rosario. Como puede verse dos de las carreras tienen la denominación “Comunicación” y las otras dos “Comunicación Social”.

Tabla 7

Doctorados en periodismo y comunicación en Argentina

DOCTORADOS		
	CARRERA	UNIVERSIDAD
1	Comunicación	Universidad Austral
2	Comunicación Social	Universidad Nacional de Córdoba
3	Comunicación	Universidad Nacional de La Plata
4	Comunicación Social	Universidad Nacional de Rosario

Solamente una universidad privada ofrece un doctorado, la Austral, representando un 25% de la oferta mientras que el restante 75% se ofrece en las universidades de gestión pública (Figura 12).

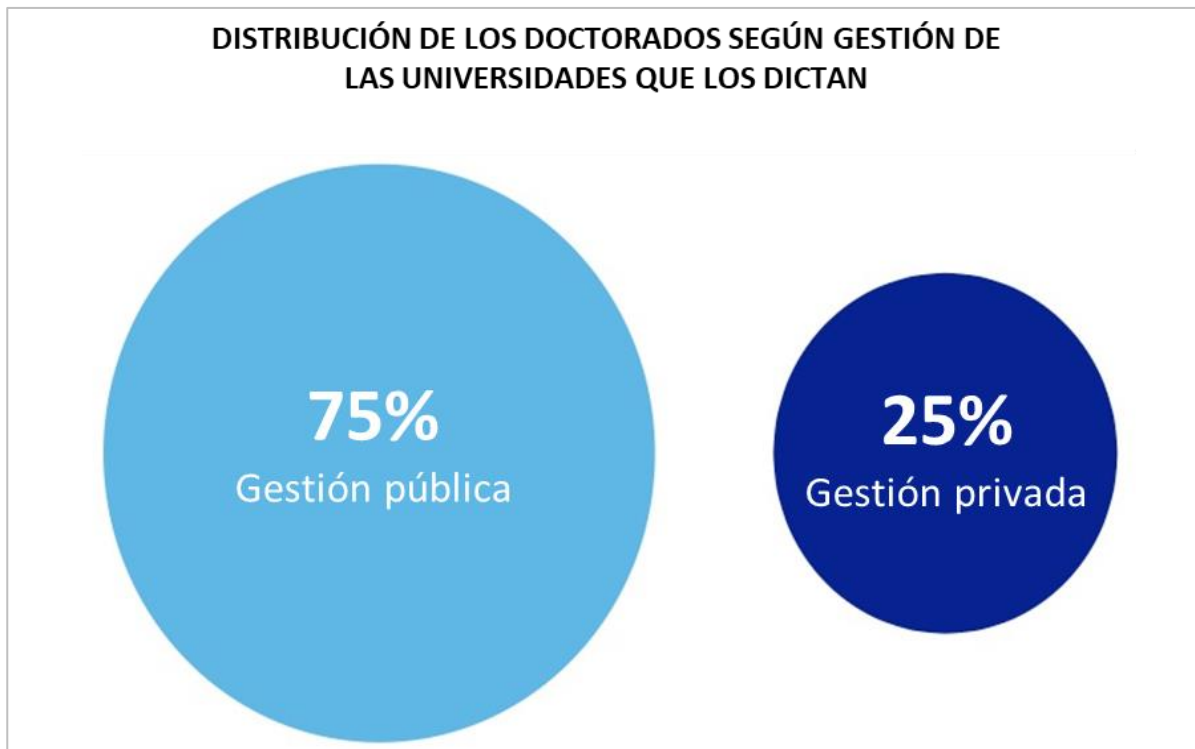


Figura 12. Distribución de los doctorados en periodismo y comunicación según gestión de las universidades que los dictan.

Se ha detectado, desde las reflexiones de sus referentes, que las universidades públicas tienen una tradición más arraigada y mayor compromiso por la investigación. No se ha detectado en las instituciones de gestión privada una inquietud o expectativa manifiesta por fomentar el trabajo investigativo de las unidades académicas o los docentes que son parte de las carreras de posgrado. Sirve como ejemplo que en la mayoría de los dictámenes de acreditación de las maestrías de las universidades privadas, la principal recomendación de los evaluadores es la de aumentar la cantidad de investigaciones vinculadas a la disciplina abordada en la carrera. Se profundiza sobre este tema en capítulos siguientes.

No existe oferta de doctorado en periodismo y comunicación en las regiones de nuevo cuyo, sur, NEA y NOA. Esto genera que un estudiante interesado en obtener su título de doctor deba acercarse a centros urbanos como CABA, La Plata, Córdoba o Rosario.

DISTRIBUCIÓN DE LOS DOCTORADOS SEGÚN UNIVERSIDAD



Figura 13. Distribución de los doctorados en periodismo y comunicación según universidad.

DISTRIBUCIÓN DE LOS DOCTORADOS SEGÚN LA REGIÓN EN LA QUE SE LOCALIZAN LAS UNIVERSIDADES QUE LOS DICTAN

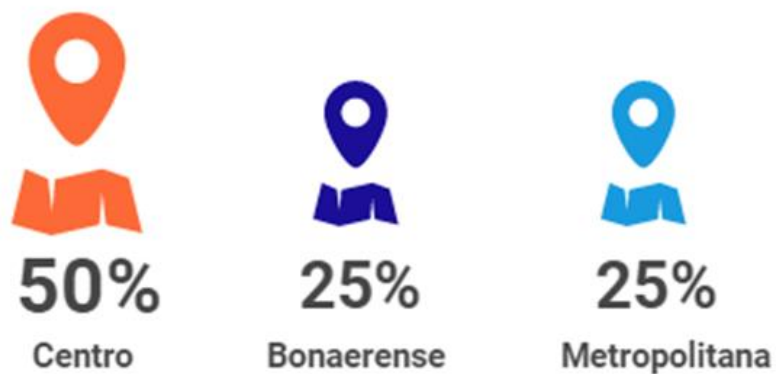


Figura 14. Distribución de los doctorados en periodismo y comunicación según la región en la que se localizan las universidades que los dictan.

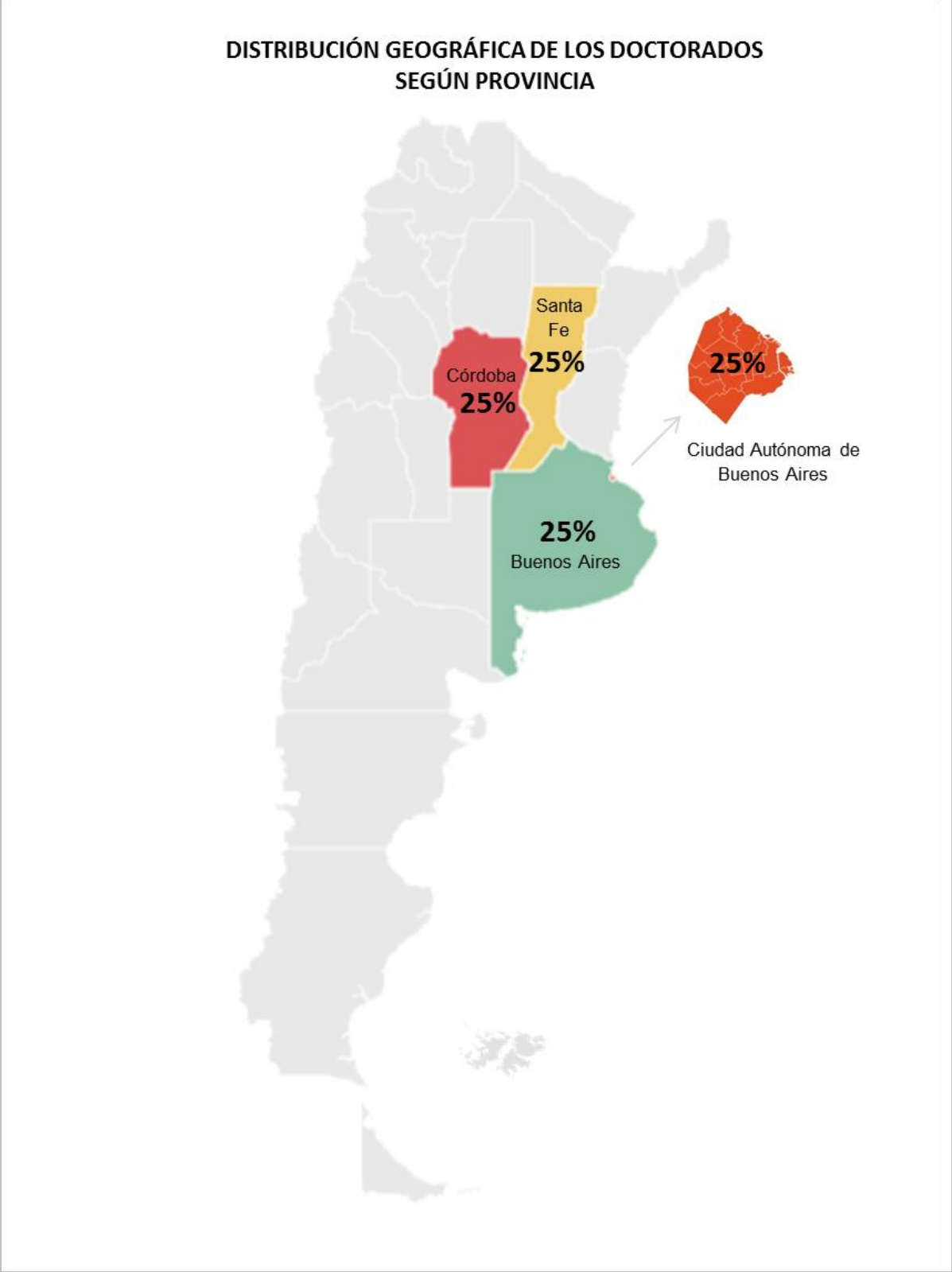


Figura 15. Distribución geográfica de los doctorados en periodismo y comunicación según provincia.

MAESTRÍAS

De los tres tipos de carrera de posgrado que señala la legislación nacional, las carreras de maestría, dentro de periodismo y comunicación, son las que reúnen mayor cantidad respecto de su oferta. Se ofrecen en el país 31 carreras de maestría que se distribuyen en 19 universidades.

Tabla 8
Maestrías en periodismo y comunicación en Argentina

MAESTRÍAS		
	CARRERA	UNIVERSIDAD
1	Dirección de Comunicaciones Institucionales	Universidad Argentina de la Empresa
2	Gestión de Contenidos	Universidad Austral
3	Gestión de la Comunicación en las Organizaciones	Universidad Austral
4	Comunicación para la Gestión del Cambio	Universidad Austral
5	Comunicación Política	Universidad Austral
6	Comunicación e Imagen Institucional	Universidad CAECE
7	Comunicación y Creación Cultural	Universidad CAECE
8	Comunicación Audiovisual	Universidad Católica Argentina
9	Comunicación y Cultura	Universidad de Buenos Aires
10	Periodismo	Universidad de Buenos Aires
11	Dirección de Comunicaciones Institucionales	Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales
12	Periodismo	Universidad de San Andrés
13	Comunicación Corporativa e Institucional	Universidad del Salvador
14	Periodismo de Investigación	Universidad del Salvador
15	Comunicación Corporativa e Institucional	Universidad Juan Agustín Maza

16	Comunicación y Cultura Contemporánea	Universidad Nacional de Córdoba
17	Comunicación	Universidad Nacional de Entre Ríos
18	Interculturalidad y Comunicación	Universidad Nacional de General Sarmiento
19	Comunicación, Cultura y Discursos Mediáticos	Universidad Nacional de La Matanza
20	Comunicación y Derechos Humanos	Universidad Nacional de La Plata
21	Periodismo y Medios de Comunicación	Universidad Nacional de La Plata
22	Comunicación y Criminología Mediática	Universidad Nacional de La Plata
23	Comunicación y Educación	Universidad Nacional de La Plata
24	Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales	Universidad Nacional de La Plata
25	Comunicación Digital Audiovisual	Universidad Nacional de Quilmes
26	Industrias Culturales: Políticas y Gestión	Universidad Nacional de Quilmes
27	Comunicación Digital Interactiva	Universidad Nacional de Rosario
28	Comunicación Estratégica	Universidad Nacional de Rosario
29	Comunicación Institucional	Universidad Nacional de San Luis
30	Periodismo Documental	Universidad Nacional de Tres de Febrero
31	Periodismo	Universidad Torcuato Di Tella

La Universidad Nacional de La Plata es la que concentra la mayor parte de la oferta de maestrías en periodismo y comunicación (5 carreras) con un 16,1% del total. En segundo lugar aparece la Universidad Austral con una oferta de 4 carreras (12,9%). Luego aparece un grupo de cinco universidades que ofrecen dos carreras: Universidad de Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes, Universidad Nacional de Rosario, del Salvador y CAECE; y otro grupo de doce universidades que ofrece una carrera de maestría: Torcuato Di Tella, Universidad Nacional de Tres de Febrero, Universidad Nacional de La Matanza, Universidad Nacional de General Sarmiento, Universidad Nacional de San Luis, Juan Agustín Maza, Universidad Nacional de Entre Ríos, San Andrés, Católica Argentina, UADE, Universidad Nacional de Córdoba y Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.

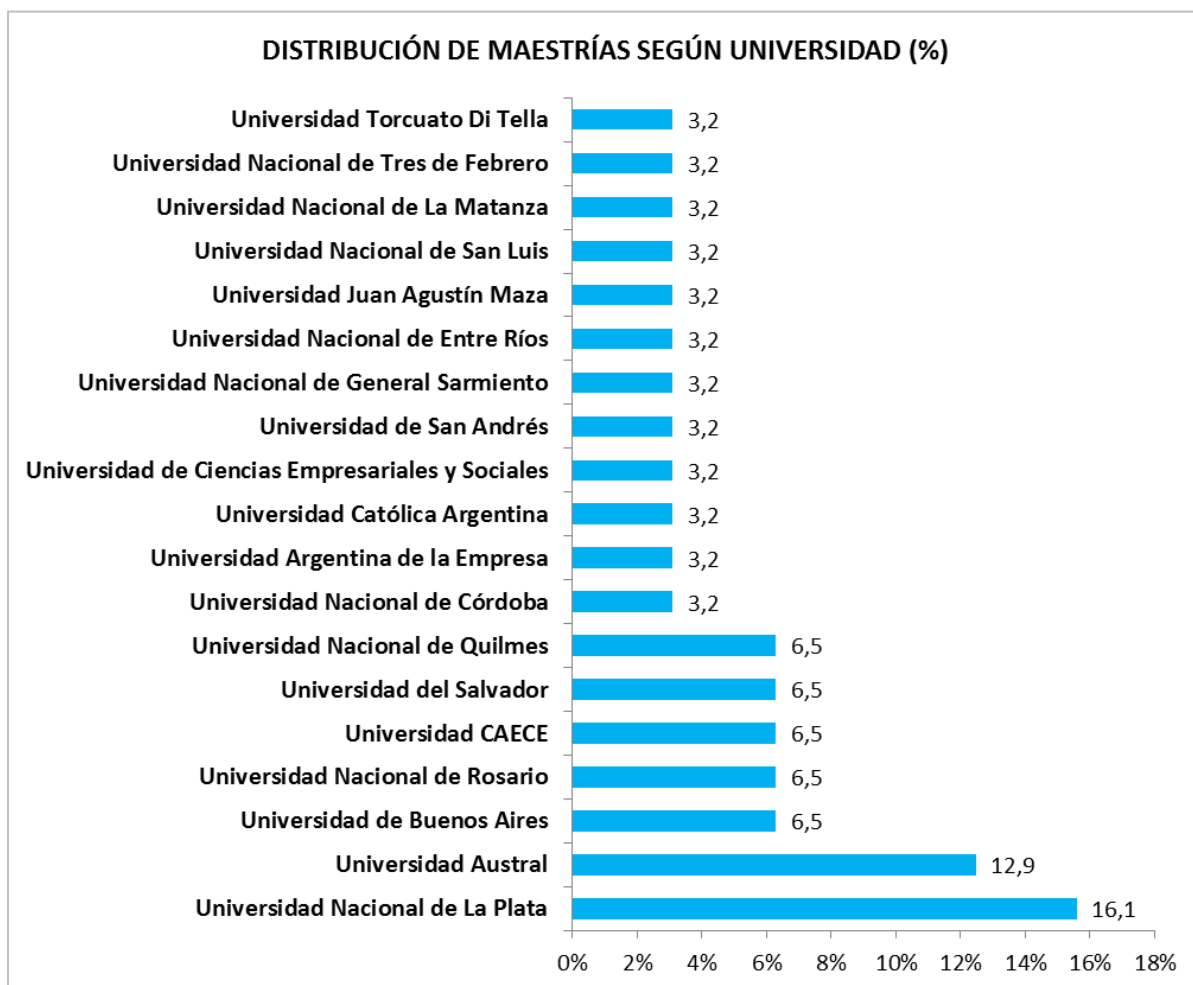


Figura 16. Distribución de las maestrías en periodismo y comunicación según universidad.

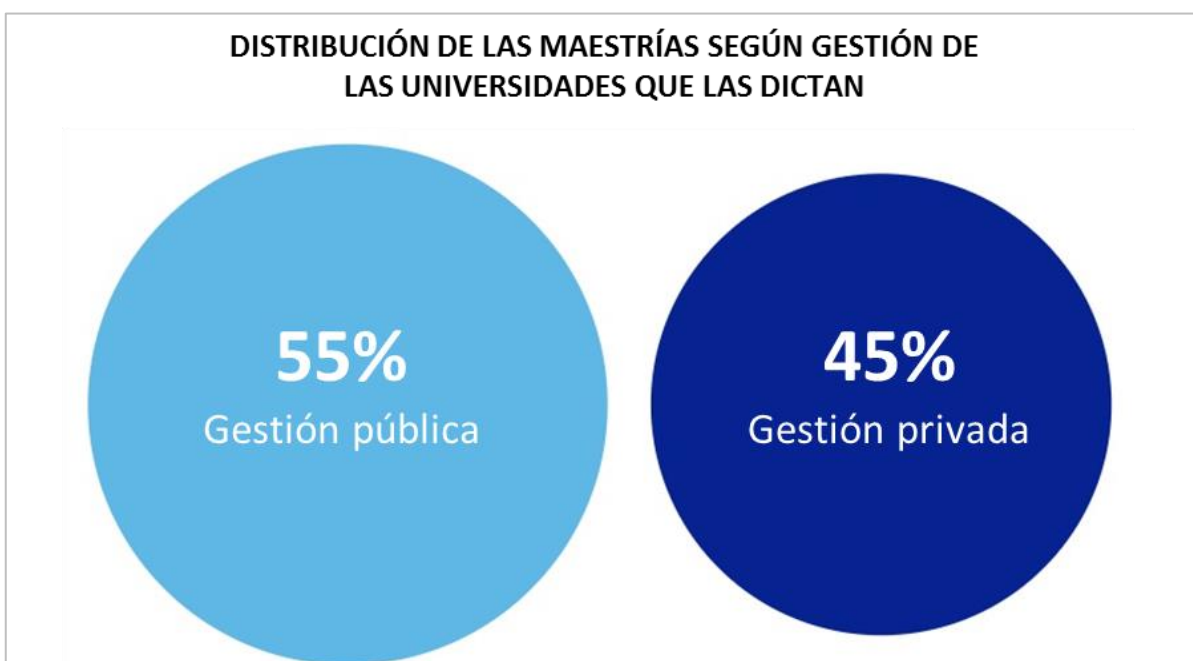


Figura 17. Distribución de las maestrías en periodismo y comunicación según gestión de las universidades que las dictan.

La distribución de estas maestrías es bastante pareja en función del tipo de gestión de la universidad donde se dictan. El 55% de estas carreras (17) se dictan en universidades de gestión pública mientras que el restante 45% se dicta en universidades de gestión privada (14 carreras).

Casi dos tercios de las carreras (65%) de este tipo de carreras se dictan en la región metropolitana, dato que también confirma el alto grado de concentración que existe en el país respecto de la formación de posgrado en periodismo y comunicación. En segundo lugar aparece la región bonaerense con un 16% de la oferta, luego la región centro con un 13% y finalmente nuevo cuyo con un 6%. Tomando otro criterio de clasificación como la ciudad y provincia donde se localiza el dictado de las carreras de posgrado, más del 80% de las maestrías se radican entre la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (48,4%) y la Provincia de Buenos Aires (32,3%). El resto de la oferta se encuentra en la Provincia de Santa Fe con un 7,5% y las Provincias de Córdoba, San Luis, Mendoza y Entre Ríos con un 3,2% cada una.

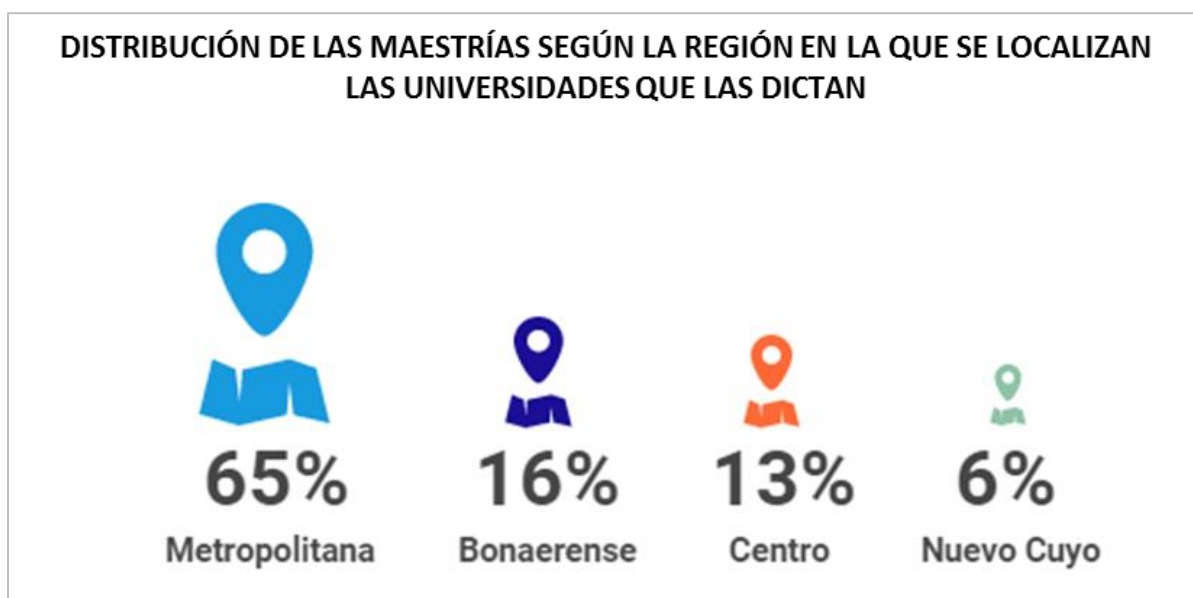


Figura 18. Distribución de las maestrías en periodismo y comunicación según región en la que se localizan las universidades que las dictan.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS MAESTRÍAS SEGÚN PROVINCIA

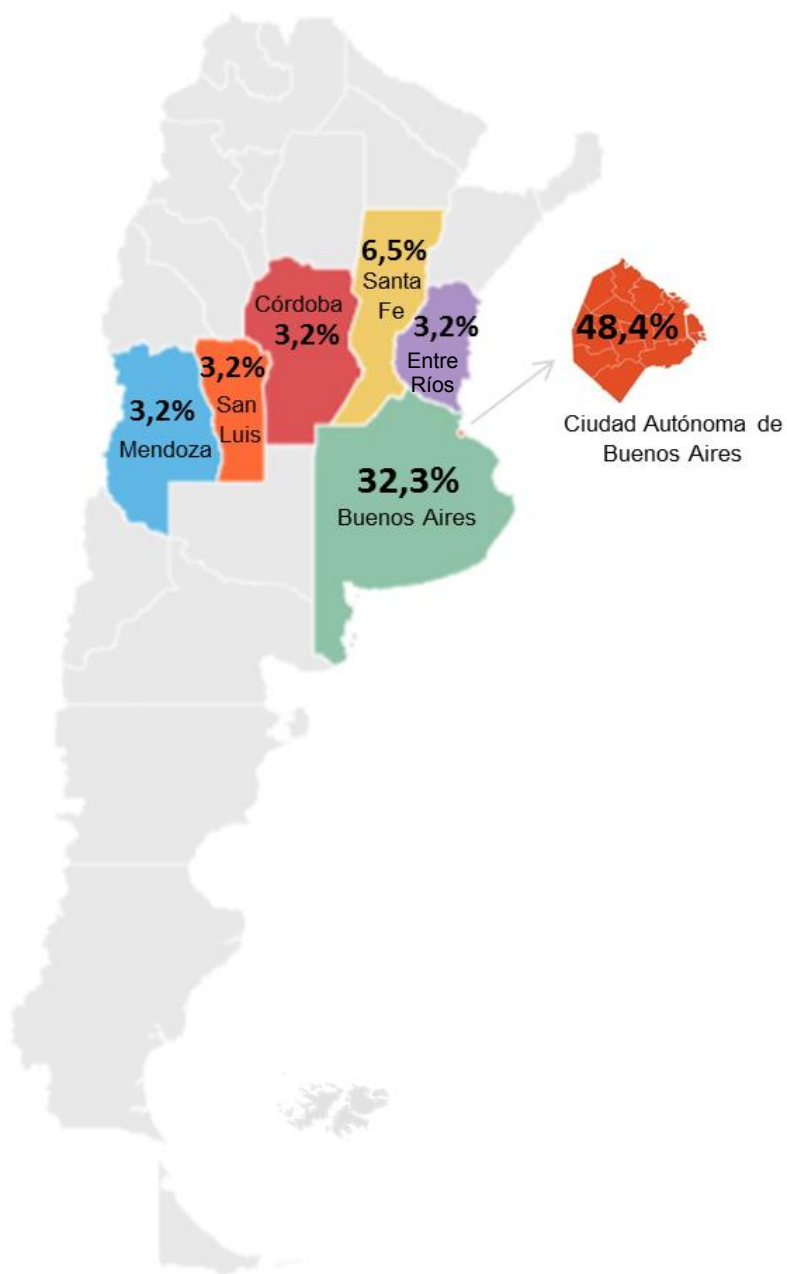


Figura 19. Distribución geográfica de las maestrías en periodismo y comunicación según provincia.

Como se ha explicado más arriba en el desarrollo de la normativa al respecto, en Argentina las maestrías pueden ser de tipo académico o de tipo profesional. La distribución en cuanto a esta dimensión es bastante pareja, siendo un 55% de la oferta de maestrías de tipo académico mientras que el restante 45% corresponde a maestrías de tipo profesional.



Figura 20. Distribución de las maestrías en periodismo y comunicación según tipo.

En el caso de esta descripción de tipos de maestrías, existe una clara diferencia de lo que sucede en las universidades públicas respecto de las privadas. Del total de maestrías académicas que se ofrecen, el 82% (14 carreras) están localizadas en universidades públicas mientras que el restante 18% (3 carreras) en universidades privadas. Casi lo opuesto sucede respecto de las maestrías profesionales: 79% (11 carreras) se ofrece en universidades privadas y el restante 21% (3 carreras) en universidades de gestión estatal. En análisis posteriores se ahondará en esta particularidad del sistema de educación superior.

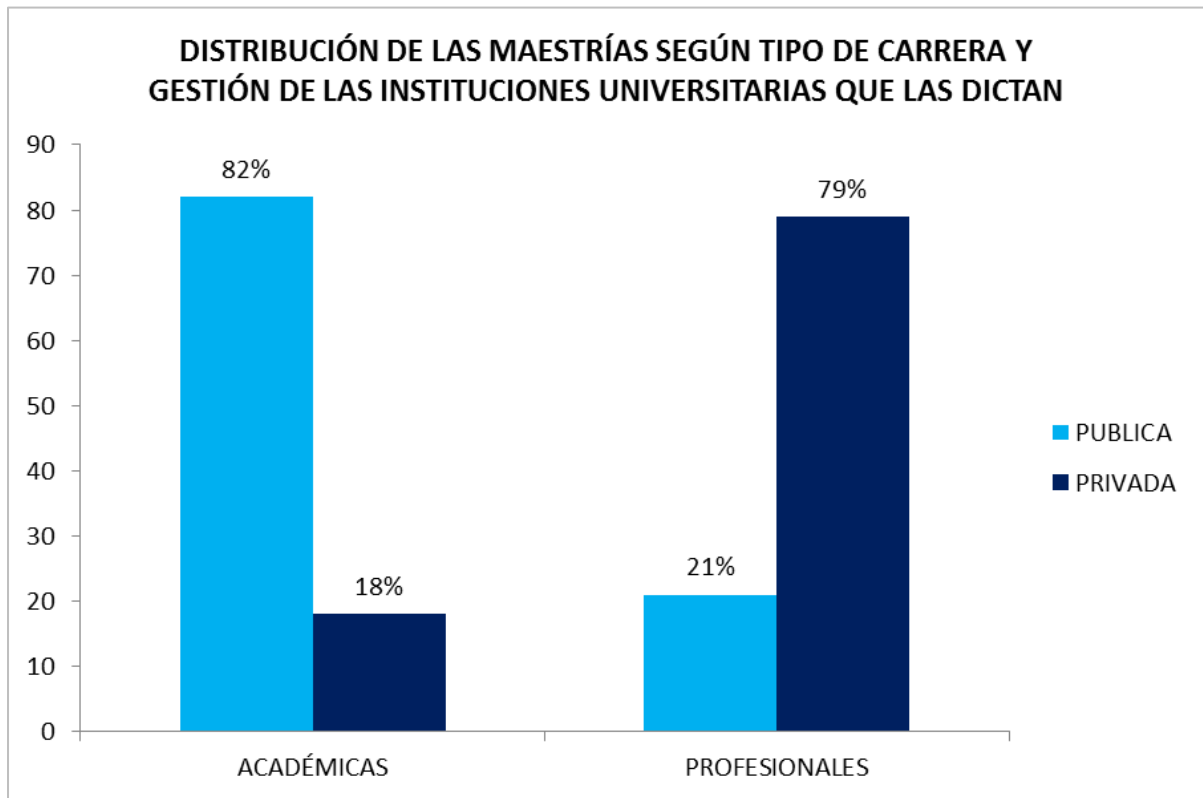


Figura 21. Distribución de las maestrías en periodismo y comunicación según tipo de carrera y gestión de las universidades que las dictan.

ESPECIALIZACIONES

En el caso de las especializaciones, la oferta en nuestro país consta de 22 carreras que se concentran en 9 universidades.

Tabla 9

Especializaciones en periodismo y comunicación en Argentina

ESPECIALIZACIONES		
	CARRERA	UNIVERSIDAD
1	Periodismo Digital	Universidad Abierta Interamericana
2	Planificación y Gestión del Periodismo	Universidad de Buenos Aires
3	Comunicación en Salud	Universidad Maimónides
4	Lenguaje y Comunicación Digital	Universidad Nacional de Córdoba
5	Gestión y Producción de Medios Audiovisuales	Universidad Nacional de Córdoba
6	Periodismo Gráfico	Universidad Nacional de Córdoba
7	Comunicación Pública de la Ciencia y Periodismo Científico	Universidad Nacional de Córdoba
8	Comunicación Digital	Universidad Nacional de La Plata
9	Comunicación Radiofónica	Universidad Nacional de La Plata
10	Comunicación Social, Periodismo y Género	Universidad Nacional de La Plata
11	Comunicación y Ambiente	Universidad Nacional de La Plata
12	Comunicación y Juventudes	Universidad Nacional de La Plata
13	Comunicación y Salud	Universidad Nacional de La Plata
14	Periodismo Cultural	Universidad Nacional de La Plata
15	Edición	Universidad Nacional de La Plata
16	Prácticas, Medios y Ámbitos Educativos Comunicacionales	Universidad Nacional de La Plata
17	Periodismo Económico	Universidad Nacional de Mar del Plata
18	Comunicación Digital Audiovisual	Universidad Nacional de Quilmes

19	Comunicación Ambiental	Universidad Nacional de Rosario
20	Comunicación Digital Interactiva	Universidad Nacional de Rosario
21	Comunicación Política	Universidad Nacional de Rosario
22	Comunicación y Culturas Contemporáneas	Universidad Nacional del Comahue

En este tipo de carreras es donde se refleja con mayor claridad el predominio de la Universidad Nacional de La Plata con un 40,9% de la oferta (9 carreras). Lo sigue la Universidad Nacional de Córdoba con un 18,2% (4 carreras) y la Nacional de Rosario con un 13,6% (3 carreras). Sólo dos universidades privadas ofrecen una carrera de especialización: la Maimónides y la Abierta Interamericana (UAI).

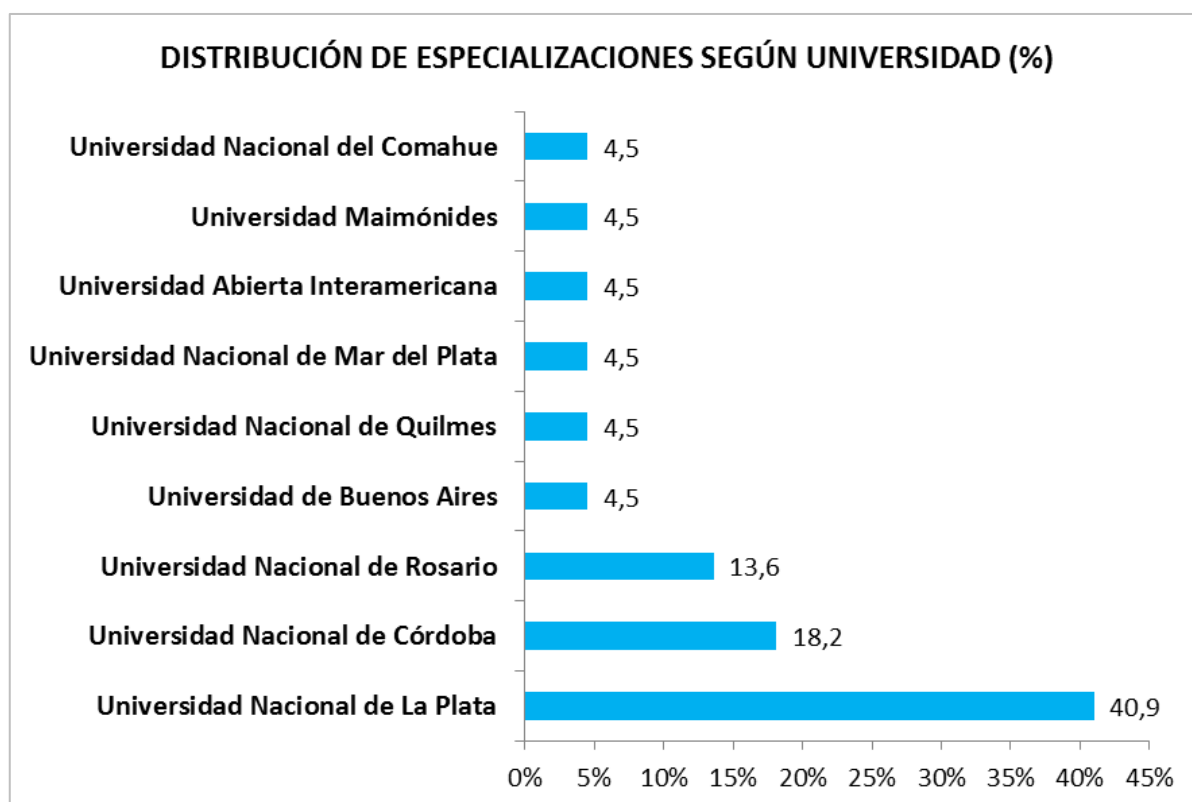


Figura 22. Distribución de las especializaciones en periodismo y comunicación según universidad.

Es en este tipo de carreras donde aparece la mayor diferencia entre el dictado en universidades de gestión pública y las de gestión privada. 9 de cada 10 carreras (91%) se dicta en universidades públicas mientras que solamente un 9% en universidades de gestión privada.

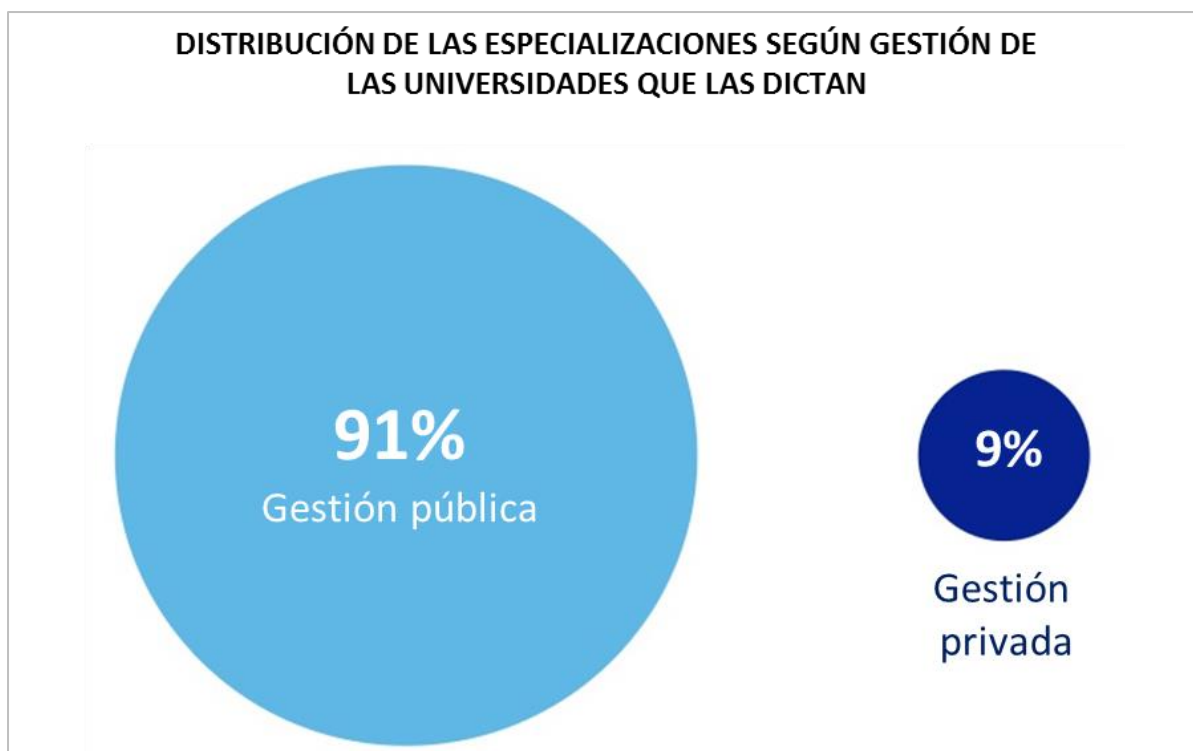


Figura 23. Distribución de las especializaciones en periodismo y comunicación según gestión de las universidades que las dictan.

Siendo la Universidad Nacional de la Plata la que ofrece mayor cantidad de especializaciones (9 carreras), trae como consecuencia que la región bonaerense sea la que tiene la mayor participación a nivel de regiones con un 45% de la oferta, seguida por la región centro que cuenta con las Universidades Nacionales de Córdoba y Rosario con un 32%. Finalmente, en la región metropolitana se ofrecen el 18% de las carreras y en la región sur un 5%.

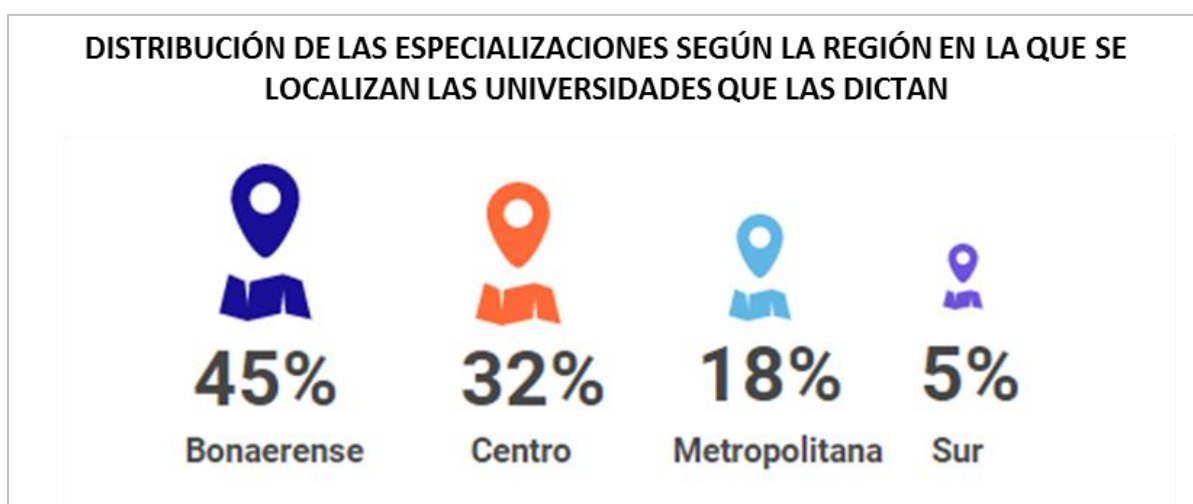


Figura 24. Distribución de las especializaciones en periodismo y comunicación según región en la que se localizan las universidades que las dictan.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS ESPECIALIZACIONES SEGÚN PROVINCIA

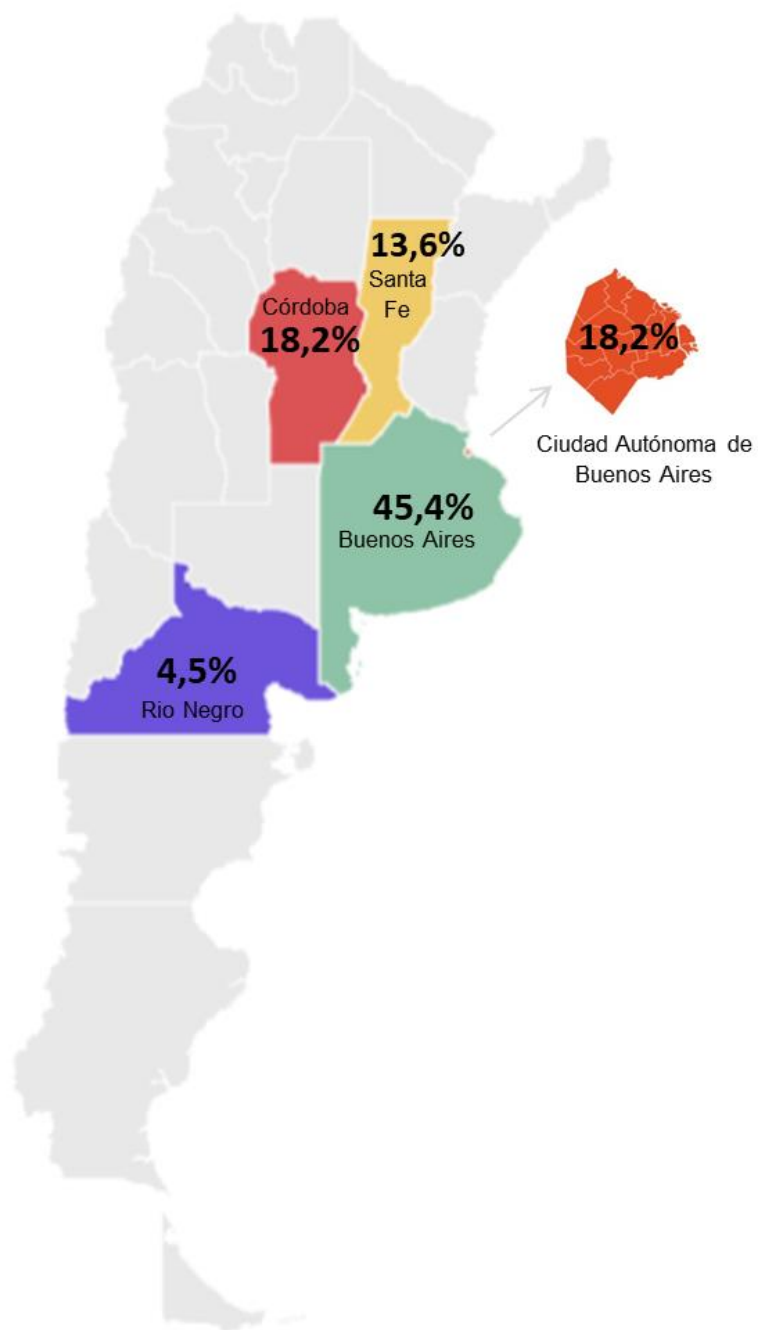


Figura 25. Distribución geográfica de las especializaciones en periodismo y comunicación según provincia.

LOS PROYECTOS FORMALES DE CARRERA PRESENTADOS ANTE LA CONEAU

Tomando como referencia la metodología propuesta por Fuentes Navarro y Bustamante Farías citada previamente, luego del inventario se indagará sobre tendencias y marcos institucionales. Esta tarea se ha realizado sobre la base de dos fuentes de información: por un lado los proyectos formales que presentan las instituciones ante la CONEAU para la aprobación de nuevas carreras o para la acreditación de carreras vigentes; y por otro lado la voz de los actores referentes de la formación de posgrado en periodismo y comunicación en nuestro país.

La presentación de un proyecto formal de nueva carrera implica la definición de una serie de conceptos como fundamentación, objetivos, perfil de la carrera, perfil del graduado, plan de estudios y tipo de trabajo final. Estos contenidos son cargados en una plataforma informática para luego ser evaluados por un comité de pares evaluadores, quienes recomiendan al directorio de la CONEAU la aprobación o la acreditación de la carrera. Esta información se obtuvo de la plataforma informática denominada CONEAU Global y se presenta resumida en un anexo de esta investigación.

En la búsqueda de tendencias y marcos institucionales el recorrido por el análisis de la información presentada por las instituciones en los proyectos formales y luego su contrastación con los referentes de las carreras nos señala una primera afirmación: no existe plena coincidencia entre lo presentado en el proyecto formal con lo expresado por los referentes. A modo de ejemplo, los objetivos de una carrera o el perfil de los graduados buscado que se explicita en un proyecto formal, no coincide en muchos casos con los objetivos o ese mismo perfil cuando se lo consulta al director, un decano o un docente.

Respecto de esta desarticulación entre la información presentada en el proyecto de la carrera y el funcionamiento de una carrera ya en marcha, pueden identificarse algunas causas. En primer lugar, los proyectos no tienen en cuenta el perfil del graduado. Fundamenta esta afirmación Marcela Groppo, directora de Acreditación de carreras de CONEAU: “El primer problema tiene que ver con lo que la gente cree que tiene que tener una carrera de posgrado; entonces miran los campos que tienen que completar para la aprobación del proyecto olvidándose de lo que realmente quieren de la carrera. Algo que trabajamos ahora bastante en los cursos de formación de CONEAU es la noción de que una carrera empieza pensando que querés que sea la persona que termina esa carrera; ¿cuál es el perfil del graduado? El perfil

debe ser claro, es decir, que quede claro que querés formar. ¿Querés formar un periodista o querés formar una persona que gestione medios de comunicación? Ese es el primer problema que tienen en el diseño de las carreras. Están pensando en una carrera pero no piensan cual es el perfil de egreso”. Agrega Groppo respecto de los problemas que suelen presentar las carreras de posgrado: “Lo que se ve muy poco es un análisis de lo que necesita la sociedad o cómo podría impactar la carrera. Y en algunos casos manifiestan que lo hacen, pero después se dan cuenta que el análisis no estuvo bien hecho porque no tienen inscriptos y la carrera nunca llega a abrirse”.

En segundo lugar, se ve en muchos casos que para el diseño de una carrera se privilegia el *espacio académico* de ciertos docentes, pensando antes en incorporar las materias que “tienen” que estar que en los contenidos necesarios para cumplir con los objetivos propuestos y el perfil de graduado buscado. En esta línea también se manifiesta Marcela Groppo: “A veces los planes se arman por la misma gente que está en el cuerpo académico, y entonces dicen ‘como tenemos a estos docentes pongamos estas materias’”.

En tercer lugar, el error más común que puede encontrarse es la disociación entre las personas que completan el proyecto de la carrera y los que luego la llevan adelante. La idea original es dejada en manos de una persona o un equipo que tiene la función de cumplir con la formalidad de definir objetivos, perfiles, planes de estudios y otras variables importantes para su aprobación en la instancia formal en CONEAU. Así lo explica Mariano Calbi, coordinador de Acreditación de carreras de posgrado en CONEAU: “Hay que pensar en cuál es la relación que tienen los equipos que se arman para presentar las carreras ante la CONEAU con el cuerpo académico y la autoridad de los posgrados que presentan. Esa relación es bastante incierta. Es algo que no está suficientemente calibrado en general. La gente que se dedica a la carrera y en general está participando en una serie de actividades que la universidad exige, no solo en posgrados sino también en grado, como ser el desarrollo de actividades de investigación o de transferencia, se reconoce en ese rol pero no se reconoce en el rol de dar cuenta de cómo se conforman los procesos formativos de los alumnos. Es decir, la carrera de posgrado se ve como un derrame de una actividad académica que el equipo docente y la estructura de gobierno de ese equipo docente viene desarrollando de antemano. Entonces una de las consecuencias que eso tiene es que lo que se informa a la CONEAU, se informa a los efectos muchas veces de cumplir con un trámite administrativo. Y eso es un problema. Los comités de pares evaluadores le prestan mucha atención a los términos en los que se fundamenta la propuesta, los planes de estudios o las reglamentaciones, entre otros aspectos.

Y muchas veces las observaciones pasan por marcar la desconexión que hay entre el equipo que hace la presentación, la información presentada y las autoridades de la carrera”.

Respecto a este problema, insiste Groppo: “No hay una buena articulación entre quienes llevan adelante la carrera y quienes hacen la presentación. Tenemos muchos casos que te dicen que el proyecto lo presenta un área de la universidad; pero lo importante es que esa área articule con el director y con la gente que gestiona la carrera. Muchas veces nos encontramos con que copian y pegan. Eso está mal. A veces eso hace que no se pueda hacer una buena evaluación. Por ejemplo, en algunas carreras aparecen un montón de objetivos que no les interesan y nunca los van a tener en cuenta, pero aparecen ahí porque pueden quedar bien. Ese problema se hace visible cuando la carrera está en funcionamiento: las tesis o investigaciones no tienen nada que ver con lo que se decía que se iba a hacer. En ocasiones se cree que para acreditar una carrera se tiene que poner algunas cosas sí o sí. Otro ejemplo puede ser la mención que algunos actores de las universidades hacen respecto a los tipos de maestrías. Simbólicamente existe la idea que la maestría académica tiene más jerarquía que la profesional; ¿cómo voy a hacer una maestría profesional? Esa idea termina jugando en contra de la carrera, lo importante es pensar que sea una buena carrera, académica o profesional, porque el título después no diferencia por esta categoría”.

Aparecen dos déficits que encabezan la tendencia respecto a las dificultades de las carreras que surgen en los informes de evaluación. Por un lado, la formación práctica. Así lo define Mariano Calbi: “Las dificultades en general están relacionadas con la formación práctica que debe realizarse fuera de la universidad. Hay una contraparte donde el alumno debe realizar su formación práctica. Para eso es necesario un convenio, y ese convenio muchas veces no está, o no se ve especificado cómo la universidad va a supervisar esas prácticas fuera de la universidad”. Por otro lado, aparece como déficit la falta de investigación vinculada a la carrera. Afirma Daniel Baraglia, Secretario General de la CONEAU: “Los programas académicos como los doctorados o maestrías académicas suelen mostrar dificultades respecto de proyectos de investigación a los cuales puedan sumarse quienes cursen o se gradúen de una carrera de posgrado. Las carreras deben contemplar en su diseño esta posibilidad de inserción”.

El recorrido por el contenido de los proyectos no permite detallar claramente tendencias generales o comunes de las 57 carreras identificadas, o de una mayoría de ellas. Sí pueden identificarse algunos conceptos que las instituciones eligen remarcar en sus proyectos como

elementos diferenciadores. En el caso de los cuatro proyectos de doctorados que se analizan en esta investigación, se pueden encontrar algunos ejemplos que permiten señalar alguna diferencia entre ellos. El Doctorado en comunicación social de la Universidad Nacional de Córdoba “se orienta al estudio de los procesos de mundialización de la cultura”, mientras que el Doctorado en comunicación de la UNLP se inscribe en un “proyecto regional”. Por otro lado, la Universidad Austral busca en su perfil de carrera trazar “un mapa de las comunicaciones en Argentina y en el Mercosur”. El Doctorado de la Universidad Nacional de Rosario menciona en su fundamentación: “Una tradición fundada por el nivel de grado en Comunicación Social” y por este motivo se basa en “la trayectoria nacional e internacional de la semiótica”.

Los proyectos mencionan que existe una vinculación entre las propuestas superiores en Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata y la Universidad Nacional de Córdoba. En el perfil del Doctorado en comunicación social de esta última casa de altos estudios, se plasma que “existen acuerdos (carta de intención para firma de convenios) con el Doctorado en comunicación social de la Universidad Nacional de La Plata con el objetivo de facilitar el intercambio de estudiantes y potenciar la realización de actividades académicas y de investigación de alto nivel”.

El Doctorado en comunicación de la Universidad Austral enuncia en su perfil de carrera que la vinculación con otras universidades se contempló desde los albores de la carrera: “(...) desde 1995 se comenzó a estudiar la gestión de doctorados realizados en el país (Universidad Nacional de La Plata) y en el extranjero (Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Navarra, Universidad Autónoma de Barcelona, Pompeu Fabra, Universidad de Bologna, Universidad de la Laguna, etc.) con el fin de aprovechar y capitalizar sus experiencias al respecto”.

Como se evidencia, la Universidad Austral desde el proyecto de la carrera ya contemplaba la relevancia de la vinculación. Luego, se enuncia que ya creado el Doctorado en comunicación “se acrecentó el acercamiento con doctorados de otras universidades extranjeras”.

Otro punto a destacar es el marco en el cual se inscriben las propuestas de posgrado. En el caso de la UNLP, como se señaló en el apartado de doctorado, la institución extiende sus aportes en un contexto latinoamericano. El Doctorado en comunicación de UNLP se inscribe en un “proyecto regional” y se verá que las especializaciones se enmarcan en una “mirada latinoamericanista”.

En el caso de las maestrías, la citada Resolución Ministerial N° 160/11 generó uno de los cambios más relevantes en la Argentina sobre los estudios de posgrado: la diferenciación entre maestrías académicas y maestrías profesionales.

En este sentido, la normativa dio respuesta a una discusión que se planteaba en las políticas de posgrados desde hace años atrás en la Argentina: la necesidad de formar para la investigación o formar profesionales, dimensión profundizada en apartados anteriores a través de las concepciones de Mabel Dávila entre otros autores.

Para ejemplificar este proceso se puede nombrar la Maestría en periodismo y medios de comunicación de UNLP que expone en su perfil de carrera que “es la primera carrera de posgrado del país que plantea una respuesta a las demandas existentes en el plano de la investigación y el desarrollo de los procesos vinculados con la planificación y gestión de medios”. Si bien la Maestría exige para su graduación la realización de una tesis de investigación, en el perfil del graduado se detalla que “el área a profundizar es la práctica profesional e incluye un fuerte componente de práctica intensiva”. Esta ambigüedad responde a que los orígenes de la maestría se remontan al 2011, cuando se aprobó la Resolución Ministerial 160/11. El debate ya estaba planteado pero recién la normativa se aprobó un año después.

Cabe recalcar que una diferencia sustancial entre el tipo de maestría se deduce del trabajo final que cada una solicita para la obtención del título. La normativa establece:

“El trabajo final de una maestría profesional es un proyecto, un estudio de casos, una obra, una tesis, una producción artística o trabajos similares que dan cuenta de una aplicación innovadora o producción personal que, sostenida en marcos teóricos, evidencian resolución de problemáticas complejas, propuestas de mejora, desarrollo analítico de casos reales, muestras artísticas originales o similares y que estén acompañadas de un informe escrito que sistematiza el avance realizado a lo largo del trabajo.

(...) El trabajo final de una maestría académica es una tesis que da cuenta del estado del arte en la temática elegida y de la implementación de una metodología de investigación pertinente a la misma”.

De este modo, las carreras de maestrías de tipo profesionales culminan con un proyecto, obra, estudio de casos, ensayo, informe de trabajo de campo u otras que permitan evidenciar la

integración de aprendizajes realizados en el proceso formativo, la profundización de conocimientos en un campo profesional y el manejo de destrezas y perspectivas innovadoras en la profesión. Mientras que las carreras de maestría de tipo académicas solicitan un trabajo final en un campo disciplinar o interdisciplinar, individual y escrito con formato de tesis el cual evidencie el estudio crítico de información relevante respecto del tema o problema específico y el manejo conceptual y metodológico propio de la actividad de investigación.

Analizando las tendencias se evidencia que las universidades con mayor tradición como la Universidad Nacional de La Plata, la Universidad Nacional de Córdoba, la Universidad de Buenos Aires y la Universidad del Salvador brindan propuestas del tipo académicas. Entonces, más allá del debate que se ha dado sobre si formar profesionales o formar académicos e investigadores, se ve que en el caso de las instituciones de educación superior que ya contaban con la tradición de maestrías académicas continuaron priorizando este tipo de oferta aún con el cambio de la normativa que permitía la creación de maestrías profesionales.

Para citar otro ejemplo, el caso de la Maestría en periodismo (que es ofrecida tanto por la Universidad de Buenos Aires, la Universidad de San Andrés y la Universidad Torcuato Di Tella), la propuesta es del tipo profesional en las universidades de gestión privada mientras que es del tipo académica en la UBA.

Una característica de la Casa de Altos Estudios platense es que las propuestas de posgrado se articulan y dialogan con otras maestrías, lo que genera un vínculo interdisciplinar en la formación. Por ejemplo, la Maestría en comunicación y criminología se articula con la Maestría en comunicación y Derechos Humanos.

Además, la UNLP se inscribe en un paradigma no sólo teórico sino también político. Para dar un ejemplo se puede citar el perfil de la carrera sobre criminología el cual expone una postura política bien marcada: “La presente Maestría, desde una mirada crítica, apuesta al enriquecimiento de la capacitación en relación a este tema, cual es la comunicación en su relación con la criminología, entendiendo que la universidad pública no deja nunca de ser un territorio de sentidos en disputa, en el cual es posible y necesario acentuar la formación de sus actores hacia un espíritu crítico, democrático, inclusivo. Al mismo tiempo esta Maestría apuesta a la producción de un conocimiento que aporte nuevos saberes al abolicionismo de la cultura represiva”.

En tanto, sobre la carrera Comunicación digital interactiva de la UNR, se consigna en su perfil de carrera los vínculos externos sobre los cuales se edificó la oferta del posgrado: “Esta propuesta es producto del camino que la carrera de comunicación social comenzó a transitar desde el 2001. Institución pionera que desarrolló primeramente un área de desarrollo multimedia, produciendo una serie de CD-ROM multimedia educativos, y siguió con el intercambio de experiencias entre los miembros permanentes de la Red ICOD (Red Iberoamericana de Comunicación Digital)”.

La Maestría en comunicación estratégica de la Universidad Nacional de Rosario y casi totalidad de la oferta de maestría de la UNLP responden a lo que Barsky y Dávila (2004) señalan como un rasgo de los posgrados a partir del Siglo XXI: interdisciplinariedad. En este sentido, la comunicación sobrepasa el campo disciplinar y se entiende en relación con otras disciplinas de las ciencias sociales y de la información. En el caso de la UNR el perfil de la carrera Comunicación estratégica indica que “la perspectiva (...) tiene tradición en esta Universidad, se ha gestado y desarrollado en este ámbito y goza de reconocimiento en el país y en el exterior”. Es decir que al constituir una corriente teórica sólida la institución se vincula con diversas universidades que siguen dicha línea comunicacional.

Como otro ejemplo de cómo se sitúan las carreras desde su fundamentación, la Universidad Nacional de Córdoba plantea que la Maestría en comunicación y cultura contemporánea se ha constituido como “una de las instituciones de referencia en los estudios de comunicación nacionales e internacionales”, y respalda dicha afirmación en “la requerida participación y el valorado desempeño de autoridades, docentes y egresados, en asociaciones de docencia e investigación como FADECCOS (Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social), FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social) y ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), entre otras”.

Otro de los puntos importantes que se desprende del análisis de los proyectos es la vinculación. En la oferta de posgrados en comunicación a nivel nacional surgen dos casos interesantes para analizar: la Maestría en periodismo de la Universidad de San Andrés en alianza con el diario Clarín y la Maestría en periodismo de la Universidad Torcuato Di Tella que se realiza a partir del vínculo con el diario La Nación.

La Universidad de San Andrés cimienta dicho vínculo en el perfil de la Maestría informado ante CONEAU: “La carrera comenzó a gestarse en octubre de 1998. El proceso de definición fue complejo y prolongado ya que fue realizado por un comité ad hoc integrado por

profesores del departamento de humanidades de la universidad, especialmente de la Licenciatura en comunicación y periodistas de reconocida trayectoria profesional, algunos pertenecientes al Grupo Clarín. El propósito fue diseñar una Maestría que respondiera a las necesidades educativas de la comunidad en materia de formación periodística. Uno de los objetivos que se propuso la Maestría fue convertirse en una carrera que convoque a estudiantes de toda Latinoamérica”.

Como se desprende de dicha fundamentación, la Universidad buscaba generar una propuesta que sea llamativa para alumnos no sólo de nuestro país sino de otras partes del mundo, y en la fundamentación se comunica que dicho objetivo fue logrado ya que la Maestría cuenta con “un 20% de alumnos extranjeros pero no sólo de América Latina (Venezuela, Ecuador, Chile, Colombia, México, entre otros) sino también de países como España, Dinamarca y Francia”, de acuerdo a lo manifestado ante el organismo.

El caso análogo de vinculación con un medio de comunicación de relevancia nacional como se señaló con anterioridad es la Maestría en periodismo de la Universidad Torcuato Di Tella. Así se enuncian sus orígenes: “En el año 2001 la Universidad Torcuato Di Tella y el diario La Nación, en función de la carencia de oferta académica de posgrado en la formación de periodistas, acordaron desarrollar una Maestría en periodismo dirigida a graduados universitarios que deseen dedicarse a la actividad periodística”. En suma, el objetivo era una oferta de posgrado en periodismo la cual haga hincapié en los aspectos profesionales por sobre los académicos.

En el caso de las especializaciones, la principal tendencia a destacar es que del total, sólo dos son de universidades de gestión privada: la Especialización en periodismo digital de la UAI y la Especialización en comunicación y salud de Universidad Maimónides. Es decir que sólo el nueve por ciento de la oferta de especializaciones se corresponde con especializaciones presentadas por universidades privadas mientras que el 91 por ciento pertenece a universidades públicas.

En el caso de la UNLP las especializaciones se articulan tanto con las carreras de grado como con las maestrías de dicha área. Esta coherencia entre las líneas de grado y el primer peldaño de la propuesta de posgrados en la Argentina se contraponen con la proliferación de los llamados “posgrados de consumo”, dado que no son creados “ad hoc” sólo para responder a una demanda de mercado sino que articulan con el proceso formativo que propicia la universidad. La Especialización en comunicación radiofónica en su perfil enuncia la

articulación con la Maestría en planificación y gestión de procesos comunicacionales y con la Maestría en periodismo y medios de comunicación. Este hecho se replica en otras especializaciones y demuestra que las primeras instancias se enlazan con maestrías y el doctorado. Dicha articulación es un claro ejemplo de una formación de posgrado coherente y no creada sólo a fines de satisfacer una demanda del mercado.

Siguiendo con el ejemplo de la UNLP, otra tendencia en el interior de la oferta de especializaciones es el vínculo con la realidad social, la cual se suscita desde la propuesta de posgrados hasta en la fundamentación de las carreras. Entre las carreras que se destacan en este sentido se pueden consignar la Especialización en Comunicación y ambiente, Comunicación y juventudes, Comunicación y salud, y Comunicación social, periodismo y género. Especialmente, sobre la última propuesta enunciada, y a efectos de fundamentar lo destacado con anterioridad, se presenta a continuación un extracto de los objetivos de la carrera: “Es el momento histórico indicado para proponer a periodistas, comunicadoras y comunicadores, así como a egresados y egresadas de las ciencias sociales, un espacio académico de formación, en el que se promueva el ejercicio de una comunicación social construida desde una forma de abordar la realidad que contemple la dimensión de género, en pos de una sociedad inclusiva y democrática, en el marco de un enfoque de protección de derechos humanos de las mujeres y de los colectivos LGTBI (lesbianas, gays, transexuales, bisexuales, intersexuales), históricamente vulnerados”.

De este modo, la UNLP expone que “la política institucional de Posgrado se concentró en una estrategia de focalización y especialización de su oferta académica” y por este motivo expandió tanto sus “campos de conocimiento como a los procesos socio-históricos y políticos, que se han complejizado y transformado”. La propuesta formativa entonces armoniza con las políticas públicas ya que la misma se enmarca en la Ley 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra la Mujeres; aporta en este sentido que es una obligación por parte del Estado la de “fomentar la capacitación de periodistas y comunicadoras/es con el objetivo de eliminar de los medios de comunicación los estereotipos sexistas que promueven la violencia hacia las mujeres”.

La Especialización en comunicación y juventudes de la UNLP, por su parte, entre sus objetivos pronuncia “formar profesionales críticos y comprometidos con la generación de condiciones políticas y de justicia social desde perspectivas plurales e inclusivas de género y de derechos”. Así fundamenta sus bases en políticas claras destinadas a jóvenes en un

contexto social complejo. Al respecto, merecen ser subrayados unos párrafos del perfil que aclaran dicha perspectiva: “Como aporte diferencial, el diseño de la presente Especialización (en comunicación y juventudes) se inscribe en el campo de comunicación/cultura, lo que implica desarrollar una mirada específica ligada a los procesos socio históricos de construcción de sentido, articulando comunicación, cultura y sociedad: la comunicación vinculada a los modos de estar juntos que implican unos sentidos específicos del mundo pero sobre plataformas materiales e históricas determinadas, y la cultura comprendida como dimensión significativa de lo social, como arena de lucha por los sentidos legítimos que una comunidad da al mundo en que vive, entendida entonces como doble dimensión; por un lado, como creación e innovación en las prácticas sociales; por otro, como terreno de dominación y reproducción”.

Los mismos sintagmas que se utilizan en dicha argumentación exponen la tendencia en el interior de la oferta de especializaciones de la UNLP como un espacio académico articulado con la comunidad y comprometido desde una postura política con la realidad social.

Como se enunció con anterioridad, la tendencia de la oferta en Comunicación de la UNLP se inscribe en un “proyecto regional” o una “mirada latinoamericanista” y esto incluso se advierte al indagar en sus propuestas de especialización (y como se justificó también en maestrías y el doctorado). Por ejemplo, la Especialización en comunicación y ambiente en su perfil de carrera cita que “se integra a las propuestas de formación de posgrado a nivel nacional y de América Latina” dado que “plantea el afianzamiento y sistematización de conocimientos sobre comunicación y ambiente junto con una intervención comunicacional compleja, crítica y fundamentada”. Asimismo, la Especialización en comunicación y salud también se inscribe en un contexto regional dado que, según consta en el perfil de la carrera, “toma los aportes de la salud colectiva del movimiento sanitarista brasileiro, la medicina social Latinoamérica y por supuesto, las tradiciones críticas de la comunicación en América Latina”.

Resulta pertinente comparar esta última Especialización con la que lleva la misma denominación pero que es dictada por una institución de gestión privada: Comunicación y salud de la Universidad Maimónides. Al indagar en el perfil de la carrera se evidencia que el enfoque es muy distinto. Por ejemplo, se ponen como foco “la gestión en cargos directivos de la sección de Prensa y Comunicación de diferentes empresas de Salud públicas y privadas”, además del “manejo de conferencias de prensa, discurso periodístico, gacetillas de prensa,

convocatorias y mejorar la comunicación personal y exposición en congresos a través de la oratoria y el marketing”.

Resumidamente, en el caso particular analizado, si comparamos la misma propuesta formativa en una institución de gestión privada y una de gestión pública se evidencia la diferencia dado que una se orienta al mercado mientras que la segunda a las políticas públicas. Es menester destacar que en el perfil del graduado, la Universidad Maimónides se plantea “inmediata salida laboral en medios de comunicación; áreas de prensa de universidades públicas y privadas, instituciones de salud, laboratorios de productos medicinales y carrera profesional para cargos jerárquicos”, evidenciando una clara orientación hacia el mercado de la carrera. Por el contrario, en la propuesta de Comunicación y Salud de la UNLP se consigna que el egresado está en condiciones de “planificar y llevar a cabo programas y estrategias de comunicación en salud tanto a nivel comunitario como en diversas instituciones de salud y evaluar el impacto de las acciones de comunicación en salud en la comunidad”, de este modo la noción que prima es la del vínculo de las políticas de salud y la comunicación comunitaria.

La otra especialización de una universidad de gestión privada es la Especialización en periodismo digital de la Universidad Abierta Interamericana. La fundamentación de dicho posgrado responde a las necesidades prácticas de los comunicadores en entornos virtuales y en este sentido ofrece “contribuir a la formación de recursos humanos calificados que enriquezcan sus concepciones en torno del paradigma de la virtualidad” y que a su vez “dimensionen su incidencia sobre el conocimiento, la ciencia, la educación y las comunicaciones y desarrollen competencias para operar críticamente sobre éstas”. Es decir, que no se queda en una mera capacitación profesional o en el carácter utilitarista de la formación de posgrado sino que también busca una reflexión sobre el rol del comunicador en el periodismo actual signado por el uso de redes sociales y la perspectiva multimedia.

Agregando otros ejemplos surgidos de la información presentada en los proyectos formales, la Universidad Nacional de Rosario vincula su oferta de especialización con la realidad social. En el caso de la Especialización en comunicación ambiental se relaciona tanto con políticas públicas como con desarrollos profesionales de organismos, agencias de cooperación, programas y proyectos públicos y privados: “Ambiente y sustentabilidad son problemáticas ya instaladas en las agendas públicas y privadas del desarrollo. Esta carrera de posgrado de Especialización en comunicación ambiental ofrece a diversos dominios

profesionales la posibilidad de acceder a una formación específica para desempeñarse e intervenir en escenarios complejos de cambio social conversacional”. Mientras que la propuesta en Comunicación Política expone que “la vida democrática necesita especialistas en comunicación política y que la comunicación de los asuntos públicos, de los temas de la sociedad y sus instituciones, necesita estrategias para no pasar desapercibida”.

La Universidad Nacional de Córdoba (UNC) fundamenta a la Especialización en gestión y producción de medios audiovisuales como “un espacio de formación que busca dar respuesta a un área de vacancia en los estudios de comunicación”, el cual señala que es “la gestión y la producción en medios audiovisuales sustentada en el reconocimiento de la comunicación como derecho humano” y luego expone que “los medios audiovisuales también son un servicio de interés público mediante los cuales se ejerce un derecho humano inalienable”. Del mismo modo, la propuesta formativa en Comunicación pública de la ciencia se entiende, en la UNC, como “un área de vacancia donde existe una enorme brecha entre la generación de conocimiento científico y la apropiación social del mismo”.

La Universidad Nacional de Quilmes en la Especialización en comunicación digital audiovisual expone que “busca generar herramientas académicas perdurables las cuales aporten a la actualización de los debates y describa los nuevos contextos de la comunicación audiovisual, desde los nuevos contextos legislativos, de políticas públicas y de nuevos procesos de transformación tecnológica”. Nuevamente se destaca en un perfil de carrera el vínculo con las políticas públicas.

No se encuentra vinculación en el interior de las propuestas formales entre las carreras de especialización en nuestro país, a diferencia de algunas menciones que aparecen respecto a articulaciones entre universidades en los proyectos de maestrías o doctorados.

Corresponde en este apartado hacer una mención a la categorización de las carreras de posgrado. Se ha explicado anteriormente que cuando un proyecto de carrera de posgrado es presentado para su aprobación puede, de manera opcional, solicitar la categorización de dicha carrera. Al ser solicitada esta categorización y en el caso de resultar aprobado el proyecto, en el dictamen correspondiente emitido por la CONEAU obtendrá la categoría A (excelente), B (muy bueno) o C (bueno). El análisis de las estadísticas, los proyectos y los testimonios nos lleva a afirmar que existe una tendencia que nos muestra que las universidades públicas solicitan la categorización mientras que las instituciones privadas tienden a no hacerlo. Así lo sustenta Mariano Calbi: “La tendencia en los últimos diez años a esta parte es que las

públicas piden la categorización y las privadas no. Es algo cultural. Por más que la B signifique muy bueno o la C signifique bueno, existe la percepción de que recibir esas categorías no son positivas y que no van a ser bien recibidas en la opinión pública. En el imaginario hay una distancia enorme entre una A y una B, entonces una universidad privada que lanza una nueva carrera no se quiere arriesgar a tener que informar que su posgrado es B o C, por más que el informe muestre que es una buena carrera”. En sintonía en este tema agrega Daniel Baraglia, Secretario General de la CONEAU: “Aunque cada vez menos, permanece una vieja tendencia de las universidades privadas de no solicitar la categorización. El problema es que la categoría C nunca es interpretada como “buena”, entonces lo que obtienen una C ya no vuelven a pedir la categorización en la próxima presentación”, y agrega: “También existió por años el mito que las A eran sólo para los posgrados de las ciencias denominadas duras. Y en algunos casos las universidades privadas pensaban que las A eran sólo para las universidades públicas”.

Como punto positivo en el análisis de la evolución de los proyectos puede señalarse una mejora en la dinámica de las presentaciones que realizan las universidades. En muchas universidades se ha formalizado un espacio dentro de su estructura formal para ser destinado a tareas vinculadas a los procesos de acreditación y evaluación. Esto ha sido acompañado por instancias de formación para las personas que ocuparon esos lugares, ya sean capacitaciones generadas por la institución o por la misma CONEAU a través de los cursos que ofrece. Estas mejoras permiten ver un mejor entendimiento de los procesos y fundamentalmente una mejor gestión de las plataformas informáticas que se utilizan a los efectos de presentación de carreras nuevas y en funcionamiento.

Así lo ejemplifica Roberto Igarza, miembro de la CONEAU: “Vamos a hacer una analogía que me parece que es válida. Cuando el gobierno nacional, no importa en qué período de gobierno, decide que los jóvenes de 15 años realicen las pruebas PISA, somete a los alumnos a una prueba cuyas técnicas de evaluación no son las técnicas que corrientemente los alumnos practican en clase a lo largo del año. Dicho de otra manera, las técnicas de la evaluación, no el contenido de la evaluación, no es la pregunta sino la forma retórica respecto de las preguntas, es el método de evaluar el que es distinto, no necesariamente el contenido de fondo. Esto a qué llevó: a que las pruebas PISA dieran pésimos resultados. Un año después, dos años después, sin poder aseverar de ningún modo científicamente que se trate de otra cohorte culturalmente formada con otras competencias pero sí habiendo practicado pruebas con igual método que el método PISA, esas dos promociones obtuvieron notables resultados.

¿Esto qué significa? Que la técnica importa. Entonces el resultado de las acreditaciones es también poner en valor un conocimiento. Quizás todavía hay nichos que no se lo han apropiado, pero el sistema de evaluación y acreditación es un sistema que tiene sus propias técnicas, sus propias reglas, sus propias formalizaciones, el código para expresarse y para responder, para entender, para hacer inteligible por parte del sistema de aquello que yo estoy practicando, llevando a cabo como práctica educativa o proyecto de práctica educativa. Entonces aprender acerca de las técnicas seguramente ha sido parte de la mejora en la obtención de buenos resultados en la evaluación y la acreditación. Eso puede o no conllevar mejoras reales en la práctica pero seguro que opera. Vos estabilizas el método, y es lo que ha sucedido en los últimos 10 años. Al estar estable el sistema las personas van ganando en conocimiento”.

En la mirada hacia adelante resulta difícil realizar predicciones certeras respecto de la cantidad y de la calidad de los proyectos de posgrado en un futuro. Así lo explica Groppo: “Hace años ya que venimos diciendo acá se frena, pero después ves que entran más proyectos que nunca como fue en el 2018. Un año baja un poco la cantidad pero al otro año sube. Estamos en aproximadamente 300 nuevas carreras de posgrado que se presentan por año, de todas las áreas, aunque la mayoritaria es siempre ciencias sociales, y dentro de ella todo lo vinculado a administración y derecho. El problema aquí es que nosotros no sabemos si finalmente después de su aprobación esas carreras logran dictarse o no”. Y agrega respecto a la proyección: “Lo que estamos escuchando es que no se están inscribiendo o los están abandonando porque no pueden pagar la cuota. Todo el mundo nos dice que están desesperados porque hay gente que está cursando y no puede pagar. Y no es solamente la cuota, es viajar y los demás gastos que implican un costo adicional. Así que no sé qué puede suceder si esperamos un tiempito, con ese efecto quizás empiece a bajar la cantidad de presentaciones”.

En la misma línea opina Calbi: “Nosotros recibimos cerca de 300 presentaciones de nuevas carreras por año, entre todas las disciplinas. Hay un movimiento de invención y creación muy intenso. Por otro lado hay un aparcamiento de ciertas ofertas que satisfacen demandas puntuales y van siendo reemplazadas por otras nuevas. Más allá de pequeñas bajas y altas, en estos últimos años vemos cierta estabilidad respecto a cantidad de carreras nuevas por año”.

La complejidad de las presentaciones formales de proyectos de nuevas carreras se fundamenta no solamente por el análisis de los proyectos sino también en la contrastación

entre la información incluida en dichos proyectos formales y las expresiones de los actores referentes que comienza a analizarse en los apartados posteriores. La descripción de las situaciones conflictivas que hacen a la complejidad confirma las tramas y tensiones que existen en la configuración de la oferta de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina.

LA VOZ DE LOS REFERENTES

Como la historia de la formación de posgrado en periodismo y comunicación en nuestro país, y en los demás también, es todavía incipiente, el trabajo de campo realizado permitió un acercamiento a muchas de las personas que tuvieron un rol activo en el impulso y nacimiento de estos procesos de formación. Transcurrido el tiempo y aplicando una mirada retrospectiva, seguramente al dimensionar la participación de las personas que aportaron su visión, su punto de vista y sus reflexiones respecto de la problemática estudiada se convertirá en el valor central de esta investigación: ideólogos, creadores, impulsores de carreras.

Entre las personas entrevistadas encontramos directores de doctorado, decanos y ex decanos, vicedecanos, directores y ex directores de carreras de grado, actuales y ex directores de maestría y de especialización, secretarios y ex secretarios de posgrado de facultades y de universidades, creadores de carreras de grado y posgrado, y docentes de grado y posgrado. Estos testimonios sin dudas han permitido una aproximación al complejo entramado que configura la formación que es objeto de estudio en esta investigación.

Sin la pretensión de ser esta una investigación historiográfica donde se plantee la importancia de señalar cuál fue la primera o cuál fue la segunda carrera creada, es significativo contextualizar su origen y la participación de los diferentes actores. Esta contextualización no puede estar desvinculada de análisis previos de la década del 90 y de la explosión de la educación superior en la región y de los posgrados en el país.

En el caso de las universidades públicas, las primeras referencias son hacia la Universidad Nacional de La Plata y la Universidad Nacional de Córdoba. En el caso de la UNLP, su Vicedecano Pablo Bilyk menciona: “Plangesco es la primera Maestría que comienza en el 96. Plangesco y la Maestría en periodismo son como las dos primeras experiencias que tiene la Facultad, y tienen un corte más profesional.”

“Nosotros veníamos con una tradición previa en la cual el posgrado no estaba presente en el mercado de la oferta académica, y eso es real. Hicimos recorridos de formación bastante diversos. Entonces cuando se crea Plangesco se crea un espacio muy interesante, porque ahí cursamos esas primeras cohortes quienes éramos profes de la Facultad”, señala María Belén Fernández.

“...ese espacio político es el que logra el pase a Facultad y también la creación de las carreras es parte del proceso de legitimación en el campo. En el 94 o 95 es el pase a Facultad”, afirma

Bilyk y agrega: “Puede verse una coherencia que va desde que es el grupo de estudiantes el que propone a Jorge Bernetti como director de la carrera, y es el que hace la transición del pase a Facultad. Como militantes peronistas que militan en la Facultad, y que luego de la intervención de la dictadura traen al jefe de prensa de Cámpora y lo ponen como director de la carrera.”

Respecto a los orígenes, afirma María Belén Fernández: “La circunstancia institucional era como un momento de despegue, que también se da en un contexto de articulaciones con organizaciones sociales como fue La Crujía y una red de planificación y gestión comunicacional. Eso fue muy fuerte para el posicionamiento de la Facultad que tenía en sí mismo una orientación comunicacional.” Agrega al referirse a la Maestría en comunicación y educación: “La de la Maestría fue un proceso de *in crescendo* de instalación de una línea en la cual la Facultad de Periodismo fue pionera en términos de ámbito universitario que se hace cargo de la articulación de los campos de la comunicación y educación. Esos días además lo que pasó en ese congreso fue una gestualidad política fuerte, tanto de Florencia (Saintout) en la lectura de reconocer que ahí había un nuevo e importante campo, y a la vez porque fue una coyuntura que nos permitió poner en debate la Maestría. Entonces terminando el congreso se anuncia su creación.”

Se reconoce en la UNLP, y especialmente en el campo de la comunicación y educación, la influencia del impulsor de la formación en este campo que es Jorge Huergo. Señala María Belén Fernández: “La Maestría empieza en agosto de 2013, Jorge fallece en enero de 2014.” Como se ha señalado en capítulos precedentes, esta investigación se inscribe en dicho campo e incorpora sus aportes como fundamentales para la fundamentación de este campo.

Respecto a los orígenes en Córdoba, una de las principales referentes es Marita Mata y manifiesta: “En el año 1972 se crea la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba que es la segunda del país porque estaba sólo la carrera de La Plata, tal vez existía la de El Salvador pero no lo sé, pero en las universidades públicas lo único que había era la escuela de periodismo de La Plata en 1934 y la de Córdoba que se crea en el 72. Y en el 92 o 93 el ex rector de la Universidad Francisco Delich crea el CEA, el Centro de Estudios Avanzados”. Y continúa respecto de su vínculo: “Creo que mi vinculación con los posgrados es por mi inserción en el CEA, porque gané un concurso. Pero la experiencia de aquellos cursos, que fueron muy buenos, fue lo que a mí me llevó no sólo a diseñar con “Toto” Schmucler esta Maestría, que realmente fue modelo para la UBA, sino

que realmente en la primera cohorte y en la segunda mostró claramente no sólo su carácter necesario sino lo productivo que era tener un espacio de comunicación que no fuera absolutamente disciplinario. Porque nuestra mirada era una mirada que no era muy distinta a la que habíamos tenido con Schmucler en La Plata y en la UBA allá en la década del 70 o yo en Córdoba, nuestra mirada tenía que ver con no aceptar la reducción de la comunicación a un modelo científico positivista.”

Confirma este inicio Daniela Monje: “Empezamos en 1997, se creó la carrera y se empezó a dictar en 1998, fue unas de las primeras en el país, la de Washington Uranga (Maestría en planificación y gestión de la comunicación - Plangesco-) creo que es anterior, pero es unas de las primeras del interior del país sino es la primera. Esta carrera la crearon Marita Mata y Héctor Schmucler. Ellos crean esta Maestría en el año 97 como parte de la oferta de posgrado del Centro de Estudios Avanzados que también se había creado recientemente. Se crea en el año 91 dependiente directamente del Rectorado.” Agrega Monje: “Los referentes en comunicación en Córdoba fueron Marita y Toto, ellos tenían las credenciales de campo.”

Otra voz de la UNC, María Eugenia Boito, también aporta: “La Facultad de Comunicación se crea junto con la Facultad de Sociales hace dos o tres años; antes éramos Escuela de Ciencias de la Información al igual que la Escuela de Trabajo Social y dependíamos de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales.”

En el caso de la Universidad Nacional de Rosario, Susana Frutos también hace referencia directa a los orígenes de los posgrados en esa institución: “(...) todo empezó a formarse de otra manera, vino Silvia Delfino, también vino Alicia Entel a dar clases, toda gente de la UBA que como yo trabajaba allá tenía el contacto y era gente fantástica. Al estar cerca de Buenos Aires, Rosario tenía un lugar privilegiado en ese sentido.”

Agrega Sandra Massoni, referente de la UNR, “puedo contarte todo porque yo los armé, porque fui la primera secretaria de Posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas. Entonces cuando se creó el área de posgrado se crearon las primeras carreras bajo mi coordinación y con un grupo maravilloso de gente. Lo primero que hubo fue una especialización que es la de Comunicación ambiental. Fue antes del 2003 y fue un curso pedido por la agencia de cooperación técnica alemana.”

Y continúa: “Fui la primera doctora de esta universidad, yo me gradué en la UBA en el Doctorado con Schuster. En aquella época era lo único que se podía estudiar; Schuster era el único que nos aceptaba a los comunicadores en ese momento, presenté mi tesis y tardaron 4

años en constituir la mesa de defensa, y defendí mi tesis que es “la teoría de la comunicación estratégica inactiva” con la que vengo trabajando desde el año 2003.”

Otro referente de la UNR es Roberto Igarza, también integrante –como se señaló- del Directorio de CONEAU: “A Rosario llegué hace mucho tiempo, por una Especialización en comunicación digital interactiva que luego fue convertida en Maestría y ahora en Maestría online. En realidad ahí empezamos con programas–especialización, especialización-maestría, maestría–online. En Comunicación Digital Interactiva nos fue muy bien. Tenemos 60 alumnos por promoción. Nos fue bárbaro en todo Latinoamérica, desde México para abajo, y también algún español. De carreras de posgrado he transitado en diferentes instituciones, en la mayoría de ellas desde la ideación, la conceptualización, la idealización, la presentación, la acreditación y la dirección. Generalmente en alguna posición de gestión, en la dirección o en el comité académico. En general el perfil de estas carreras han ido de un extremo de lo más tradicional, digo comunicación institucional en sus variantes, hasta algo más innovador como gestión de contenidos, que es una Maestría que cree allá por el 2004 en la Universidad Austral”.

Otro aporte respecto a los orígenes es el de Silvia Delfino: “Empecé a trabajar en el año 86, en una materia de Letras con Héctor Schmucler, Patricia Terrero y Alicia Entel, primero en la carrera de diseño de la UBA y después en la cátedra teorías de la comunicación. Por ese trabajo llegué en el año 91 al Centro de Estudios Avanzados de Córdoba. Y ahí empecé a trabajar, esa fue mi primera actividad de posgrado.”

Respecto a la UBA y los orígenes allí de la formación de posgrado, señala Damián Loreti: “Todavía no existía la Facultad de Sociales, que se crea en el 88.” Y agrega: “En la de periodismo la idea era que había una vacancia de formación de posgrado. Pero lo que queríamos armar era un modelo no de perfeccionamiento de mano de obra periodística sino de instancias de reflexión sobre el periodismo y de perfeccionamiento hacia el lanzamiento de nuevos proyectos periodísticos.”

Alicia Entel también tiene un vínculo profundo con la UBA. “Mi vínculo con comunicación tiene que ver con que yo fui socia fundadora de la carrera de comunicación de la UBA, fui directora de la carrera durante 3 periodos e hice las primeras gestiones de designación de 400 docentes. Eso en el 87/88. Yo participe de la primera comisión de creación de la carrera de comunicación en la UBA, porque yo trabajaba con Héctor Schmucler. Él ya había creado carreras de comunicación en México.”

Así como en otro apartado de la investigación se profundizó sobre el impacto de la década del 90 en la educación superior, también resulta indispensable dimensionar cómo los años de dictadura impactaron en mucho de los referentes que aportaron sus reflexiones a esta investigación. Especialmente en aquellos que se desempeñaban en las universidades públicas, el período de exilio influyó en la vida universitaria que empieza a recuperarse en la década del ochenta con la vuelta de la democracia. “El proyecto de carrera como tal empieza a surgir en el marco de la creación del CEA. Hay también una búsqueda de recuperar todo esa producción que se había realizado durante el exilio”, señala a modo de ejemplo Daniela Monje.

Dice Marita Mata: “Volví con la democracia y tuve unas becas de Conicet, porque en esa época nos perdonaban la edad. Pero después cuando llegó Menem chau, así que no entré a la carrera, tuve dictamen favorable pero se me pasó la edad, y eso es algo que le pasó a mucha gente.”

Vinculado a este aspecto también puede aportar Susana Frutos: “El exilio, todo y cuando vuelvo ya soy directora de la carrera, y la habían pasado a la Facultad de Derecho y después a la Facultad de Ciencias Políticas finalmente. ¡Y era un horror! No era una carrera en comunicación, se daba cualquier cosa. Entonces hubo que reconstruir eso y lo señalo porque tiene que ver mucho con la orientación del Doctorado también. Hubo que reconstruir la universidad, porque había gente que se había exiliado en Europa, yo había estado en Latinoamérica e hicimos muy buenos contactos...”

En algunas otras instituciones los orígenes se vincularon a otras cuestiones, como por ejemplo en la UNLZ. “Tenía un objetivo original, que era facilitar la formación de posgrado para los docentes de la casa. Nosotros tenemos una gran población de ayudantes, sobre todo de auxiliares de la docencia, que no tenía entre sus posibilidades haberse formado en posgrado”, señala Santiago Aragón.

Otro ejemplo es la UNQUI, Santiago Marino afirma: “Una Maestría que se agregó por iniciativa de Guillermo (Mastrini) y Martín (Becerra) quienes son los dos actores más reconocidos del campo de los estudios de la economía política en la comunicación y ellos dan cuenta en un momento de un vacío en la formación en posgrados de esa perspectiva en economía política de la comunicación.”

En el caso de las universidades privadas los primeros impulsos que reconocen los referentes entrevistados se ubican en la década del 90. Por ejemplo en la Universidad del Salvador,

donde Graciela Paredes manifiesta: “Existió un doctorado en la década de los 90, antes de la creación de la CONEAU, sólo con la autorización del Ministerio de Educación. No fue revalidado por CONEAU. Luego se comienza con tres maestrías.”

En la misma década se sitúan los orígenes de la formación de posgrado en periodismo y comunicación de la Universidad Austral: “En la Universidad Austral en primer lugar surgió el Doctorado en el año 1996, y es el primer Doctorado en comunicación de la Argentina. Tengo entendido que antes que el del Salvador,” señala Damián Fernández Pedemonte, y agrega: “Después de eso el primer posgrado que creamos fue la Maestría en gestión de la comunicación de las organizaciones, en 1999, hace 20 años. Surgió con una mentalidad muy de gestión y de atender la necesidad de las empresas, la formación de las gerencias de comunicación.”

Otro de los referentes e ideólogos de la oferta actual es Luciano Elizalde. Nos cuenta respecto a los orígenes: “El origen de la Facultad de Comunicación en general es la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. La Universidad del Opus Dei tiene en todo el mundo una Facultad de Periodismo o una Facultad de Comunicación, esto porque el fundador del Opus Dei dijo que había que estar en el ámbito de la comunicación. La Facultad de Comunicación nace en 1991 y empieza a funcionar el primer curso en marzo de 1992 casi con el surgimiento de la universidad misma. En el 98 se lanza el Doctorado y en el 99 comienza la Maestría en comunicación.”

Agrega Damián Fernando Pedemonte: “Un paso muy importante en esa historia fue cuando nosotros decidimos crear la Escuela de Posgrados. La Escuela de Posgrados era como una especie de Facultad del Posgrado. Entonces cuando se creó esa escuela en el 2012 pasamos toda la oferta del posgrado, incluido el Doctorado.”

En el caso de la UCES, nos cuenta Adolfo Vázquez: “Yo en aquellas épocas (década del 90) me desempeñaba como gerente de comunicación de un banco en La Plata. Y el Rector en aquel momento le encomendó a Alberto Borrini el armado de la carrera. De su visita por Europa se trajo esa visión vinculada a que los europeos subordinan la comunicación al más alto nivel de dirección institucional, corporativo. Y los norteamericanos siempre le dieron un sesgo más comercial, de comunicación de producto, subordinada a la gerencia de marketing o comercial, no al más alto nivel.”

Más cercanos a la década del 2000 aparecen las iniciativas de las carreras de Di Tella y de San Andrés. Según Karina Galperin “en los 80 habían empezado a surgir en las universidades

carreras que se llenaban de chicos, pero que estaban muy centrados en la teoría de la comunicación, en semiótica y no tenían ninguna preparación práctica. Al mismo tiempo fue un momento donde las redacciones empezaron a cambiar en la década de los 90 y surgió de esta doble necesidad...cuando contrataban gente para reemplazarlos, que contrataban de las carreras de comunicación, ellos no tenían ninguna preparación de oficio...y ahí surge esta iniciativa que es del diario La Nación”.

Por otro lado, en la Universidad San Andrés, “la Maestría fue creada en el año 2000 y empezó a funcionar en 2001. El proyecto si yo no me equivoco fue conjunto entre Eliseo Verón y la gente de Clarín, Eliseo venía de trabajar en Clarín e hizo un cambio grande en el diseño de Clarín; y poco tiempo después lo convocaron de San Andrés,” nos cuenta Silvia Ramírez Gelbes. Y agrega: “Al mismo tiempo se creó la Maestría de La Nación y la de Clarín.”

Un caso particular puede ser el origen de las carreras de posgrado en CAECE, donde su creadora e impulsora, Alicia Entel, llega con una fuerte impronta de la UBA, y atravesada por la conflictividad de dicha institución. Alicia Entel nos cuenta: “En el año 97 yo había tenido muchas discrepancias con el armado de Comunicación y Cultura de la UBA. Y dije, *yo quiero armar un posgrado, pero no quiero ningún lugar grandote, quiero una cosa más chica, más personalizada.*” Y continúa profundizando: “Esto en el año 97/98. Entonces se nos ocurre con una gente de Entre Ríos, con mi amigo Sergio Caletti, con Nicolas Casullo... entonces armamos la Fundación Walter Benjamin en 1998. Y recibimos algunos apoyos, alguna cosa como para poder sostenerlo. Entre ellos, en la fundación Konrad Adenauer. Organizamos desde la Benjamín unos cursos que se llamaron “Comunicar las instituciones”, en el 98-99...yo sabía que no podía presentar Comunicación Institucional en la UBA, de hecho, lo presenté y no les interesó para nada. Tenían algo de otro corte, no profesional, qué sé yo. Así que, en paralelo, Klimovsky el epistemólogo y Jorge Bosch que era de CAECE, que CAECE en ese momento no es la CAECE de ahora, me llamaron para que arme un posgrado. Y yo les dije, “no, miren la verdad que con lo que significa armar una Fundación no. Hagamos un convenio, y entonces organizamos las materias.” Así organizamos la primera Maestría que se llama Comunicación e imagen institucional. Era la primer oferta en la universidad privada.”

Un dato importante a destacar en la presentación de los referentes es que varios de ellos, siendo referentes de la formación de posgrado en periodismo y comunicación en nuestro país,

no tienen título de posgrado. Esto fundamentalmente debido a que los posgrados empiezan a gestarse en los 90 y se multiplican años más tarde, mientras que las personas en cuestión traen consigo una historia personal y académica que data de más años, de años donde no existía la posibilidad de hacer un posgrado.

“Vos lo que tenés es la generación que construyó la carrera de Comunicación en la UBA que es una generación de personas que tienen más de 60 años. Entremedio no tenés nada porque la dictadura hace desaparecer, y luego tenés a los hijos que seríamos los nietos de esa generación que nos formó; y la particularidad de la generación que nos dio clase es que es una generación que no competía por la titulación”, cuenta Gerardo Halpern.

Un ejemplo es el de Marita Mata, ella señala: “Yo volví sin poder hacer un posgrado y me acuerdo que en esos años dije “bueno yo no me voy a poner a hacer un posgrado”. Y agrega: “Me acuerdo que fui una vez a conversar sobre mis trabajos de becaria de Conicet con Oscar Landi. Él después fue tribunal de mi primer concurso en la universidad en el 94 cuando entré al CEA, ahí viene mi vinculación con el posgrado, y yo fui reincorporada en “ciencias de la información”, trabajé un tiempo ahí y luego me fui a la Facultad de Filosofía a un centro de investigación. Ahí tenía las becas de Conicet y fui una vez a charlar sobre varios temas con Oscar y me acuerdo que le dije que me iba a poner a hacer un doctorado, no le había ido a pedir consejo acerca de qué doctorado hacer, había ido a hablar de mis investigaciones y él me dice: “Vos no tenés que hacer el doctorado, vos tenés que crear un posgrado, quien sabe más que vos de estas cosas, vos tenés que enseñar” y a mí siempre me quedó eso, y creo que a mí me tranquilizo.”

El recorrido por estos vínculos entre los referentes y los orígenes de las carreras reflejan la complejidad que tuvo y tiene la formación de posgrado en periodismo y comunicación. Desandar esa complejidad será uno de los desafíos de los apartados que continúan.

LAS DENOMINACIONES

En el recorrido por responder a los interrogantes vinculados al perfil de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina aparece la inquietud por sus denominaciones. ¿Por qué una carrera se llama como se llama? ¿Quién lo definió? ¿Responde a una lógica política? ¿A una lógica institucional, académica, vinculada a la profesión? ¿Se han ido actualizando las denominaciones en el tiempo?

La mirada profunda en los proyectos de carrera presentados por las instituciones como la voz de los referentes de las carreras nos señala que no existe una lógica determinada y clara en la definición de sus denominaciones. Alguno podría pensar que la denominación se corresponde con posiciones teóricas respecto a la disciplina como lo hemos planteado anteriormente con las carreras de grado donde Fuentes Navarro (1992) nos señalaba, en su análisis histórico de las carreras de comunicación, que en un primer momento y en respuesta a las necesidades de los dueños de los medios de la época surgieron las carreras de Periodismo, pasando a las Ciencias de la Comunicación donde el comunicador es visto como un intelectual, hasta el modelo del “comunicólogo” como científico social en las carreras de Comunicación Social. Pero no es así: ni en los proyectos ni los referentes han mencionado este sustento para la denominación.

En la mayoría de las carreras las denominaciones se han mantenido desde su hito fundacional sin sufrir modificaciones. Las opiniones reflejan el surgimiento de las denominaciones, especialmente en las universidades públicas, como un hecho natural y que no fue sometido a intensas discusiones que sitúen a la denominación como un posicionamiento político, institucional, académico o profesional.

Tomando inicialmente los cuatro doctorados que muestra la oferta de carreras, dos son en Comunicación Social (Universidad Nacional de Rosario y Universidad Nacional de Córdoba) mientras que los otros dos son en Comunicación (Universidad Nacional de La Plata y Universidad Austral). En el caso de los doctorados ninguno de los referentes de estas instituciones manifestó que la denominación respondía a alguna de las lógicas mencionadas, ni tampoco a que no se llamaban de otra forma por alguna razón.

En el caso de Rosario, según Susana Frutos: “Es por cómo se llama la carrera de grado detrás. Y yo particularmente siempre estuve en contra de que sea comunicación social, pero eso es una razón de tipo personal.” Esta posición no puede generalizarse, porque por ejemplo en La

Plata la carrera de grado es “Comunicación Social” y el doctorado se denomina “en Comunicación”. Tampoco en la profundización en los proyectos de carreras las instituciones presentan fundamentaciones que reflejen el por qué ser comunicación o por qué ser comunicación social.

En el caso de las 31 maestrías que se ofrecen en Argentina la diversidad es mucho mayor. La primera diferenciación podría hacerse respecto de los términos que incluye: 23 carreras incluyen la palabra Comunicación en su denominación, 6 incluyen la palabra Periodismo y 2 carreras no incluyen ni Comunicación ni Periodismo.

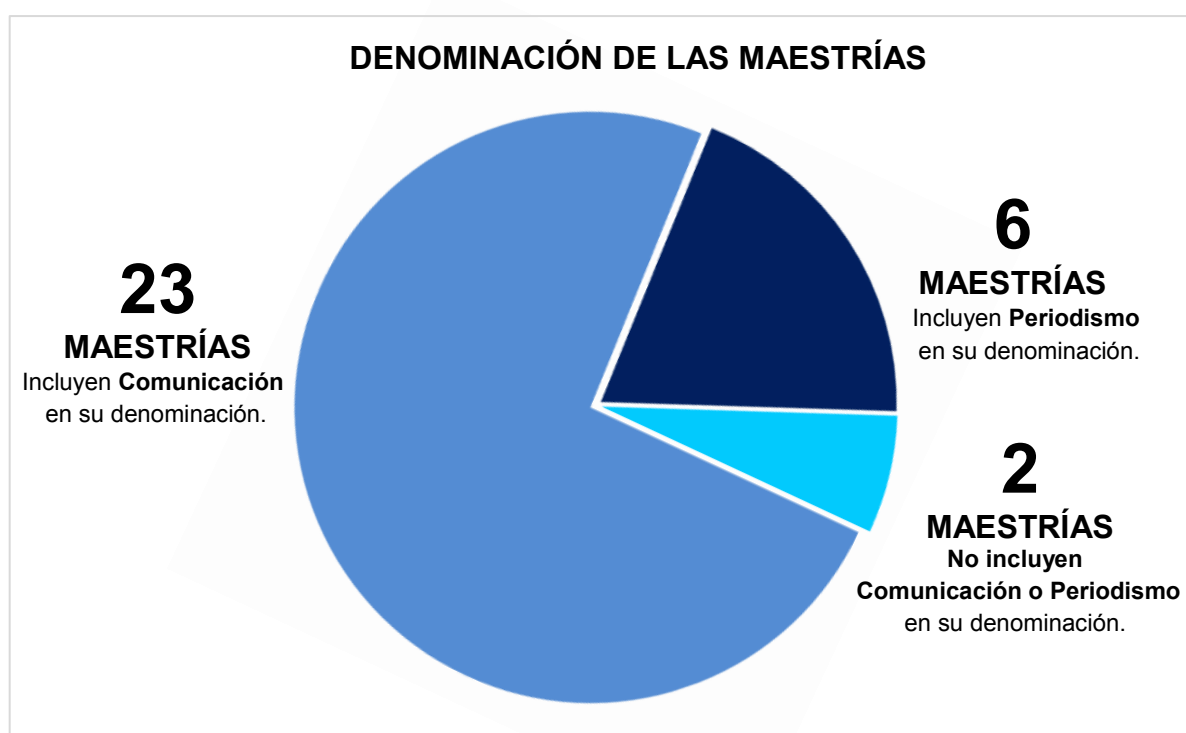


Figura 26. Maestrías en periodismo y comunicación según su denominación.

De las 23 carreras que mencionan el sintagma “comunicación”, predominan aquellas que incorporan el término “cultura” en alguna de sus formas con 5 carreras: Comunicación y cultura de la UBA, Comunicación y cultura contemporánea de la UNC, Comunicación, cultura y discursos mediáticos de la UNLAM, Interculturalidad y comunicación de la UNGS y Comunicación y creación cultural de CAECE. Las otras 18 carreras de este universo muestran una heterogeneidad notable: dos refieren a Comunicación digital (comunicación digital audiovisual de UNQUI y comunicación digital interactiva de UNR), dos a Dirección

de comunicaciones institucionales (UCES y UADE), dos a Comunicación corporativa e institucional (Salvador y Juan Agustín Maza) y luego 12 carreras con denominaciones que difieren: Comunicación, Comunicación para el cambio, Comunicación política, Comunicación e imagen institucional, Comunicación audiovisual, Comunicación corporativa e institucional, Comunicación y derechos humanos, Comunicación y criminología mediática, Comunicación y educación, Planificación y gestión de procesos comunicacionales, Comunicación estratégica y Gestión de la comunicación en las organizaciones.

En algunas universidades se asocia la denominación de la carrera con su inscripción en el campo al que dice pertenecer. Ejemplo de ello pueden ser algunas de las maestrías de la UNLP: “El nombre es el campo” dice María Belén Fernández de esa institución. Y agrega: “El tema de la discusión fue que se tuvo que hacer una concesión a los requerimientos, dado que nosotros al campo lo nombramos tomando la matriz del *Toto Schmucler*: Comunicación/Cultura. Pero lo que hicimos como concesión a la inteligibilidad del modo, tanto para la presentación como para lo que aparece circulando, fue agregarle el “y””.

También se vincula en algunos casos la denominación de la carrera con la impronta de los “fundadores”, y con el tiempo se fue manteniendo. En el caso de la Maestría en comunicación y cultura contemporánea de Córdoba, según Daniela Monje “Surgió por ellos (Schmucler y Mata). No sabría decirte cuáles alternativas barajaron antes de definir comunicación y cultura contemporánea. Sí pienso que la necesidad de inscribir o de definir cultura contemporánea fue porque la de la UBA no tenía cultura contemporánea, para mí tenía que ver mucho con esta definición situada de la comunicación, la necesidad de trabajar los problemas desde una visión más distópica de la comunicación”.

También suscribe a esta idea Silvia Delfino: “Creo que en esa primera etapa tiene la impronta de quien lo propone. Porque además la universidad era así. Las cátedras eran así. Creo que tiene que ver con las improntas que las generaciones ponen ahí.”

En el caso de las denominaciones de las maestrías en las universidades privadas aparecen estrategias vinculadas al marketing y la seducción que puede producir en un potencial estudiantado presentar una carrera vinculada al mundo empresarial.

“En sus inicios era comunicación institucional, después se le agregó Dirección, para marcar que esta es una carrera de gestión, es una carrera netamente administrativa. Nuestro egresado no es ni investigador, ni docente. Es un gestor de la comunicación en cualquier organización,

sea pública, sea privada. Las privadas tienen un sesgo más orientado al mundo del trabajo, al mundo empresarial, al mundo de la producción”, sostiene Adolfo Vázquez, de la UCES.

Luciano Elizalde explica: “Yo participé directamente en el nombre de la primera Maestría: Gestión de la comunicación en las organizaciones. Quisimos ser descriptivos. Primero nosotros acercamos la palabra gestión a la palabra comunicación y eso fue algo importante porque queríamos que la gente pensara en la comunicación desde la gestión y que la comunicación impactaba en la gestión, y que la comunicación debía gestionarse”. Dos de las cuatro carreras de la Austral incluyen “gestión” en su denominación. Salvo Plangesco (Planificación y gestión de procesos comunicacionales) de la UNLP, ninguna otra carrera incluye “gestión” en su denominación.

Con el tiempo algunas denominaciones van quedando obsoletas en estas estrategias de captación de alumnos. Un ejemplo para el análisis es la Maestría en dirección de comunicaciones institucionales de la UADE. Al igual que la UCES optó por utilizar el plural en la denominación: comunicaciones y no comunicación, institucionales y no institucional. Esta decisión podría llevarnos a pensar que está sustentada en un posicionamiento teórico respecto a la disciplina o al campo profesional, pero la opinión de los referentes no suscribe esta idea. Desde la institución se reconoce esta posible conflictividad teórica pero se ha optado por mantener el nombre. Dice Claudia Cortez: “Cuando tomé la dirección de la carrera allá por el 2012 dije que había un error en el nombre. Se llama comunicaciones institucionales.” Y agrega: “Hay nombres que empiezan a oler a naftalina, pero después cuando indagas e investigas, no hay motivo académico para cambiar el nombre. Entonces uno dice, ¿voy atrás del mercado, del nombre? desde el marketing te dirían que no lo dudes”.

Se suma a esta línea la Universidad Austral, según uno de sus referentes, Damián Fernández Pedemonte, “hay una pizca de innovación en nuestros nombres, pero porque estamos pensando en que lo entienda más el alumno que el rector o alguien de CONEAU.”

Otro ejemplo a citar puede ser el de la Maestría en comunicación e imagen institucional de CAECE. Según Alicia Entel, su fundadora, “yo no quería que sea solo comunicación institucional, porque en ese momento ese era el periodista que hacía la prensa. Y para mí era muy importante pensar la imagen pública.”

En el esfuerzo por la diferenciación las universidades, especialmente las privadas, han optado por “escapar” de la denominación Comunicación institucional. Algunos incorporaron la palabra corporativa, otros lo complementaron con gestión, con dirección o con imagen. El

dato a resaltar es que finalmente en este mapa de carreras la única denominación pura de Comunicación institucional aparece en una universidad pública: la Universidad Nacional de San Luis. En ninguna universidad pública aparecen en la denominación la palabra corporación, dirección ni imagen.

Continuando el análisis de las denominaciones, entre las 6 carreras que mencionan el término “periodismo”, la mitad de ellas lo utiliza en soledad: Maestría en periodismo (UBA, San Andrés y Di Tella); mientras que las otras tres difieren: Periodismo documental (UNTREF), Periodismo de investigación (Salvador) y Periodismo y medios de comunicación (UNLP).

En este grupo no aparece la complejidad del anterior. Aparece en cierto punto la necesidad de diferenciarse como es el caso del Salvador. Según Graciela Paredes: “Yo estoy a cargo de la Maestría llamada Periodismo de investigación, y trato de que todas las materias que abarco estén relacionadas al periodismo de investigación y recordar que no es periodismo en general, sino que se trata específicamente de investigación, porque si no tendría que ser otra maestría.”

Las dos carreras que no mencionan “comunicación” ni “periodismo” en su denominación son Industrias culturales: políticas y gestión de UNQUI y Gestión de contenidos de Austral.

En el caso de la UNQUI, la institución ha apostado a la denominación como elemento clave en la delimitación de un campo de formación. “En particular en estas sí define. Para mí marcan la cancha de una zona de incumbencia, de una zona de trabajo”, sostiene Nancy Díaz Larrañaga. A esto puede sumársele también la inscripción en el campo al que pertenece como sucede en otras instituciones. Lo confirma Santiago Marino: “En ese momento estaban creciendo dentro del campo de la economía política los estudios de industrias culturales”.

Finalmente, en el caso de las 22 especializaciones, se observa una diversidad similar a la de las maestrías. Del total de este tipo de carreras, 13 incluyen el sintagma “comunicación”, 5 “periodismo”, 2 incluyen ambos y 2 ninguno de los dos.

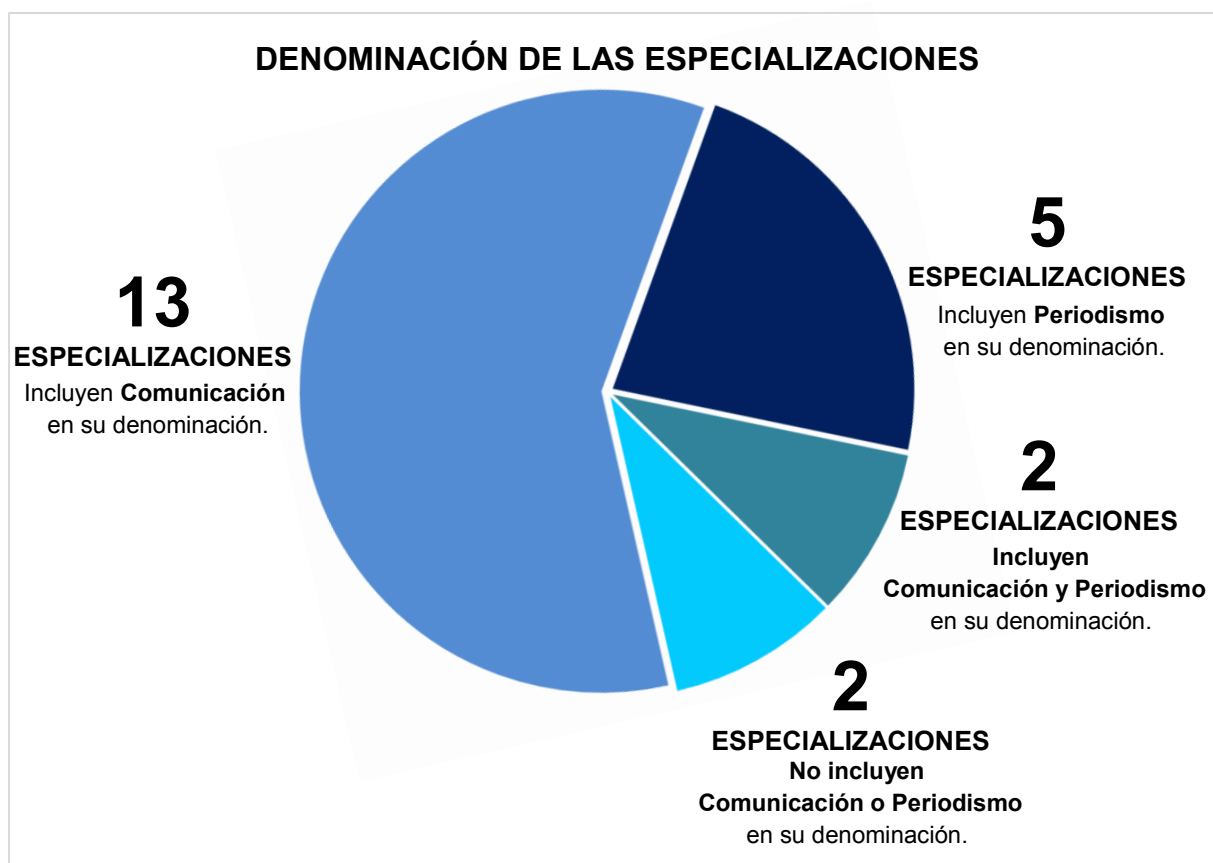


Figura 27. Especializaciones en periodismo y comunicación según su denominación.

De las que incluyen “comunicación”, 4 de ellas lo complementan con “digital”: Comunicación digital de la UNLP, Comunicación digital audiovisual de la UNQUI, Comunicación digital interactiva de la UNR y Lenguaje y comunicación digital de la UNC. Continuando, 2 carreras complementan la denominación con el término “salud”: Comunicación y salud de la UNLP y Comunicación en salud de Maimónides; 2 carreras refieren a lo ambiental en su denominación: Comunicación y ambiente de la UNLP y Comunicación ambiental de la UNR; y luego tenemos otras carreras con denominaciones diversas: Comunicación radiofónica, Comunicación y juventudes, y Prácticas, medios y ámbitos educativos comunicacionales, las tres de la UNLP, Comunicación política de la UNR y Comunicación y cultura contemporánea de la Nacional del Comahue.

Entre las que incluyen la palabra “periodismo”, las 5 cuentan con denominaciones diferentes: Periodismo digital de la UAI, Planificación y gestión del periodismo de la UBA, Periodismo gráfico de la UNC, Periodismo económico de la UNMDP y Periodismo Cultural de la UNLP.

Otras dos carreras optaron por incluir tanto “comunicación” como “periodismo” en su denominación: Comunicación pública de la ciencia y periodismo científico de la UNC y

Comunicación social, periodismo y género de la UNLP. Finalmente, aparecen dos carreras que no mencionan “periodismo” ni “comunicación” en su denominación: Gestión y producción de medios audiovisuales de la UNC y Edición de la UNLP.

Una dimensión más para agregar en el análisis de las denominaciones es el paso por las instancias formales, en este caso la aprobación de la carrera en la CONEAU. En este aspecto aparecen cuestionamientos desde ambos lados: por un lado los referentes de las carreras señalan que en ocasiones los evaluadores pueden no entender los fundamentos teóricos de una denominación y eso los obliga a cambiar la denominación para cumplir con cuestiones burocráticas; y por el lado de las autoridades de CONEAU se cuestiona el “exceso de creatividad” en algunas denominaciones, en general con intención de ser innovadores o diferenciarse de ofertas existentes.

“Yo creo que en el tema de las denominaciones de las carreras, muchas veces son las comisiones de CONEAU las que tienen injerencia para que un nombre se cambie”, manifiesta Sandra Massoni de la UNR quien ha pasado ya por varios procesos de presentación de una carrera ante la CONEAU.

Esta observación también se da entre los referentes de las universidades privadas: “Otro tanto nos pasó con una Maestría en comunicación para la gestión del cambio. Fue la última. Incluso CONEAU hizo una consulta a su equipo de epistemólogos porque gestión del cambio es un tema que se trabaja, pero no siempre asociado a la comunicación. Y logramos defenderlo y que se apruebe”, señala Damían Fernández Pedemonte de Austral.

El problema de las denominaciones de las carreras es también percibido dentro del organismo que tiene a cargo la evaluación de las carreras. Por un lado señala Daniel Baraglia: “Muchas veces se utilizan los nombres que seducen a la gente para que lo curse, es una cuestión de marketing. En otros casos prima la búsqueda de originalidad, buscan ser originales para distinguirse en cierto campo”. También afirma de forma similar Marcela Groppo: “Buscan diferenciarse de la carrera que tiene otro; le pongo otra cosa para que se note que la mía es diferente”.

También se señalan otros problemas. Dice Groppo: “A veces se quiere mostrar en la denominación cuál es la perspectiva de la carrera; y por tanto precisar no se sabe de qué trata la carrera. Aparecen las palabras inclusivo, contemporáneo o nuevo; y eso no hace falta”.

Respecto a las palabras que se combinan con “comunicación” en la denominación señala Igarza: “Es importante prestar atención a las palabritas que van delante de comunicación. Si vos no pones nada delante de comunicación te quedás con una formación del orden de las técnicas para. No lo estoy subvaluando, estoy diciendo que son técnicas para. Ahora si empezamos a jugar con dos palabritas sobre las que se suele jugar, que marcan mucho la cancha a mi juicio, marcan el tipo de formación: gestión y estrategia. Cuando vos decís gestión de la comunicación de las organizaciones, lo está planteando alguien a quien le interesa su posición profesional en términos de cercanía al vértice. “No quiero ser un comunicador más en la empresa, quiero ser el gerente de comunicación, quiero ser el director de asuntos públicos de la empresa.” Estoy buscando gente que intersece las competencias de gestión con las competencias propias de las técnicas de la comunicación. Estoy llamando técnica sin subvaluar, estoy llamándolo en términos de poder operar, liderar un proceso de gestión. Por ejemplo, cuando introducimos la palabrita gestión, en general encontramos en la currícula algunos elementos, una dimensión del management. Porque tiene que saber de competencias transversales, genéricas, blandas, algo de liderazgo, algo de estructuras de organización, alguna materia de principios del management”.

No existe hoy en la normativa algún principio que limite las denominaciones. En algunos otros países las carreras deben denominarse según un listado que provee el organismo que regula la actividad. Al respecto afirma Daniel Baraglia: “Hace algunos años existieron movimientos que dirigían a limitar las denominaciones de las carreras de posgrado. Se hicieron varias consultas desde la CONEAU, por un lado a la Academia Nacional de Educación, a epistemólogos y a funcionarios del gobierno español. El funcionario español que vino explicó que ellos habían estado trabajando con listas cerradas de denominaciones y les había traído muchos problemas, por eso estaban en vías de abrirlo. De ahí en más no se volvió a tratar el tema”.

Este apartado finalmente refleja la no existencia de un patrón general para la definición de una denominación de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación. Tomando el universo de 57 carreras analizadas, la denominación no es una variable que nos permita describir con claridad la configuración y el entramado de este sistema. Salvo alguna excepción como la UNLP donde puede identificarse alguna tendencia en la lógica de denominaciones (por ejemplo con la utilización de “Comunicación y” para la denominación de sus maestrías y especializaciones, o la instalación del nombre Plangesco con los años), o la utilización de “gestión” en la Universidad Austral, no se ven elementos distintivos que

permitan señalar que cada universidad tiene sus mecanismos institucionalizados y normados para la decisión respecto de las denominaciones de las carreras.

LA DEPENDENCIA DE LAS CARRERAS EN LA INSTITUCIÓN

Las carreras de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina cuentan con una dependencia institucional que bien puede ser directamente la universidad o una facultad. La dependencia implica un recorrido en cuanto a la toma de decisiones, a la gestión de las iniciativas de nuevas carreras, a la asignación presupuestaria y a cuestiones de logística e infraestructura dentro de la institución. Por ejemplo, un plan de estudios de una carrera que depende directamente de Rectorado deberá ser aprobado por el Consejo Superior de la Universidad; mientras que si la carrera depende de una Facultad deberá ser previamente aprobado por el Consejo Académico de la Facultad. Esto podría variar en caso que el estatuto de alguna universidad presente particularidades, pero en términos generales la mayoría de las universidades – públicas y privadas - adoptan estos modelos de gestión. Vale aclarar que no todas las universidades adoptan la organización por facultades; algunas instituciones han definido en sus estatutos una estructura basada en departamentos donde las áreas de posgrado, extensión o investigación se gestionan de forma centralizada para todos ellos.

Entre las 57 carreras de posgrado en periodismo y comunicación, la dependencia de ellas es la siguiente:

Tabla 10

Dependencia de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina

DEPENDENCIA	CARRERAS
De la universidad directamente	12 carreras
De una facultad	45 carreras

Aquellas que dependen directamente de la universidad lo hacen a través de diferentes áreas: de la Secretaría de Posgrado, de una Escuela, de un Instituto, del Rectorado o de un Departamento.

Avanzando con el análisis de las 57 carreras, menos de la mitad de ellas – 27 carreras – presentan el término “periodismo” o “comunicación” en la unidad de dependencia. Solamente

la Universidad Nacional de La Plata con la Facultad de Periodismo y Comunicación Social y la Universidad Nacional de Córdoba con la Facultad de Ciencias de la Comunicación entre las universidades públicas; y la Universidad Austral con la Facultad de Comunicación, la Universidad Maza con la Facultad de Periodismo, la Universidad del Salvador con la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación, y la Universidad Abierta Interamericana con la Facultad de Ciencias de la Comunicación entre las privadas. Existen en el país otras universidades que cuentan con este tipo de facultades pero no ofrecen carreras de posgrado en periodismo y comunicación.

En apartados previos se ha explicado que para cuestiones de clasificación y categorización en temas normativos y de estructuración del Ministerio de Educación, las carreras de periodismo y comunicación se incluyen en la categoría “ciencias sociales”. Esto se traslada a la organización académica e institucional de las universidades donde muchas incluyen las carreras de periodismo y comunicación en áreas – facultades o departamentos- de ciencias sociales o ciencias sociales combinadas con otras, como por ejemplo la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Comahue. En función de esto, otras diez carreras presentan el término “ciencias sociales” en la denominación de su unidad de dependencia. Finalmente, veinte presentan denominaciones que no corresponden ni con periodismo, ni comunicación ni ciencias sociales.

Tabla 11

Denominación de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina

DENOMINACIÓN	CARRERAS
Presentan la palabra “periodismo” o “comunicación” en la denominación de la unidad de dependencia	27 carreras
Presentan el término “ciencias sociales” en la denominación de la unidad de dependencia	10 carreras
Presentan denominaciones variadas de la unidad de dependencia, que no incluyen “periodismo”, “comunicación” ni “ciencias sociales”	20 carreras

En el grupo de las 27 carreras que presentan la palabra “periodismo” o “comunicación” en la denominación de la unidad de dependencia encontramos Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Comunicación, Facultad de Periodismo y Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación. Otras diez carreras dependen de Facultad de Ciencias Sociales, Facultad de Derecho y Ciencias

Sociales, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Facultad de Ciencias Sociales y Económicas o Departamento de Administración y Ciencias Sociales. Finalmente, hay otras 20 carreras que dependen de otras facultades (Ciencias Humanas, Lenguas, Ciencias de la Educación, Ciencia Política y Relaciones Internacionales o Ciencias de la Salud) o de otras unidades (Departamento de Humanidades, de Posgrados, de Estudios Históricos y Sociales o Escuela de Dirección de Empresas).

La dependencia académica e institucional de las carreras en la universidad pública

Tomando como base las 40 carreras de posgrado en periodismo y comunicación que se ofrecen en las universidades públicas, se identifican 34 carreras que dependen de facultades y 6 carreras que manifiestan dependencia directa con la universidad.

En el caso de las 34 carreras que dependen de alguna facultad, la dependencia es diversa como puede verse a continuación:

Tabla 12

Dependencia de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación en universidades públicas en Argentina

UNIDAD ACADÉMICA	UNIVERSIDAD	CARRERAS
Facultad de Periodismo y Comunicación Social	UNLP	15 carreras
Facultad de Ciencias de la Comunicación	UNC	3 carreras
Facultad de Ciencias Sociales	UBA y UNC	5 carreras
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales	UNCO	1 carrera
Facultad de Ciencias Económicas y Ciencias Sociales	UNMDP	1 carrera
Facultad de Ciencias Humanas	UNSL	1 carrera
Facultad de Ciencias de la Educación	UNER	1 carrera
Facultad de Lenguas	UNC	1 carrera
Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales	UNR	6 carreras

Continuando el análisis de la inclusión de términos en las denominaciones de las unidades académicas, 18 carreras se ubican en facultades que incluyen “periodismo” o “comunicación” en su denominación como en la UNLP o la UNC. Otras 7 carreras se ubican en facultades que se denominan “ciencias sociales” o lo incluyen en su denominación; y otras 9 carreras en facultades con otras denominaciones.

El caso de la Universidad Nacional de Córdoba cuenta con sus particularidades. De las seis carreras de posgrado que ofrece vinculadas al objeto de estudio dos dependen directamente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, una tiene doble dependencia entre la Facultad de Ciencias de la Comunicación y la Facultad de Lenguas, otra tiene doble dependencia entre la Facultad de Ciencias de la Comunicación y la Facultad de Matemática, Astronomía, Física y Computación, y dos de la Facultad de Ciencias Sociales, pero funcionan en el ámbito del Centro de Estudios Avanzados.

Entre las 6 carreras de posgrado en periodismo y comunicación que no dependen de facultades encontramos tres que dependen de la Secretaría de Posgrado de la universidad, una de la Escuela de Posgrado de la universidad, una de Rectorado y otra de un Instituto de Desarrollo Humano de la universidad.

La dependencia académica e institucional de las carreras en la universidad privada

En las universidades privadas también se encuentra heterogeneidad en las denominaciones de las unidades de dependencia. De las 17 carreras que se dictan en estas universidades 11 presentan dependencia de una facultad mientras que las otras 6 lo hacen directamente de la universidad.

Las 11 carreras que cuentan con dependencia de una facultad son las siguientes:

Tabla 13

Carreras de posgrado en periodismo y comunicación dependientes de facultades de universidades privadas en Argentina

UNIDAD ACADÉMICA	UNIVERSIDAD	CARRERAS
Facultad de Comunicación	Universidad Austral	5 carreras
Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación	Universidad del Salvador	2 carreras
Facultad de Periodismo	Universidad Maza	1 carrera
Facultad de Ciencias de la Comunicación	Universidad Abierta Interamericana	1 carrera
Facultad de Ciencias Sociales y Económicas	Universidad Católica Argentina	1 carrera
Facultad de Ciencias de la Salud	Universidad Maimónides	1 carrera

En el caso de la Universidad Austral, que es la universidad privada con mayor oferta de posgrados en periodismo y comunicación en Argentina representando un 8,7% del total, la Facultad de Comunicación cuenta con la Escuela de Posgrados en Comunicación en su estructura, la cual es el área formal que gestiona las carreras de posgrado que se ofrecen.

Las otras 6 carreras de las universidades privadas cuentan con la siguiente dependencia:

Tabla 14

Carreras de posgrado en periodismo y comunicación dependientes de diversas unidades académicas de universidades privadas en Argentina

UNIDAD ACADÉMICA	UNIVERSIDAD	CARRERAS
Departamento de Administración y Ciencias Sociales	Universidad CAECE	2 carreras
Departamento de Humanidades	Universidad San Andrés	1 carrera
Departamento de Posgrados	Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales	1 carrera
Departamento de Estudios Históricos y Sociales	Universidad Di Tella	1 carrera
Escuela de Dirección de Empresas	Universidad Argentina de la Empresa	1 carrera

No existe lógica ni homogeneidad de criterios al momento de definir unidades de dependencia. Es cierto también que aquellas universidades con mayor oferta de carreras de posgrado en periodismo y comunicación cuentan con facultades afines que incluyen en su oferta estas carreras. Así sucede en la Universidad Nacional de La Plata que dicta 15 carreras de posgrado en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social; la Universidad Austral que dicta 5 carreras en su Facultad de Comunicación o la Universidad Nacional de Córdoba que dicta 3 carreras en su Facultad de Ciencias de la Comunicación. Es de destacar también que en el ejemplo de estas tres instituciones la denominación utilizada para sintetizar el campo de estudios de la facultad es diferente: periodismo y comunicación social por un lado, comunicación en otra y ciencias de la comunicación en la otra. No se manifiestan criterios comunes a la hora delimitar un campo de estudios en las universidades de nuestro país: las nuevas unidades académicas que se fueron creando en los últimos años no tuvieron en cuenta las experiencias de más años, y las universidades de más años no han dado la discusión respecto de actualizar las denominaciones de sus unidades académicas.

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CREACIÓN Y DISEÑO DE UNA CARRERA DE POSGRADO

“Los problemas educativos no son problemas filo-tecnológicos sino que básicamente se originan en asimetrías comunicacionales, en desencuentros generacionales y sobre todo en antagonismos socioculturales y socioeconómicos”

Alejandro Piscitelli

Como se señaló, la investigación posicionó entre sus principales objetivos alcanzar a describir el perfil de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina al año 2018 y conocer los factores que impulsaron su creación y diseño. Es decir, además de analizar el presente de esa oferta académica, también es importante trabajar sobre el “*de dónde venimos*”; entendiendo que el surgimiento de una carrera no está aislado del contexto que lo rodea: político, institucional, académico y profesional.

Con ese marco, se elaboró una serie de interrogantes que metodológicamente permiten alcanzar ese objetivo: ¿cómo o por qué se crea una carrera de posgrado?; ¿qué factores intervienen: políticos, institucionales, académicos, profesionales?; en el caso de que intervengan más de uno, ¿influyen todos por igual?

Pensar en la trayectoria de una carrera desde su proceso de gestación nos acerca a un entendimiento de la configuración actual de la oferta de carreras, como así también nos presenta algunas variables y dimensiones que ponen en la superficie tensiones y entramados que dan cuenta de una oferta diversa y compleja.

FACTORES POLÍTICOS

Desde los tiempos de Platón y Aristóteles que se discute qué es la política. No es objetivo de esta investigación poner en discusión ni polemizar sobre diferentes concepciones de política y “lo político”. En las primeras fases de esta investigación se realizó el ejercicio de situar esta tesis en el campo de la Comunicación/Educación; el cual hace referencia a procesos y prácticas que se dan en los contextos de interrelación entre la cultura y la política (Hurgo, 1997). A los fines del análisis de esta dimensión entre los referentes del país en los posgrados en periodismo y comunicación, el factor político aquí se posiciona más cercano a aquellas definiciones que refieren a un conjunto de ideas, convencimientos o acciones sociales que se relacionan con las cuestiones públicas o relacionadas con el poder. Entonces, al indagar a los referentes respecto de factores políticos al momento de crear o diseñar una carrera de posgrado, se hace referencia a la percepción sobre el vínculo entre ese origen y las acciones, las ideas y los hechos del gobierno, ya sea a nivel nacional, provincial o local.

Más allá que esta investigación se sitúa en el espacio que percibe todo hecho como político, y que los factores institucionales, académicos y profesionales también pueden señalarse como hechos políticos, resulta importante, a los fines del análisis, separar los factores políticos focalizando en la influencia que pudieran haber tenido en la creación de las carreras las coyunturas políticas (nacionales, provinciales, locales) en los diferentes momentos. Más allá del posicionamiento que aquí se realiza, no se genera una única percepción e interpretación de la “influencia de factores políticos” para los diferentes referentes, y es por eso que no es homogénea la percepción de este tipo de influencia.

Al continuar con el análisis de las entrevistas en profundidad realizadas, aparece prematuramente una de las tensiones de la formación de posgrado en periodismo y comunicación en nuestro país, que es la discrepancia entre dos universos de formación: la formación en el mundo de la universidad pública y la formación en el mundo de la universidad privada. Más allá que los dos mundos mencionados coincidan en algunas dimensiones o indicadores, la percepción de los referentes y sus posiciones dejan entrever que la configuración de la oferta de estas carreras está lejos de ser homogénea en cuanto a la influencia de factores políticos en su creación y diseño.

En el caso de las universidades privadas, en general existe la percepción de que “la política” no tiene ni tuvo nada que ver con el nacimiento de las carreras. Por ejemplo dice Karina Galperin de la Universidad Torcuato Di Tella: “No, no hay ningún tipo de influencia

política”. Coincide en este sentido Silvia Ramírez Gelbes de UDESA: “Creo que no tiene nada que ver con lo político”. Estos ejemplos, de dos maestrías en periodismo, resultan de relevancia en virtud de que son las carreras que mantienen un vínculo con dos de los principales medios de comunicación del país: Clarín y La Nación. Agrega Galperin: “Si me preguntas cual es el factor que determinó o movió nuestra currícula, te diría: los cambios tecnológicos y su impacto en el periodismo... pero políticos ninguno”. Una opinión similar se encuentra en la UADE: “No te diría ni 100 ni 0. Me parece que nunca está exenta de algo por el estilo. En nuestro caso no fue respuesta a un hecho político”, según Claudia Cortes.

La Universidad Austral, otra de las universidades referentes en esta formación, tampoco sitúa al factor político entre los principales al momento de haberse decidido la creación de sus carreras. Damián Fernández Pedemonte sostiene: “Yo creo que en el caso nuestro no. En primer lugar, está el aspecto profesional, y después el institucional (en referencia a los factores que motivaron la creación de la carrera). Nosotros tenemos ahora la Maestría de comunicación política: cuando la armamos era clave que no tuviese ningún tipo de lineamiento, para poder conmovier a público de todos lados”. En la misma línea aporta Luciano Elizalde: “No, no en la Facultad de Comunicación. Hay factores que tienen que ver con la abarcada del campo, con abordar seriamente el campo y continuar cubriendo aspectos que creemos que podemos cubrir y que otros no; o sea que ahí hay una cuestión de “mercado” que es cuestión de política institucional”.

La mención al mercado también aparece en la Universidad del Salvador. “En la universidad privada donde me encuentro no hay tanta influencia de los elementos políticos, no creo que la política haya incidido en que se creen estas maestrías y no otras, y se les hayan dado este perfil y no otros, en este ámbito que yo conozco no se dieron esos eventos. Tiene más que ver con lo que se supone que necesita el mercado, la cuestión política va por otro lado”, señala Graciela Paredes.

Otro ejemplo es el de la Maestría en dirección de comunicaciones institucionales de la UCES, una de las primeras que data de la década del noventa. Muy valiosa para este análisis es la reflexión de Adolfo Vázquez: “Política a nivel política gubernamental no. Sí socioeconómica porque nació en el 94. Plena euforia de las privatizaciones de las empresas públicas, Menem. Plena necesidad, necesidad absolutamente profesional y despegada de la política, y comercial de las nuevas empresas de darse una política de comunicación, de generar su propia identidad, de marcar un posicionamiento. Y no había el repertorio de profesionales que hay

hoy, especialistas en estos temas, había que crearlos. En agosto del 94 (el nacimiento de la carrera), habrán sido no más de 14 o 15 inscriptos, de los cuales 10 o 12 provenían de Telefónica, Telecom, Metrogas, de las empresas recientemente privatizadas que mandaban a su gente diciendo “muchachos pónganse las pilas””. Y agrega: “A los pocos años se empezó a recibir inscripción de maestrands provenientes de ONGs o de gente del tercer sector, y luego de organismos de gobierno, ya sea municipal, nacional, provincial en sus tres distintas vertientes: ejecutivo, legislativo y judicial. Hoy, el perfil está conformado en tres tercios. Pero en aquella época funcionaba un instituto de la comunicación institucional que abogó mucho por posicionar el rol del director de comunicación.”

Complementando esta idea y también los desarrollos precedentes de esta investigación donde se ahondaba en la década del 90, dice el referente de la UCES: “Nuestra postura ideológica política, te diría, que es la dirección de la cátedra, la dirección de la Maestría y la comparten mis jefes, es que el Estado no es mejor que el mercado, ni el mercado es mejor que el Estado, ni la sociedad civil es mejor que los otros, sino que para que un país que se precie de organizado, eficaz y que le dé mejor calidad de vida a sus habitantes, hay tres sectores -el estado, el mercado y la sociedad civil- que tienen que fortalecerse”.

La tendencia a la interpretación de la influencia de factores políticos en la creación y diseño de las carreras es totalmente inversa en las universidades públicas. “No hay decisión institucional ni académica que no sea política, es así en todos lados pero en algunos con distintos niveles de intervención, otros de la dimensión política local interna y otros que dialogan con otras áreas”, señala Nancy Díaz Larrañaga de la UNQUI, y agrega: “La primera Maestría fue una decisión de política que tomó la institución de ser paraguas a varias de otras iniciativas; entonces allí existió una decisión política de abrir algo que incluya a todo lo demás”. También referente de la UNQUI, agrega Santiago Marino: “Hay maestrías que sí están directamente condicionadas por la coyuntura para su creación”.

En esa misma línea se inscribe la UNLP. Aporta Pablo Bilyk: “El período de crecimiento que se da a partir de la gestión de Florencia Saintout como Decana en 2010 tuvo que ver con posicionamientos políticos. Por ejemplo en la creación de algunas carreras, como puede ser la Especialización en periodismo cultural, que era una especialización más pensada en función de formar profesionales para los suplementos de cultura de los diarios. También en la refuncionalización de otras carreras como la Especialización en comunicación y salud, que

era una carrera más pensada entre médicos y periodistas y hacía un cruce, y para nosotros esa carrera se refunda pensando un vínculo con el Ministerio de Salud”.

Para ejemplificar el vínculo con el factor político, María Belén Fernández, también de la UNLP señala: “Nosotros el primer proyecto lo empezamos a trabajar en el 2001, en el marco de un contexto fuerte de crisis que entendíamos que lo que habíamos ido construyendo y acumulando en referencia al campo era clave precisamente por la crisis orgánica que se atravesaba”.

En la UNC también se resaltan los factores políticos y su influencia en estos programas de formación. “No hay que olvidarse que en Córdoba, si bien la recuperación de la democracia se ha dado en el 83, plenamente en la universidad nos reincorporan en el 85 a todos los echados, y aun cuando se da eso es una universidad muy marcada por el conservadorismo”, sostiene Marita Mata. Y también aparece la referencia a lo político y la crisis del 2001: “La carrera tuvo estabilidad y coherencia interna por fuera de los vaivenes políticos. Lo que sí ocurrió que fue algo que nos atravesó como una variable externa fue la crisis del 2001, porque hubo una dificultad muy fuerte de sostenimiento de la carrera. En el 2001 todo esto colapsó, entonces muchos estudiantes no podían pagar y muchos docentes no podían cobrar”, señala Daniela Monje y detalla: “No sólo nos atravesó lo político, sino también lo económico, las relaciones personales y el deseo de armar otro proyecto como las especializaciones”. (Temas que se profundizarán también en apartados siguientes).

Respecto a la formación de posgrado como hecho influido por “lo político”, claras son las reflexiones de Silvia Delfino (UBA y UNLP). “La formación tiene que ver con las condiciones de producción, y en términos de esto se vincula con la agenda pública y la agenda política”. Además, especifica: “Lo que las carreras de periodismo y de comunicación, y sus posgrados, les aportan a las ciencias sociales y a América Latina, es una concepción del conflicto, en términos de relación entre Estado y sociedad civil. Relaciones de la agenda pública y la agenda política (ésta es una frase de Natalia Aruguete), que constituye no sólo un foco, sino una concepción del problema”.

En su fundamentación también agrega Delfino: “Las carreras de periodismo y comunicación social esto lo tienen como el problema mismo que discuten y enseñan. Entonces en un taller de producción gráfica, radial, multimedial o digital, el problema es cómo nos relacionamos con las condiciones de producción de la información. Por lo tanto, eso entra como parte de lo que debemos discutir. No lo que estamos por discutir. Es decir, fake news y la relación entre

la justicia, los servicios secretos, y los medios. Esto no es algo queelijamos discutir, es algo que nos viene por la interpelación del modo en que se arma la escena de acción, de un docente, un investigador, investigadora o alguien que hace extensión. Los posgrados en periodismo y comunicación social en las universidades públicas en las que yo he participado, no se conciben como espacios de actualización, sino como espacios de focalización de problemas, y ahí está el factor político”.

Pueden observarse fundamentos totalmente diferentes a los manifestados por los referentes de las universidades privadas, es por eso que se señalan los “dos universos”. En su reflexión sobre los factores políticos, Damián Loreti (UBA) aporta: “Había una frase de Jorge Bernetti muy inteligente que dice: “En este país hay que tener sí o sí una materia sobre periodismo agrario”, con el valor de la soja es impensable que no tengamos expertos en ver esa realidad”, en un claro contrapunto a la referencia al mercado de las universidades privadas.

En el caso de UNR, señala Susana Frutos el período que comenzó en 2003 como el ejemplo de la influencia de factores políticos en la formación de posgrado: “Lo político sí influye; estábamos iniciando en 2003 este período que fue de mucho auge y con mucho presupuesto”.

Como se señalaba, está en la superficie la disputa entre los dos universos y su relación con los factores políticos: la universidad pública y su vínculo con “lo político”, y la universidad privada y su “no” vínculo con “lo político”. En esta disputa también aparecieron algunas visiones críticas respecto de la universidad pública. Alicia Entel (UBA y CAECE) señala: “Yo tengo una hipótesis con respecto a los posgrados que se dictan en las públicas; es el área privatizada. No lo digo sólo por los ingresos. Cuando te digo privatizado te digo que no entra en las lógicas de los concursos, el pago de los salarios es todo por factura”.

Como conclusión de este apartado, se identifican dos claras tendencias que responden al tipo de universidad. Las universidades públicas asumen de manera más directa la influencia de factores políticos en la creación y diseño de sus carreras de posgrado; mientras que las universidades privadas no perciben el factor político como influyente tanto en el momento de diseño de la iniciativa de una nueva carrera como en el acontecer de las carreras que están en marcha.

FACTORES INSTITUCIONALES

La lógica de los dos universos de universidades –el de las públicas y el de las privadas– aparece también al momento de indagar respecto de cómo influye el contexto institucional en la creación y el diseño de nuevas carreras de periodismo y comunicación. La vida institucional termina siendo un factor decisivo en el impulso de nuevas iniciativas y, fundamentalmente, en el no impulso de iniciativas y proyectos que finalmente quedan apartados y no llegan a convertirse en carreras.

En el caso de las universidades públicas la conflictividad parece ser un factor común entre este tipo de instituciones. Conflictividad que se traduce en carreras desactualizadas, falta de integración entre facultades, áreas, departamentos o cátedras, falta de integración con las carreras de grado, escasez de planificación, ausencia de vínculo entre docentes y hasta disputas de índole personal.

El caso de la Universidad Nacional de Córdoba

Se ha señalado en varias oportunidades que esta investigación no aspira a dar cuenta de la historia de una universidad o una carrera, ni tampoco una descripción minuciosa de un caso en particular. La intención es acercarnos a la descripción de perfiles e identificación de tendencias que nos ayuden a comprender nuestro objeto de estudio. Sin embargo, la formación de posgrado en periodismo y comunicación en la UNC puede ser utilizada como ejemplo de cómo el contexto institucional atraviesa la oferta y la no oferta de este tipo de carreras.

La UNC cuenta con la Facultad de Ciencias de la Comunicación, donde en el nivel de grado se dictan la Licenciatura en Comunicación Social y el Profesorado Universitario en Comunicación Social. En esta Facultad se ofrece el Doctorado en comunicación social y la Especialización en periodismo gráfico. Además, se ofrece en forma conjunta con la Facultad de Lenguas la Especialización en lenguajes y comunicación digital, y con la Facultad de Matemática, Astronomía, Física y Computación la Especialización en comunicación pública de la ciencia y periodismo científico.

En paralelo, la Facultad de Ciencias Sociales de la misma universidad dicta la Maestría en comunicación y cultura contemporánea y la Especialización en gestión y producción de medios audiovisuales. En años anteriores cercanos esta oferta se ampliaba a tres

especializaciones más: investigación en comunicación; comunicación, medios y prácticas educativas; y gestión y producción de medios audiovisuales.

Las reflexiones y el análisis que han aportado los referentes de la institución reflejan que no es una división planificada o con un sentido institucional, político o académico explicitado. Todo lo contrario, se reconoce que la no coordinación responde a conflictos y tensiones que vienen de años, que se han ido profundizando con el tiempo y que llevará bastante tiempo encauzar las discusiones hacia una configuración más racional de la oferta de posgrado en periodismo y comunicación.

“Es terrible porque para mí, lo que no hay es institucionalidad. ¿Por qué no se sentaron a trabajar los secretarios de posgrado de ambas facultades y generaron la apuesta a vincular unidades académicas?”, se pregunta la ex Secretaria de Posgrado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación María Eugenia Boito.

Con Marita Mata y Héctor Schmucler como referentes del campo, se crea en los primeros años de la década del noventa el Centro de Estudios Avanzados (CEA) dependiente del Rectorado de forma directa. En ese contexto se crea la Maestría en comunicación y cultura contemporánea, que precede a la creación de las facultades de Ciencias de la Comunicación (anteriormente Escuela de Ciencias de la Información) y de Ciencias Sociales.

“Hubo inicialmente una apuesta muy clara del posgrado en el CEA y la de grado estaba en la Escuelita de ciencias de la información, pero con el transcurrir del tiempo también hubo un interés, una pulsión política de ir por más, entonces la escuelita se transformó en Facultad. Para que la escuelita se transformara en Facultad había que hacer algunos movimientos y uno de esos movimientos era tener un doctorado”, afirma Daniela Monje. Y detalla: “(...) para transformarse había necesidad de formar posgrados y de crear más carreras de grado. Esa apuesta empieza a tensionar o a competir con lo que ya ocurría en el CEA. Siempre estuvo muy clara la división política entre la gente que estaba con Marita y la gente que no estaba con ella dentro de la escuelita de ciencias de la información”.

Completa la división Daniela Monje: “Comunicación no quiso estar en ese armado... Comunicación quería ser facultad, esa fue su militancia y de hecho fue tan fuerte que el Rector de ese momento habilitó unos pocos meses antes de finalización del mandato la asamblea y se crearon las dos facultades como facultades gemelas, pero entonces en la Facultad de Sociales quedó el CEA con toda su oferta académica de posgrado. No tiene lógica que haya posgrado de comunicación en sociales y posgrado de comunicación en

comunicación. Pero al mismo tiempo nuestro fundamento era que hay que pensar la comunicación desde las ciencias sociales no como un lugar instrumental sino articulada con ciencias políticas, con filosofía y con urbanismo desde la interdisciplina; y esa fue la inscripción inicial y sigue siéndolo”.

Marita Mata, protagonista directa y referente de la institución, reconoce la conflictividad que ha atravesado la institución en estos años. Su visión crítica recae en primer lugar en la universidad: “Siempre ha sido una institución conservadora, por eso todavía tiene el plan de estudios del año 97”. Marita llega al CEA por un concurso: “Gané el concurso y entonces empecé a trabajar en un centro de posgrados que no tenía posgrado de comunicación”. Y agrega: “Cuando se crea el CEA, se hace “para formar la masa crítica que permita la creación de la Facultad de Ciencias Sociales: hecho que se dio”. En ese contexto se lanza la Maestría en comunicación y cultura contemporánea que se sostiene hasta el día de hoy.

Las disputas por la pertenencia institucional fueron atravesadas por disputas personales. Más allá de que no se ahondará en este tema en la investigación, las tensiones a nivel personal son conocidas y reconocidas por los mismos actores: “Esto que te estoy contando a vos, de mis discusiones con Schmucler, lo sabe y lo sabía mucha gente”, dice Mata.

“A la gente le pasan esas cosas que se vuelve loca, y en vez de la Maestría habían creado dos especializaciones, una en investigación de la comunicación y la otra en educación; siguen vigentes las dos pero nunca más se abrieron. Todo esto dependiendo del CEA”, señala Mata. Como se ve, la falta de vínculo o coordinación entre las carreras no es un tema reciente. El nacimiento del Doctorado parece ser un desprendimiento del conflicto de hace años. “Este jueguito de las especializaciones empieza a acabarse y esa gente de las especializaciones, Schmucler y su mujer incluidos, empiezan a insuflar en ciencia de la información la idea de hacer un posgrado y quedar en el Doctorado. Vanina Papalini es la que presenta ese proyecto”.

Con el correr del tiempo no logró integrarse la actividad de la Maestría con la del Doctorado, y más allá de algunos intentos de compartir ciertas iniciativas, la desconexión sigue estando presente. Al respecto dice Daniela Monje: “En algunos casos compartimos los docentes y en otros tenemos algún diálogo más diplomático y político con alguna gente con lo que hasta hemos imaginado que podíamos dictar cursos juntos para maestría y doctorado”.

También se expresa Marita Mata al respecto: “En el CEA, a la gente de nuestra Maestría que quiere hacer el Doctorado hasta hace un tiempo no le daban equivalencias. Es más fácil ir a

Sociales de la UBA donde menos el taller de tesis te acreditan todo; y hasta en antropología de la UBA, y mirá que antropología no es fácil”. Incluso Mata reconoce que el problema aparece también con otras carreras: “Por ejemplo tenemos el Doctorado en ciencias políticas y una Maestría en partidos políticos y están en dos áreas distintas”.

Este complejo entramado que se cita a modo de ejemplo de cómo el contexto institucional influye en la configuración de una oferta académica aparenta no tener una solución sencilla. “Yo creo que esto no tiene solución”, señala en tono pesimista Marita Mata. Se requerirá seguramente de actores que generen discusiones que, desde la responsabilidad institucional, puedan comenzar a encauzar la vida de la institución en este aspecto con el fin último de que la formación académica ofrecida sea de calidad y no atravesada de forma negativa por disputas que no hacen al fortalecimiento del campo.

Las otras universidades públicas y las privadas

En el caso de otras universidades públicas los niveles de conflicto aparecen también, pero no a nivel de la superficie como el ejemplo recién mencionado, sino de forma más subyacente. En el caso de la UNR también se reconocen las disputas, aunque son llevadas a otro plano mucho más vinculado a lo académico. Al respecto dice Sandra Massoni: “Sí, hubo muchas disputas y esas disputas siguen teniendo un peso importante. Yo creo que esa es una configuración fuerte en esta Facultad”. Y agrega: “Hay intentos de articulación que como siempre tienen que ver más con las trayectorias y las vinculaciones personales, aunque institucionalmente el espacio está pensado en esos términos, por ejemplo los seminarios son articulables y son acreditables, entonces hay reuniones en la que los directores de maestrías discutimos con los directores de doctorado. Pero no se hacen todo el tiempo, sino que tienen la presión de las vinculaciones personales. Yo creo que eso está definido como política y se desarrolla de acuerdo a quienes son los directores”.

Para Silvia Delfino, la influencia del contexto institucional se vincula directamente con la gestión de las carreras de grado. Manifiesta al respecto: “Tiene que ver con una paradoja producida por el esfuerzo puesto en el grado. Ser titular de una materia de grado en algunas instancias, en algunas carreras académicas, es más relevante. Tiene que ver con las discusiones sobre cómo se accede a los cargos, cómo se organizan los concursos. Mi generación no logró discutir los modos de formulación de prestigio. Entonces, por ejemplo, esto de que todo esté concentrado en la cátedra en el titular, el asociado y el adjunto, y luego

haya una tropa de auxiliares, mi generación no lo pudo discutir; la generación que ahora tiene entre 30 y 45 años lo está discutiendo”. Y agrega respecto a los posgrados: “El posgrado se crea como el espacio de discusión que va a derramar sobre el grado, pero que tiene muchísimo más que el grado. En mi experiencia el posgrado es un lugar de elaboración y de reflexión, no es un espacio de transmisión”.

“Muchas veces los problemas que no logran resolverse en las carreras de grado se resuelven con la creación de una carrera de posgrado. El posgrado es una especie de válvula de resolución de problemas internos. Ante el conflicto la solución puede ser “que hagan un posgrado”, manifiesta Marcela Groppo desde su mirada como parte de la CONEAU.

El contexto institucional no es una variable simple, sino que podría separarse en varias dimensiones. Una de ellas podría ser el vínculo con los docentes, que suele ser un tema a abordar por las instituciones, especialmente en las más voluminosas como la UBA, UNC, UNR o la UNLP. “En la UBA la difusión de los horarios con los docentes es una paritaria, en cualquier otro lado te dan la grilla y salvo que tengas un problema se cumple. Yo siempre dije que la UBA es como un gran espejo dorado en El Colón: todos los días pasa alguno y le saca un poco del enchapado de oro, hasta que un día te encontrás el marco de madera y te preguntas ‘qué pasó’”, opina Damián Loreti.

En el caso de la UNLP, el contexto institucional se presenta como una variable que contiene la oferta académica y que, más allá de disputas políticas que puedan darse, se construye colectivamente. Señala Lía Gómez: “Yo creo que en esta Facultad no hay una personificación tan grande en las carreras, las carreras son de la Facultad”. Agrega Lía: “Más allá de que surja la idea de una propuesta particular por ejemplo de Maestría en derechos humanos, se llama a todos los actores de la Facultad, o a los que uno sabe que van a intervenir, y el plan de estudios se construye colectivamente. Esto excede el rol protagónico que la Secretaría de Posgrado pueda tener”.

Agrega Pablo Bilyk: “Hay una parte importante de la marca del posgrado que está dada por aquellos profesores que fueron a hacer los posgrados afuera y después vinieron e hicieron los posgrados acá. Florencia fue una de las principales en ese sentido. Nancy Díaz Larrañaga, Alfredo Alfonso. Compañeros que en un momento se fueron a formar afuera, fueron a México o España, y después vinieron y crearon el proyecto de Doctorado. Es un proyecto que impulsó Florencia desde la Secretaría de Investigaciones en 2012 y se conforma el Doctorado. Claramente también había una cosa fuerte de resistencia de la universidad.

Tenemos que crear nuestro propio posgrado para poder legitimarnos, y poder generar una instancia de formación de nuestros propios docentes”.

La mirada de formar docentes de la casa aparece en varias instituciones como un factor de mejoramiento continuo de la formación académica. Señala Pablo Bilyk: “Tenés profesores que se gradúan y por ahí tienen extensiones de dedicación en la Facultad, o son estudiantes que pasan a ser docentes. De esta forma empezás a tener un cuerpo docente más propio”.

Esta perspectiva es compartida por la experiencia de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNLZ. Señala su ex Decano Santiago Aragón: “Se trabajó sobre una demanda concreta de los auxiliares docentes de nuestra Facultad, que representan casi el 70% del padrón docente de la Facultad, de los cuales menos del 10% tenía formación de posgrado”.

En el caso de la Universidad Nacional de Quilmes, su organización no se da en facultades sino en departamentos. Esto trae aparejado que exista una Secretaría de Posgrado que concentra la oferta de toda la universidad. Dice la Secretaria de Posgrado Nancy Díaz Larrañaga: “Esta universidad concentra en la Secretaría la totalidad de los posgrados, así que tenemos posgrados que van desde ciencia y tecnología hasta comunicación”. Y agrega: “Las iniciativas surgen de los mismos grupos de interés, todos los posgrados en comunicación tienen anclaje en el cuerpo académico de la universidad”.

Agrega Santiago Marino de la misma universidad: “Los procesos políticos-institucionales influyen en la creación de los posgrados desde mi perspectiva, de hecho la Maestría en industrias culturales en Quilmes responde a un momento en el que Martín (Becerra) integraba la gestión de la universidad; y mi llegada tiene que ver con el paso de Martín a director del departamento de ciencias sociales”.

El contexto institucional en las universidades privadas no presenta los niveles de conflictividad de la universidad pública. No se han presentado disputas de tipo personal que afecten el desarrollo de la oferta académica. Al respecto señala Silvia Ramírez Gelbes de la Universidad de San Andrés: “Yo creo que lo que más influye son las personas. Cuando vos tenés una institución chica como San Andrés en la que somos 50 profesores de tiempo completo y más o menos todo lo podemos charlar en el almuerzo, porque además tenemos el almuerzo incluido en los beneficios del tiempo completo, entonces algunas decisiones se toman así, como se tomaban antes en la confitería del molino del Congreso”. En esa línea también aporta Karina Galperin de la Universidad Di Tella: “Esta carrera depende con mucha autonomía del departamento de estudios históricos y sociales”.

Aparecen algunas menciones que señalan la falta de articulación de las carreras de grado con las de posgrado, como aspecto a mejorar desde el contexto institucional. Manifiesta Adolfo Vázquez de la UCES: “Yo creo que es un déficit la relación de grado con el posgrado. Hay una relación cordial, amistosa pero no existe la integración”.

Aunque no ha sido lo más común en la opinión de los referentes, se ha señalado también la dificultad de convencer a los “dueños” de las universidades de abrir una nueva carrera que en primera instancia puede parecer no rentable. Dice Alicia Entel de CAECE: “¿Vos sabes lo que es explicarle a la Cámara Argentina de Comercio qué es la creación cultural? Es un poco difícil. ¿Y cuánta plata da? te dicen”.

Como se ha visto en este apartado el contexto institucional parece ser uno de los factores más importantes en el desarrollo de la oferta de posgrado en periodismo y comunicación en nuestro país. Ya sea como factor positivo que favorece y promueve las condiciones para la generación de nuevas carreras de posgrado; o como factor negativo que se convierte en un obstáculo para la creación y el diseño de carreras de calidad, actualizadas e integradas a la institución y a las carreras de grado.

FACTORES ACADÉMICOS

El recorrido por las entrevistas nos refleja que los elementos académicos no son percibidos como los principales al momento de la creación y diseño de un posgrado en periodismo y comunicación. Como se está planteando en la investigación, en las universidades públicas los protagonistas señalan en primer lugar factores institucionales o políticos como de primer orden al momento de impulsar una iniciativa de este tipo; y en el caso de las universidades privadas factores vinculados a aspectos profesionales.

En esta línea, los referentes plantean reflexiones diversas en sus análisis de la influencia de elementos académicos en la creación de posgrados. Por ejemplo, en la Universidad Nacional de Córdoba, y como lo venimos señalando, influyeron factores vinculados a la vida institucional y a la importancia de actores fundadores como Héctor Schmucler y Marita Mata. Señala Daniela Monje: “Su marca de origen, lo que le dio también la mística que tuvo la Maestría, fue ser creada por Toto (en referencia a Schmucler) y Marita (Mata). Esto implicó que ahí se daban las discusiones; y por esto vinieron a dar clases personas con las que habían trabajado ellos durante su exilio”. La mención sobre lo académico aparece señalado de la siguiente forma por Monje: “Había una apuesta política y un recorte que valoro desde lo académico. Ciertas perspectivas por sobre otras, fue una Maestría de corte crítico que se fundó en la teoría crítica e incorporó los estudios latinoamericanos como un aporte fundante dentro del campo que recuperó el trabajo de Jesús Martín Barbero. Y puso acento importante en la sociología de las comunicaciones, pero que también pudo articular desde la economía política aportes que se habían estado debatiendo y desarrollando por ahí en otros ámbitos, en otros países, y no tanto en Argentina”.

El caso de la Universidad Nacional de Quilmes también puede utilizarse como ejemplo de la importancia que adquieren los actores referentes del proceso de creación. “En el caso de la creación de una Maestría como la de industrias culturales hay una perspectiva muy clara. Los creadores de la Maestría adscriben a la teoría crítica de la teoría política de la comunicación, eso se materializa tanto en la bibliografía que proponen en sus seminarios como en los tipos de seminarios que ofrecen; entonces incide claramente”, afirma Santiago Marino. Otra de las referentes de la UNQUI, Nancy Díaz Larrañaga, agrega: “Sí, hay actores referentes, esta es una universidad chica y eso le da una escala de diálogo diferente: siempre hay un borrador y todos los actores vinculantes lo conocen antes de que esto se apruebe”.

En el caso de la Universidad Nacional de Rosario aparecen las disputas en torno a elementos académicos de manera más visible, en este caso en torno al Doctorado. “Sin dudas existen las disputas. Yo soy de la comisión del Doctorado y puedo contarte que la disputa a nivel del Doctorado todavía existe. La tensión sobre qué es la comunicación es un fenómeno que se reduce a su registro simbólico. Hay otro tipo de debate en relación a esto que yo denomino desde las teorías que desarrolló la multidimensionalidad de lo comunicacional; entonces en el Doctorado en comunicación de esta Facultad esta disputa se mantiene. En la mesa del Doctorado seguimos discutiendo y cada decisión que se toma sigue ese debate. En la Maestría está resuelto”, señala Sandra Massoni. Y agrega respecto de la visión que los posgrados tienen de la comunicación: “Lo que nosotros vemos es que con los posgrados en comunicación estamos respondiendo a un área de vacancia. Porque la comunicación es un fenómeno cada vez más transdisciplinar, y eso se reconoce en los territorios. Entonces aquí se da una cosa muy particular; quizás somos uno de los únicos posgrados que tiene tan en claro este registro y ofrece una formación que dice “la comunicación es un fenómeno transdisciplinar”, entonces tenemos sociólogos, ingenieros, veterinarios, médicos y también comunicadores. La gente que viene a estudiar comunicación a la UNR no viene necesariamente, ni toda tampoco, de las comunicaciones tradicionales pensadas en términos más lineales, de medios, etc.”. En este caso sí asoma una visión clara de predominancia de una corriente teórico-académica.

En paralelo, en la Universidad de Buenos Aires se reconocen las discusiones de gente de peso en el campo como factor de impulso. Al respecto dice Mariano Mestman: “Hubo una extensa discusión intelectual, cultural y académica entre gente de mucho peso como Aníbal Ford, Nicolás Casullo, Ricardo Foster y mucha otra gente; y hubo una discusión donde fue madurando la idea de que tenía que haber algo de posgrado en comunicación y cultura”. En línea con las discusiones iniciales agrega Damián Loreti: “En esa época la sociedad empezó a mirarse el ombligo fuertemente, y el tema de la profesionalidad de las carreras dentro de sociales tiene una cuestión complicada: siempre se dijo “hay carreras científicas y otras con enseñadores profesionales”. En mi gestión como director de la carrera de comunicación arrancamos con los profesorado y con la Maestría de periodismo, dos lugares donde había una batalla de formación y además de demanda profesional; porque en las juntas de calificación de la selección docente si no tenías la formación pedagógica no entrabas. Y en periodismo el hecho de que hubieran pululado de los 90 en adelante carreras privadas, más la Maestría de La Nación, más la Maestría de Clarín, más la Maestría del Salvador, a nosotros

nos generó la necesidad de salir a dar un debate sobre la disciplina en términos de posgrado con otra mirada”.

En el caso de esta universidad, que es la de mayor cantidad de estudiantes del país, no se menciona entre los referentes que exista una “bajada de línea” respecto a corrientes teóricas o a bibliografía que deba utilizarse en las carreras. Señala Loreti: “En la UBA es complicado que las autoridades bajen línea de orientación bibliográfica, y hasta te diría de perfiles de corrientes, eso no sucede”.

En algunas universidades aparece la visión latinoamericana como un elemento académico que forma parte del entramado que rodea la creación y diseño de una carrera de posgrado. Por ejemplo, en la Universidad Nacional de La Plata, María Belén Fernández afirma: “Un dato interesante es precisamente la oferta en comunicación y educación en algunos países de América Latina; por ejemplo en Colombia hay 42 maestrías en comunicación y educación, o sea que hay lugares donde el campo se desarrolló de una manera impresionante, en general en el ámbito de lo privado. Pero sobre todo lo que aparecen son perspectivas o tradiciones estratégicas propias más vinculadas con la educomunicación o referidas a cuestiones de la tecnología, a un perfil mucho más instrumental de la educación. Nuestro enfoque se ubica dentro del campo de los estudios culturales latinoamericanos. Esa es la perspectiva en la que se inscribe esta Maestría y que se ubica y define el campo de la educación y la comunicación, primero como campo estratégico y como campo político. Entonces la definición del diseño estuvo articulada en torno a esta cuestión y sobre todo trabajando desde una perspectiva, desde una pedagogía crítica del campo de la cultura, desde la construcción de lo que se llaman los horizontes formativos”.

Los elementos académicos son vinculados también con el ejercicio de la docencia. “Yo creo que hay un impacto directo que es en la docencia. La inserción en el posgrado es transformadora porque las discusiones después se llevan a las aulas”, señala Pablo Bilyk. Agrega también Silvia Delfino: “No es sólo una actualización teórica, o una actualización metodológica, sino es la focalización de los puntos de vista en términos de perspectiva. Y eso es lo que a mí siempre me fascinó. Yo sigo sosteniendo que eso conforma el verdadero aporte de nuestra carrera y nuestros posgrados a las ciencias sociales”.

En otros casos los elementos y factores académicos se reconocen como inscriptos en un posicionamiento institucional. Es el caso de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, donde manifiesta Santiago Aragón: “En comunicación en particular no hay corrientes teóricas

predominantes porque es una formación muy generalista. No tenemos una tradición de pertenecer a una línea teórica en la Facultad, y la historia ya nos ha inscripto así. Somos una Facultad que trabaja en la historia de políticas de medios de comunicación, pero aun así los espacios curriculares de maestría destinados a políticas de medios son pocos, uno solo. El lanzamiento de nuestros posgrados coincidió con toda la discusión del rol de los medios, pero yo no sé si eso epistemológicamente tiene el carácter de línea teórica. Sí un sesgo vinculado con una mirada sobre el rol de los medios en la sociedad y la problemática latinoamericana respecto de ese rol”.

Al trasladar esta inquietud al universo de las universidades privadas aparecen fundamentalmente dos cuestiones: por un lado el vínculo de lo académico con lo profesional, la determinación de corrientes teóricas en función de su relación con la profesión, con las prácticas; y en segundo lugar la libertad y la armonía en función de definición de contenidos de cada carrera y cada cátedra.

Respecto del vínculo de lo académico con lo profesional, sirve de ejemplo la visión de la Universidad Austral: “Nosotros pensamos todos los procesos de comunicación muy desde la perspectiva del que tiene que tomar las decisiones. No predomina un paradigma crítico en sentido de mirar con sospecha a los medios, sino que nosotros en general buscamos mejorar las prácticas, pero tratando de entender la gestión, las rutinas de ellos”, señala Damián Fernández Pedemonte. Para construir esta mirada se reconoce la importancia de la selección de los docentes de los posgrados: “Lo que pasa es que ahí hay más o menos un acuerdo tácito respecto de los contenidos; para mí el arma secreta es el armado de equipo docente”, agrega Luciano Elizalde.

“Hubo una etapa en los años ochenta que llega hasta los noventa donde los directores de comunicación más importantes de la Argentina eran ingenieros. Estaban nucleados en IDEA, el Instituto de Desarrollo Empresarial Argentino y esto se explica fácilmente: eran las empresas más poderosas de Argentina que se dieron cuenta en ese momento que necesitaban habilitar un área de comunicación institucional o de relaciones públicas. Había una vacancia muy grande, entonces ¿a quiénes ponían? A gente, cuadros, de confianza. No traen especialistas porque no había especialistas”. De esta forma explica Adolfo Vázquez como la UCES basó sus primeros contenidos de su Maestría en dirección de comunicaciones institucionales, directamente vinculados a la lógica de mercado de esos años donde empezaba a surgir la figura del Dircom.

En cuanto a los contenidos de los planes de estudio y de cada materia no se mencionan procesos que incluyan debates y discusiones de fuerte contenido teórico. “Hay total libertad”, afirma Claudia Cortez de UADE. Agrega Graciela Paredes de USAL: “Mientras uno se mantenga dentro del plan de estudios, los temas que se dan o no y lo que se enseña lo maneja el propio director, la elección de los docentes mismos corresponde al director. Pero si hay una materia en la que se quiera cambiar por ejemplo un autor por otro, eso ya es decisión de los docentes”. También en esta línea se expresa Silvia Ramírez Gelbes de UDESA: “De ninguna manera yo permitiría que hubiese una bajada ideología desde mí, es decir desde arriba hacia abajo; cada profesor piensa y dice lo que mejor le parece, siempre y cuando sea ético; y no hay nadie que no lo sea”.

En algunas instituciones el factor académico se vincula a los modelos que se siguen. La percepción del modelo en que se basa una oferta de carrera como el de una universidad extranjera o, de manera más amplia, de una región como Norteamérica o Europa. Como ejemplo de esto tenemos la referencia de Karina Galperin de Di Tella: “Nosotros adoptamos el modelo americano. En Di Tella no hay cátedras sino que hay departamentos con profesores. En las materias hay total libertad”. Se agrega como ejemplo UDESA donde señala Ramírez Gelbes: “Desde el punto de vista académico tenemos un vínculo con la Universidad de Columbia”.

FACTORES VINCULADOS A LA PROFESIÓN

El elemento profesional aparece fuertemente vinculado a los procesos de creación y diseño de carreras de posgrado en periodismo y comunicación en las universidades privadas. Esta afirmación se apoya en descripciones de capítulos precedentes que marcaban que el 79% de las maestrías de tipo profesional se ofrece en universidades privadas mientras que el restante 21% en universidades públicas. En contraposición, el 82% de las maestrías académicas se dicta en universidades públicas y el 18% restante en universidades privadas.

Estos datos son confirmados por las opiniones de los referentes: Nancy Díaz Larrañaga de la UNQUI señala: “Existen dos tendencias: una de universidades privadas y otra de universidades públicas. Claramente las universidades nacionales tienen un perfil más académico y las privadas tienen un perfil profesionalizado e intervienen desde ahí; y está bien la complementariedad de enfoques en ese sentido”.

En el ámbito de las universidades privadas aparecen menciones a “gestión”, “administración”, “profesional” y “mercado”, tanto en la presentación de proyectos formales como en la opinión de sus referentes. La inclusión de estos conceptos en los diseños lo convierte en uno de los elementos distintivos respecto de las universidades públicas; y existe una predisposición explícita de resaltar estas orientaciones.

Los referentes de la Universidad Austral confirman esta posición: “Yo creo que el criterio profesional ha pesado muchísimo, nosotros siempre nos fijamos en el mercado más que en otra cosa”, afirma Damián Fernández Pedemonte. En sintonía, agrega Luciano Elizalde que la Escuela de Posgrado de esa institución: “Tiene que formar profesionales, tiene que tener un fundamento serio y teórico pero orientado a la vía práctica, la vía profesional”.

En esta misma línea se inscribe la Maestría en dirección de comunicaciones institucionales de la UCES. Afirma su director Adolfo Vázquez: “Pensamos en un perfil de directores de comunicación. El sesgo de las materias tiene más que ver con enseñarle a la gente cómo administrar, con enseñarle cómo dirigir; no sólo a comunicar”. En general los actores involucrados reconocen que estas visiones son buscadas por los mismos alumnos, y muchas veces por aquellos graduados que provienen de universidades públicas. Agrega Adolfo Vázquez: “Nosotros vemos que el perfil de nuestros maestrandos se compone de empleados o jefes intermedios de organismos del estado, ongs o empresas. En la mayoría de los casos se pagan ellos mismo la Maestría, no es que vienen fruto de un convenio o que la empresa los

manda. Dicho por los mismos alumnos que provienen de carreras de comunicación de la UBA, La Plata, Córdoba o Rosario, esta carrera les da un instrumental de gestión que en sus grados no se los dieron. Vienen muy armados en teoría, pero van a una empresa a trabajar y no tienen por dónde empezar”.

El factor de la profesión aparece también explícitamente señalado como el principal impulsor en el caso de las carreras que tienen vínculo directo con medios de comunicación, como ser la Di Tella con La Nación y San Andrés con Clarín. La Maestría en periodismo de Di Tella tenía en sus primeros años el claro objetivo de formar profesionales para su redacción, y en los más recientes para los distintos formatos que se fueron agregando en la empresa como web y TV. Señala su directora Karina Galperin: “El norte nuestro tiene que ver con formar chicos que se puedan desempeñar en una redacción”.

La misma lógica se presenta en la Maestría en periodismo de UDESA. “Cuando la Maestría fue creada, sus fundadores pensaron en formar a los propios periodistas de Clarín”, señala su directora Silvia Ramírez Gelbes, y agrega: “Lo que esperamos es que estén formados para trabajar en grupos grandes como puede ser el Grupo Clarín, o para armar sus propios emprendimientos”.

En relación a la experiencia de estas dos carreras vinculadas con medios afirma Roberto Igarza: “Evidentemente en el marco de las universidades privadas es probable que el enfoque demanda tenga un énfasis mayor. Por ejemplo hoy, una Maestría en periodismo como la supo haber, las hay, una Maestría en periodismo Clarín – San Andrés, o Maestría en periodismo Di Tella – La Nación, fueron parte de un proceso, de un paradigma de transición que los medios de comunicación buscaban asimilar y en ese proceso de transición pensaron que apoyarse en una institución, en una suerte de cobranding, les permitía obtener los mejores ingresos, un perfil adecuado para transicionar como medio de comunicación con recursos formados ad-hoc. Por eso el taller de la maestría en periodismo está en la antigua sala de redacción de Clarín. Eso para la universidad privada es demanda pero no es destinatario final, no es desde el alumno sino del medio de comunicación que se vio la necesidad de asociarse con una universidad privada a los efectos de obtener el mejor recurso ingresante pero obtener a su vez el mejor output, quedarse con aquel alumno que amerite participar de esa transición a la convergencia digital”.

Otro ejemplo se presenta en la Universidad CAECE, donde su directora, Alicia Antel, cuenta con una fuerte impronta vinculada a la universidad pública y específicamente a la UBA. Aun

así se reconoce el elemento profesional como determinante en el diseño de la carrera, pero intentando que el profesional surgido de la institución tenga una mirada más amplia que aquella sólo reducida al “mercado”. Al respecto, señala Antel: “Sí, pensamos en profesionales. Hay que mirar cómo Norberto Chávez hizo un trayecto muy interesante, porque él en las primeras reuniones y en las primeras clases que daba acá explicaba “cómo le hice el logo a Telecom” o las bondades de las privatizaciones. Pero si miramos su último libro vemos que es absolutamente crítico de la globalización. Entonces yo le digo, mirá Norberto, vos influiste en mí, pero yo también en vos. Para nosotros un profesional amplio es el que se puede adaptar a distintas situaciones. Y hoy hacer eso no es ser fundamentalista de la globalización. Nosotros trabajamos mucho eso, y eso nos distingue de otras privadas”.

En ese marco, Alejandro Giuffrida, investigador de las ciencias de la comunicación y rector de la Universidad Champagnat, sostiene: “El campo de la realidad profesional y de la salida laboral-práctica está asociado principalmente a las ofertas de las universidades privadas. Creo que es un error que no sea una preocupación compartida y que no haya espacios entre las carreras para debatir hacia dónde va la comunicación y el periodismo, ya no en el país, sino en el mundo. La capacidad analítica de un profesional para nuestro sistema educativo pareciera antagónica a su capacidad de inserción laboral. Como si fueran dos universos separados: o elegís tener un perfil para ingresar a una empresa o tenés un perfil para comprender procesos sociales y articular teorías. En la vida real, lo mejores profesionales son lo que pueden entender la lógica de un mercado laboral cambiante, convergente, y que a su vez pueden analizar la comunicación con categorías de pensamiento diversas”.

Las formaciones de tipo más teórico -como son los doctorados o las maestrías académicas en periodismo y comunicación- se encuentran de manera mayoritaria en las universidades públicas. Dice Santiago Marino: “Estamos formando, desde mi perspectiva, más investigadores y analistas que actores que logren insertarse en el mercado”.

Del análisis de los datos puede verse que al momento de pensar en ofertas de carreras de posgrado de tipo profesionalizante, las universidades públicas eligen diseñar especializaciones y las universidades privadas prefieren las maestrías profesionales. El 90% de las especializaciones se dictan en universidades públicas y, como se había señalado, casi el 80% de las maestrías profesionales se dictan en universidades privadas.

Por ejemplo, en la UNLP se creó la Especialización en gestión y producción de la comunicación audiovisual que está en proceso de aprobación. “Surgió en los últimos tiempos

y está ligada al trabajo en el campo de los medios audiovisuales. Tiene un trabajo muy fuerte en relación a qué significa trabajar en los medios audiovisuales. No solamente te enseña a tomar una cámara y filmar, sino que te enseña cual es el lenguaje político de eso. Creo que todas las carreras tienen esa impronta de pensarlo en diálogo constante”, señala Lía Gómez.

Como vemos, el vínculo con la profesión en el caso de las universidades públicas aparece en un nivel más profundo, en el hecho de generar las condiciones para dar las discusiones necesarias sobre cómo debe ejercerse la profesión. Señala al respecto Sandra Massoni: “Estamos en un momento en el que debemos volver a discutir todo, inclusive esta relación en términos de profesión o investigación, estamos en un momento en el cual las fronteras están diluyéndose; tenemos que pensar en nuevas categorías”. Y agrega un ejemplo de cómo una maestría académica tuvo un impacto profesional: “En la municipalidad de Rosario antes de estos posgrados sólo tenían oficina de prensa -se llamaba oficina de prensa y difusión-, y cuando se empezaron a graduar alumnos aquí en los posgrados de la universidad pública, la municipalidad empezó a poner oficinas de comunicación al lado de las oficinas de prensa”.

En el caso de la UBA, y en contraposición al caso de UDESA, se cuenta con el antecedente de la intención del Grupo Clarín de vincular la carrera de periodismo con la empresa bajo la iniciativa de Eliseo Verón. Esta iniciativa no prosperó y con los años se trasladó la propuesta a la Universidad San Andrés. Dice Gerardo Halpern: “Clarín lo que no te va a decir es que primero tuvo la pretensión de hacer su Maestría con la Universidad de Buenos Aires antes que con San Andrés, y la carrera de comunicación lo resistió. Y tampoco te va a decir que la pretensión que tenía era formar sus nuevos cuadros para su redefinición, una redefinición fantástica que hizo Eliseo Verón. Hay un antes y un después de Eliseo Verón en Clarín y eso es innegable”.

Al analizar las reflexiones provenientes de la UBA, se pone en la superficie la dificultad que tiene la carrera para vincularse con profesionales en actividad, ya sea en el periodismo o en otra área laboral. Las modalidades de cursada, desde los horarios hasta el tiempo de dedicación que insume hacer la carrera, son reconocidos como un obstáculo en la vinculación de la carrera con la actividad profesional. Afirma sobre este tema Halpern: “El régimen de cursada de la Maestría es un régimen casi anti laboral” y agrega Loreti: “Las primeras cohortes sí estaban conformadas por gente que estaba en la actividad, de hecho buscamos un horario que no fuera el de los diarios. Varios de los que pasaron por ahí hoy están en diarios recuperados como Tiempo Argentino. Algo de cabeza aparentemente han puesto, eso fue en

las tres o cuatro primeras cohortes. Después lo que ocurrió fue una alta inserción de extranjeros, que se convirtió en presencia casi mayoritaria hoy, lo cual obligó a recambiar algunas cosas”.

En algunos casos el elemento profesional de las carreras se vincula con la formación de los propios docentes de la institución. Son varias las instituciones que manifiestan que sus primeras cohortes estuvieron conformadas por docentes de la casa. Por ejemplo en la UNC “hubo en la primera cohorte una vocación de completar y profundizar una formación de posgrado que no había sido posible hacer hasta ese momento. La primera cohorte estuvo integrada por docentes que tenían trabajo, que ya estaban con sus cátedras en curso hacía varios años y que necesitaban un espacio para formalizar y tener un antecedente de posgrado”, señala Daniela Monje.

En el recorrido de las opiniones respecto de la influencia del factor profesional en la creación y diseño de las carreras, en general se señala casi como “obviedad” en el universo de las universidades privadas; y con cierta precaución en el ámbito de las universidades públicas. La “obviedad” del elemento vinculado a la profesión en la formación se mantiene desde el momento de expansión principal de las carreras que fue en la década del noventa como respuesta a un nuevo mercado que requería Dircoms. En este terreno se da una disputa constante con las universidades públicas que se encuentran en un doble desafío: por un lado mantener la posición crítica respecto de estas orientaciones de formación y, por otro, no perder la batalla en materia de conseguir los inscriptos necesarios para que las cohortes se abran y los estudiantes no se vayan a una oferta privada.

Esta conclusión es también compartida en su reflexión por Igarza: “Hablar de gestión en la universidad pública tiene una connotación particular. Me parece que hay que ir al rescate de los términos que se han abandonado muy desapropiadamente, muy livianamente. ¿Por qué deshacernos de términos que dicen algo respecto del tipo de formación? Cuando vos decís gestión de la comunicación de las organizaciones, estás apuntando a alguien que además de tener técnicas (y lo pongo entre los requisitos) tiene que tener formación teórica sólida porque lo que vengo a buscar es una mirada que la normativa de posgrado lo dice: resolver problemas complejos, y la complejidad nace de la intersección, no de la linealidad. Además, saber gestionar no es poca cosa”. Y agrega sobre este factor de tensión entre las universidades públicas y las privadas: “Respecto a esto de abandonar el término de gestión y planificación, es una discusión que he tenido infinidad de veces. Hace 30 años que discuto

esto. Fijate que en algo tan importante como la cultura, se habla sin más de gestión cultural. Nadie pone en tela de juicio que la formación es gestión de cultura, llamada gestión cultural. Sin embargo en comunicación, que -con toda franqueza y sin desmerecer ningún campo propio- está dentro del campo de la cultura en todos los casos, nosotros no somos Mercurio, no somos hombres del comercio, somos del campo de la cultura. La comunicación está enmarcada claramente en ese vasto universo simbólico e infinito que es la cultura. Para hablar de cultura hablamos con facilidad de gestión de la cultura. Pero a la hora de hablar de comunicación muchas veces connotamos tan fuertemente el término gestión que lo desmerecemos”.

FACTOR REGIONAL

Uno de los datos que se desprende del análisis descriptivo es la concentración de la oferta de posgrado en periodismo y comunicación en la región metropolitana y bonaerense. En números concretos, el 72% de estas carreras se dictan en las mencionadas regiones. Si a eso se incorpora el 23% que representa la región centro, el resultante es que sólo el 5% de esta oferta de posgrado se dicta en el resto del país (3% en Nuevo Cuyo y 2% en la región Sur). Además, no se encuentra ninguna carrera en las regiones NEA y NOA.

Comenta Santiago Aragón de la UNLZ: “Es dolorosamente centralista el sistema de posgrados. Abrís una cohorte acá y la mitad viene del interior del país. Capaz que vos vas, les das el mismo contenido en otra universidad y por alguna formación unitaria que todavía tenemos en nuestra cultura se piensa que ese contenido no tiene jerarquía. Lo vienen a cursar a Recoleta y piensan que está cursando en la Sorbona”.

Similar es la visión de Nancy Díaz Larrañaga de la UNQUI: “En el interior falta siempre, la verdad es que la gente en el interior estudia lo que tiene y no elige. Acá en Argentina los posgrados están súper concentrados, volvemos a tener esta lógica de lo no federal en la formación. Ojalá cada universidad que tenga carreras de grado de comunicación pueda llegar a tener aunque sea un posgrado”. Este pensamiento no difiere entre los referentes de las universidades públicas y los de las privadas. En la misma línea que Larrañaga se manifiesta Silvia Ramírez Gelbes de UDESA: “A mí me gustaría que hubiese una oferta más importante en el interior, porque eso le da una oportunidad a la gente que está lejos de la Ciudad de Buenos Aires”.

Más allá de la concentración de la oferta, se reconoce también que el criterio de región puede influir en el desarrollo de una carrera de posgrado; ya sea por la influencia de los impulsores locales, por la disponibilidad de docentes o por la permeabilidad a las problemáticas locales. Por ejemplo en la UNC, como se describió previamente, es muy fuerte la influencia de los fundadores de las carreras. Así lo señala Adolfo Vázquez: “Es muy influyente el criterio de lo regional en términos de grandes maestros que hayan dejado su impronta. Si te situas en Córdoba sí o sí aparece el peso de Héctor Schmucler y de Marita Mata”.

También como se decía el peso de las lógicas regionales y locales. Señala al respecto Nancy Díaz Larrañaga: “Lo regional impregna la discusión disciplinaria, es sumamente saludable y hay muchas cosas interesantes para pensar. Por ejemplo algunas discusiones que se dan en el

norte. En algunas cuestiones de comunicación y posgrado existe una lógica de diálogo entre Tucumán, Salta y Jujuy donde se retroalimentan entre ellos. Siempre lo regional atraviesa el tema de la tesis. Es importante ver cómo la producción del conocimiento está bien interpelada desde las lógicas regionales”.

En la misma línea y desde la visión de la universidad privada se expresa Luciano Elizalde: “Para mí, influye el criterio de región porque en cada una hay formaciones propias y características que tienen que ver con la historia propia. La Universidad de Rosario tiene su historia, la Universidad de Córdoba tiene su historia, si te vas a Jujuy hay una historia distinta. Se construyen en cada lugar en función del desarrollo de las historias de las personas que por ahí han pasado. También porque hay un contexto que influye, positiva o negativamente pero influye. En Mendoza por ejemplo hay una influencia fuerte del espíritu chileno”.

También es determinante la disponibilidad de docentes. Nos aporta al respecto Nancy Díaz Larrañaga: “Influye mucho la posibilidad o no de traer docentes de otros lados. Yo di clases en Jujuy y la verdad es que los que llegan a Jujuy son muy pocos; y si consiguen, es por la buena voluntad de los profesores de sacrificar sus viáticos. Te pagan el pasaje y vas a dar clases. Yo no tengo dificultad de conseguir docentes acá en Quilmes, tengo no solo los docentes de acá sino también los de la UBA, los de La Plata, los de La Matanza. Hay muchas carreras de comunicación en la zona con muchos docentes muy bien formados, así que cuento con pluralidad al momento de elegir docentes. Esto no pasa en el interior del país”.

Se confirma la hipótesis de esta forma que a mayor cercanía con Buenos Aires mayor es la facilidad de conseguir docentes. En el caso de universidades como la de Rosario que están en una distancia intermedia, les presenta una ventaja respecto de otras como Córdoba o San Luis. Señala Susana Frutos: “El vínculo nuestro con Buenos Aires es permanente. Hay que pensar que a Buenos Aires vamos y volvemos en el día. Diferente es el caso de Córdoba donde resultaría muy complicado trasladarse para dictar una clase y volver en el día”.

Los datos analizados muestran que no existen grandes diferencias en cuanto a contenidos y planes de estudios de los posgrados en los distintos puntos geográficos del país. Sin embargo, la regionalidad puede orientar o impregnar los contenidos con las lógicas locales, dotando a la formación de una mirada distinta a aquella más centralista que puede darse en la Ciudad o en la Provincia de Buenos Aires.

LA INTROSPECCIÓN COMO ELEMENTO COMÚN

La tendencia entre los referentes muestra que se conoce poco de lo que pasa en otros programas u otras universidades. Salvo en caso muy puntuales, no sólo se percibe en sus opiniones y reflexiones que no se conoce respecto de la configuración de la oferta de este tipo de carreras de posgrado, sino que tampoco se refleja un interés por saber qué hacen otros. Este dato se profundiza cuando a los actores de las universidades públicas se les consulta sobre los programas de las universidades privadas, y viceversa. “Sinceramente no tengo tanta información de lo que se ofrece de carreras de posgrado en periodismo y comunicación; tengo algo más de información sobre la oferta de MBAs”, afirma a modo de ejemplo Claudia Cortez de UADE. Este tipo de opiniones se repite entre los actores referentes y muestra que la mirada respecto a esta clase de formación es generalmente introspectiva, sin tener en cuenta al resto de la oferta al momento de impulsar una nueva carrera o de diseñarla. Esta mirada acotada genera en este caso que se ofrezcan carreras muy similares en cuanto a su orientación y contenidos, y fundamentalmente, obstaculiza la posibilidad de integración y trabajo conjunto entre universidades que, sin saberlo en profundidad, tienen en su oferta carreras similares.

Algunas opiniones que confirman lo expresado en el párrafo precedente:

Marita Mata: “Conozco muy poco los posgrados de otras universidades. La verdad es que formo parte de una red de carreras donde también hay privadas pero conozco poco de ellas”.

Daniela Monje: “No tengo mucho vínculo con otras carreras. Sí sé de otros colegas que trabajan también en universidades privadas”.

Silvia Delfino: “Sólo conozco posgrados de universidades públicas como el IDAES de la UNSAM”.

Sandra Massoni: “De las privadas conozco menos que de las públicas. Lo que veo es que en las privadas el registro es mucho más instrumental. En Argentina esa división es mucho más fuerte que en otros países donde no es tan fuerte la división entre lo público y lo privado”.

María Belén Fernández: “No conozco en detalle mucho. Ahora, también es cierto que tienen una lógica empresarial, que hay una posibilidad y también una lógica del producto y de la instalación de los lugares estratégicos para funcionar”.

Cuando se indaga respecto de elementos de diferenciación entre carreras, en el caso de las universidades privadas suele aparecer la “orientación a la gestión” como factor distintivo. Varias universidades se apoyan en este eje, por ejemplo la UADE donde señala Claudia Cortez: “El diferencial nuestro es que al ser maestrías que se dan en el marco de una escuela de negocios tienen un fuerte anclaje en gestión, en administración, en management y en emprendedurismo. El que hace esta Maestría en la UADE va a compartir el aula en el primer año con alumnos de finanzas, de recursos humanos o de marketing. Tiene dos grandes núcleos la carrera: un año de dirección estratégica y otro de comunicación”. Similar es la referencia en la UCES: “El diferencial respecto de las universidades públicas es el nivel de actualización, lo práctico e instrumental”, afirma Adolfo Vázquez.

En la misma dirección se ubica la Universidad Austral: “Nuestra intención desde un principio fue que la palabrita “gestión” deje de ser exclusiva de las escuelas de negocios. La comunicación también es una cosa de gestión, porque a la comunicación hay que gestionarla y con la comunicación se gestiona. Ese es nuestro diferencial”, afirma Damián Fernández Pedemonte.

Respecto a este tema y desde la visión de CONEAU afirma Groppo: “En principio, en las ciencias sociales en general, empezaron a crecer enormemente las carreras en las universidades privadas cuando cambió la resolución de estándares que dividía entre maestrías académicas y profesionales. Antes, al existir maestrías académicas y doctorados tenías un monopolio de las universidades públicas. Luego se desarrollaron más las carreras de tipo profesional”.

El factor precio o costo es también reconocido como factor de distinción con otras universidades. La Universidad Austral está en el grupo de las que ofrecen las carreras más caras del país, punto reconocido por sus referentes: “Nosotros somos los más caros de todos, acá una maestría debe costar al día de hoy unos \$ 300.000 y no todo el mundo puede pagar eso. Además, debemos reconocer que nos ha favorecido la devaluación para la captación de alumnos extranjeros”, afirma Luciano Elizalde.

En el caso de las maestrías en periodismo se señalan también algunos elementos distintivos. San Andrés y Di Tella compiten por la captación de perfiles similares de estudiantes. Ambas universidades ofrecen convenios concretos con medios (Clarín y La Nación), lo que sugiere una inserción laboral desde el proceso de formación. “Siempre lo distintivo respecto de la de San Andrés ha sido que este programa tiene más contenidos principalmente de radio, y

también de televisión. Por muchos años tuvimos un taller de radio a cargo de Lalo Mir”, señala Karina Galperin de Di Tella.

En el caso de USAL, su elemento distintivo se ubica en la denominación “periodismo de investigación”. “Es la única que tiene en el nombre la especificidad. También tiene de distintivo que es una Maestría bastante personalizada porque son pocos alumnos, y eso te permite un seguimiento de forma cercana al alumno. Por último, tenemos un equilibrio entre la formación más académica a cargo de investigadores, y la profesional a cargo de periodistas que hoy están trabajando en medios”, apunta su directora Graciela Paredes.

La perspectiva de los contenidos, el trabajo teórico, el vínculo con el territorio y el vínculo humano son algunos de los elementos que se reconocen como distintivos de otras carreras similares en las universidades públicas.

Respecto al vínculo humano, dice Lía Gómez de la UNLP: “Creo que un elemento diferente de los posgrados de esta Facultad es que difícilmente haya alguna cohorte donde no se ha construido un fuerte vínculo humano entre los estudiantes”.

Y agrega respecto de cuestiones más teóricas: “Es la perspectiva epistemológica la que nos diferencia. El modo en que la Facultad concibe a la comunicación como una acción política”. Agrega Pablo Bilyk de la misma universidad: “Nosotros intentamos posicionarnos en una visión más cercana al pensamiento crítico; estamos más en diálogo con filosofía y letras que con sociales donde hay una matriz más científicista. Por supuesto que ese posicionamiento genera miles de tensiones. Lo nuestro adquiere sentido en la pregunta política de para qué hacés una tesis, y a partir de esto se fue creando una impronta en la Facultad”.

En el caso de la UNQUI su localización geográfica es reconocida como elemento distintivo: “En nuestro caso el elemento diferente es el vínculo territorial. La Universidad Nacional de Quilmes está enclavada en el territorio, lo que constituye un vínculo con la comunidad diferente al de otras universidades”, afirma Santiago Marino.

El aporte teórico de la formación también es mencionado. “En mucho trabajo teórico y en la intención de formar investigadores”, afirma Susana Frutos de la UNR. La tendencia académica y no profesional de la mayoría de las maestrías de las universidades públicas hace que se repita esta intención de formación de perfiles más vinculados a la investigación y no a la gestión como aparece en las universidades privadas. En línea similar afirma Santiago

Aragón: “El sesgo de la privada, por lo menos lo que me tocó ver, es mucho más profesional, mucho más orientado a la práctica profesional en detrimento de lo teórico”.

También, en el caso de los actores de las universidades públicas, se reconocen similitudes entre programas. “Creo que la Maestría en comunicación y cultura nuestra (UNC) puede tener diferencias con la de Rosario, pero no conozco bien sus planes de estudio. Pero por ejemplo con la UBA tenemos programas muy similares”, afirma Mata.

Estas similitudes reconocidas por Mata en este caso, son también identificadas en el recorrido de la investigación. Por ejemplo, se dictan hoy en el país tres doctorados en comunicación en universidades públicas: en La Plata, en Córdoba y en Rosario. Se ha mencionado la influencia en sus diseños de factores y referentes comunes a las tres carreras; al revisar fundamentaciones, objetivos, perfil del graduado u otras dimensiones de los proyectos se encuentran varios puntos en común, incluso se repiten algunos nombres en las conformaciones de los comités académicos o en el plantel docente. Estas coincidencias permiten preguntarnos si no es posible algún grado de integración entre las tres instituciones y los tres programas que permita una sinergia para las instituciones y para los mismos estudiantes.

Específicamente en materia de integración, no se percibe algo real y concreto entre las carreras de posgrado en periodismo y comunicación. Sí es posible identificar instancias indirectas de integración; por ejemplo, como lo afirma Igarza, el Centro de Investigación y Mediatización de Rosario (CIM) “es un centro dirigido por Sandra Massoni. Realiza un coloquio anual en el mes de agosto, un año en Rosario y un año en Buenos Aires. En Buenos Aires, como en Rosario, asisten el 50% de docentes de la UBA y luego de UNA, UNNE y algunos de La Plata. Entonces, hay esferas de intersección que no necesariamente son la propia estructura curricular, lo que deja en evidencia estos puntos de contacto que son múltiples y a veces son del orden de lo propio, es decir el CIM que propone un coloquio. Para seguir con los ejemplos está el Congreso de Semiótica de la Asociación Latinoamericana de Semiótica donde en sus encuentros participan muchos. Es necesario que haya otros tipos de intersecciones”.

Otro ejemplo es señalado por Marcela Groppo: “Algo súper interesante que hicieron las universidades públicas fue la creación de una red de doctorados en ciencias sociales hace algunos años. Ellos detectaron que en las primeras acreditaciones les iba mal; entonces

empezaron a compartir sus problemas y desarrollaron estrategias comunes con mucho éxito. Consiguieron, entre otras cosas, un plan de becas y una red de bibliotecas”.

En otra dimensión respecto a la valoración de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina, tanto los referentes de las universidades públicas como los de las privadas han ponderado positivamente el nivel de este tipo de formación en nuestro país, en comparación con otros países de la región latinoamericana y del mundo.

“Diría que nosotros tenemos una buena formación de grado y posgrado en general, de hecho se ve en la cantidad de chicos que vienen de afuera a estudiar acá. Y cuando tenemos en el posgrado estudiantes de otros países podemos ver que el nivel en el grado acá es muy superior”, afirma Graciela Paredes de USAL.

En la misma línea afirma Damián Fernández Pedemonte de Austral: “Creo que en este campo hay países que están más atrás que nosotros en el tema académico de comunicación. Entonces hay gran diferencia entre los países. Pienso por ejemplo que Brasil y después Colombia tienen un sistema universitario muy bueno, muy sólido, con mucha experiencia en comunicación institucional, y eso se nota en los alumnos. Mucho más pobre Ecuador y Venezuela. Entonces, en términos generales, los alumnos que provienen de otros países son más flojos. También hay casos de estudiantes que provienen de Uruguay, Chile o Brasil que son superiores a los nuestros, pero no es la tendencia general. El sistema universitario argentino es mucho más maduro”.

Complementa la idea Luciano Elizalde de la misma universidad: “La formación de posgrado en comunicación en Argentina ofrece un muy buen nivel si la comparamos con los lugares que puede competir. Argentina es muy competitiva en relación con Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, y hasta en relación con Chile. Si se la compara con otra galaxia como es la anglosajona que viene trabajando hace cien años, va a ser más difícil competir, aunque individualmente tenemos opciones muy competitivas”.

También en UADE y UDESA se reconoce este nivel de calidad en la formación, especialmente de las carreras de grado. Dice Claudia Cortez: “Nuestra formación de grado es igual o superior a la de otros países de la región”. “En Argentina, a diferencia de otros países, el nivel de las carreras de grado es muy bueno, y eso hace que el nivel de los posgrados también lo sea”, afirma Silvia Ramírez Gelbes.

Estas opiniones son compartidas por los referentes de las universidades públicas. “Yo creo que es mejor, incluso comparado con España. Además tengo la mirada de muchos estudiantes que se han ido a otros países a hacer carreras y cursos a través de los sistemas de intercambio; y la verdad es que todos vuelven un poco decepcionados del nivel que encuentran afuera y agradecidos por cómo se han formado acá”, afirma Marita Mata. Y agrega respecto de su análisis: “Actualmente nuestras carreras tienen más alumnos del exterior, y la verdad que a los docentes se les hace difícil con las venezolanas o los colombianos que llegan, porque los estudiantes extranjeros que llegan a nuestra universidad no son los más calificados de sus países. Acá llegan aquellos que no se pueden pagar sus estudios, y lamentablemente no son muy capaces. Puedo decirte que vemos una diferencia notable; aún el peor de nuestros estudiantes es mejor y el peor plan de estudios de nuestras carreras es mejor.”

Muy contundente es la opinión también de Santiago Marino de la UNQUI. “La oferta de posgrado en Argentina es la más sólida de América Latina. La formación de posgrado en Argentina está atada a una trayectoria de formación pública, la consolidación de la universidad pública como atributo central del proceso educativo argentino, y además –dentro de las limitaciones que tiene- es mucho más inclusiva si la comparas con otros países. ¿Por qué tenemos tantos estudiantes colombianos en los posgrados de Argentina? Porque es imposible hacer un máster en Colombia, sale más barato ir a Estados Unidos a hacer un máster. Pero le ofrecés vivir en Argentina unos años y es súper atractivo”.

En la misma sintonía se manifiesta Damián Loreti: “Para Latinoamérica te diría que nuestro nivel de formación es altísimo, sobre todo por la condición en que vienen los graduados, hay un registro de capacidades de investigación y de escritura que el grado público en Argentina da que no sucede en otra parte, la diferencia ahí es fuerte. Mano a mano te diría que el 90% nuestro es superior al 90% de ahí”. Similar es la opinión de Silvia Delfino: “En el momento que se produce una discusión presencial o un contacto, ese momento es el más alto al que nosotros podemos llegar, y me parece, que es el más alto de América Latina”.

Las diferencias negativas que pueden destacarse en la comparación de niveles de formación con otros países de la región se centran en las condiciones materiales en que se dictan los posgrados. “Hay condiciones materiales que son completamente diferentes. A modo de ejemplo, un director de carrera en la UBA tiene que recibir a algún académico que viene de otro país y ¿dónde lo recibe?: en un bar”, afirma Mariano Mestman, director de una Maestría en la UBA. Más allá de estas menciones a cuestiones materiales la comparación es siempre

favorable a la formación en Argentina. Agrega Mariano Mestman: “Creo que hay un concepto de condiciones materiales diferente, pero fuera de eso yo no creo que los estudiantes de acá salgan con un nivel más bajo que en otros sitios. Creo que estamos parejos con lugares de Brasil y probablemente México, y por encima de otros países de la región.”

Algunos referentes ofrecieron su reflexión sobre la cantidad de carreras que conforman la oferta de posgrados en periodismo y comunicación en Argentina. “Hay mucha oferta contra demanda, mucha oferta que se construye a partir de una supuesta demanda del mercado. Me parece que hay una superabundancia de oferta, y creo que no hay tanto nuevo para decir en el mercado de comunicación. Hay que ponerse a pensar que la intencionalidad es otra y no la de aportar a un campo de conocimiento o práctica profesional. Creo que hay de todo. Hay como un deber ser de las instituciones de elaborar sus propias líneas de posgrado, lo cual atenta contra la formación porque no hay, por lo menos en periodismo y comunicación, tantas referencias académicas como ofertas de posgrado. Quiero decir que en un momento se te hace un embudo: hay más oferta que profesionales dispuestos”, señala Santiago Aragón.

Las opiniones en esta dimensión confirman la poca interacción e integración entre las carreras. Aún en carreras “cercanas” respecto de sus contenidos o del perfil del graduado que se intenta construir, no se ve en ninguno de los factores incluidos en el análisis de esta investigación una intención de coordinación o complementación entre carreras. A esta ausencia se le añade el desconocimiento de la oferta de posgrados en el campo del periodismo y la comunicación: son muy pocos los casos donde se conoce qué ofrece otra universidad o qué otras carreras similares existen.

Cuando se consulta por el nivel de las carreras de posgrado en comparación con otros países, existe un consenso en señalar el nivel alto de la formación en nuestro país: tanto a nivel de grado como a nivel de posgrado. Lo sustantivo en este recorrido de análisis es que los referentes muestran un mayor nivel de conocimiento y posibilidad de valoración y comparación con la formación en otros países que respecto de otras universidades que quizás estén a algunos kilómetros de distancia.

LOS PERSONALISMOS

En el análisis de los factores institucionales que influyen en los procesos de creación y diseño de las carreras de posgrado surge de forma tanto implícita como explícita el peso de los personalismos en el desarrollo y la dinámica de las propuestas. Hay un reconocimiento general a las personas que han impulsado y creado las carreras basado en su aporte al campo del periodismo y la comunicación, y en la mayoría de los casos por su historia vinculada a la lucha política y cultural de este país. Más allá de este reconocimiento a las figuras del campo, hay una visión crítica sobre cómo con el tiempo los personalismos se ubicaron por encima de otras cuestiones fundamentales en un proceso de formación como pueden ser un contexto político, la coherencia institucional, la pertinencia académica o el ejercicio profesional.

Al respecto, reflexiona Igarza:

“Hay algunos ejemplos de una etapa anterior donde en una suerte de ejercicio de pioneros avanzaron conceptualizando un campo teórico en términos de formalización académica. Digo, vos podés tener el concepto pero hay que buscar las formas que el sistema, con sus formas de regulación, entiende que son las formas de transmitir, de poner en circulación ese conocimiento, ese concepto que vos desarrollás. Fue una etapa. De ahí surgen en general, esos posgrados con nombre y apellido porque fueron los grandes conceptualizadores. Y vos decís: socio semiótica es natural que se asocie como teoría a un autor, Eliseo Verón. Al mismo tiempo hay una etapa de pionerismo al interior de la propia institución, es decir “yo soy el primero en la institución”. Yo pude haber sido el primero en gestión de contenidos en la Austral. Quince años antes pude haber sido el primero en comunicación en Morón. Pero eso no me da el carácter de conceptualizador, con toda humildad digo, eso no me posiciona en el registro de grandes teóricos de la comunicación, que a su vez, transformaron eso en un instrumento de formación como maestría, especialización, programa o lo que sea. Le da simplemente el carácter de pionero, del líder institucional en la materia pero no lo convierte en la otra categoría. La tercera categoría refiere a aquellos que tienen sentido de la oportunidad, por oferta o por demanda, entienden que hay un nicho de precariedad y son buenos instrumentadores. Entienden que hay una necesidad específica de y pueden escribir, incluso con cierto nivel de conceptualización, una carrera de posgrado en el campo de la comunicación como podrían hacerlo en el campo x, en otros campos. Son instrumentadores, tienen

sentido de la oportunidad, son grandes gestores de instituciones públicas y privadas que ven un nicho de precariedad y que, sobre todo en las privadas, tienen la capacidad para rápidamente diseñar una nueva propuesta y ofertarla. Son niveles muy distintos”.

Agregando otras opiniones sobre los personalismos afirma Nancy Díaz Larrañaga de la UNQUI: “Soy totalmente crítica de los personalismos. Para mí está muy bien que las carreras tengan “padres”, eso es inevitable, que alguien lo haya pensado, lo haya creado, le haya dado forma a la propuesta y lo haya circulado. Lo importante es que con el tiempo estas propuestas se conviertan en institucionales y no personales, que sean sanas en el proceso democrático de la vida de una carrera”.

En las conversaciones que pueden darse en las salas de profesores o en los bares de las facultades suele escucharse hablar de “la maestría de”, “el doctorado de” o “la carrera de”, en referencia, en general, a las carreras que mantienen como director a las personas que fueron sus fundadoras. Estos casos se dan fundamentalmente en el caso de las universidades públicas, como el caso ejemplificado en capítulos precedentes donde se señalaba que una carrera permanecía en una facultad que no era de comunicación en virtud de que sus creadores e impulsores no aceptaban el cambio. “Hubo una cuestión que fue clave. Fue la escisión entre los dos directivos que fundan la Maestría que tuvieron una pelea que mantuvieron y no se resolvió por mucho tiempo. De hecho hubo un lapso de cinco años, entre 2002 y 2007, que la Maestría no se abrió como consecuencia de este conflicto”, afirma Daniela Monje respecto de la historia de la Maestría en comunicación y cultura contemporánea de la UNC.

En esta línea argumenta Silvia Delfino: “Visto la explosión que se dio en la década del 90 y su consolidación en los 2000, hubo una concentración de quienes dirigían, y, por lo tanto, quienes orientaban lo que se discutía, algo que también se sostenía en el grado”.

Este tema es también reconocido por los mismos actores fundadores de las carreras del campo. Así es el caso de Susana Frutos de la UNR: “La camada nuestra, que somos los mayores, somos discípulos del todo, y venimos con toda esa historia vinculada a la política. La influencia de la política en el campo de estudio de la comunicación en Argentina fue impresionante; el “palo” político de todos los intelectuales de la comunicación en Argentina – o al menos del 90%- era el peronismo de izquierda. A mí me parece que eso fue una marca en el origen que todavía hoy se percibe. A nosotros nos vienen a buscar porque hemos sido

personas que dejamos la vida en eso. Cuando hago un recorrido hacia atrás, no sólo mío sino también de los demás compañeros, nos la pasábamos hablando solamente de comunicación y de política. Entonces ahí se genera una cuestión identitaria muy fuerte”.

No es exclusivo de las universidades públicas el tema de los personalismos. También se presenta en las universidades privadas. Señala Luciano Elizalde desde una visión crítica del problema: “Es algo muy argentino. Lo importante es construir un proceso de institucionalización de las propuestas que sea consistente y armar y consolidar un equipo. Luego ese equipo que deja de ser una persona se transforma en una orientación, en una tendencia. Pero es cierto que somos muy personalistas y que los momentos están muy definidos por las personas. En Argentina la falta de institucionalización es un factor común”.

Tampoco es exclusivo del periodismo y la comunicación, ni de las ciencias sociales este problema. Así lo explica Marcela Groppo de CONEAU: “Pasa en todas las áreas; alguna vez un investigador del CONICET al defender una carrera señalaba “porque en mi carrera...”, o “mi carrera no es de la Facultad”, y la realidad muestra que una carrera no puede no ser de una Facultad. Vemos muy seguido eso de “mi carrera”, especialmente en las especializaciones de ciencias de la salud. Hay carreras que son súper interesantes, pero terminan siendo el proyecto de investigación de una persona”.

Puede afirmarse que el cambio generacional ya ha comenzado a materializarse. Hay coincidencia entre los referentes respecto al recambio. Por ejemplo señala Mariano Mestman de la UBA: “Hubo una figura muy fuerte en el inicio de la Maestría que fue Nicolás Casullo, y de alguna manera esa impronta continuó con Ricardo Forster. Creo que después empezó a darse un cambio generacional”. De forma similar opina también Susana Frutos, complementando su reflexión anterior: “Los personalismos existen, pero ya nos vamos yendo. Con esto quiero decir que lentamente está apareciendo debajo nuestro una camada muy interesante”.

En esa línea comenta Alicia Entel: “Me parece que esa época ya pasó. Los personalismos fueron fuertes hasta los 2000, pero después, por la década ganada la cantidad de becarios creció, aunque ahora manejen un taxi, y se doctoraron. En la UBA yo tenía una cátedra con una cantidad enorme de alumnos – teorías de la comunicación- con un equipo de unas quince personas que en ese momento eran todos licenciados; hoy son todos doctores”.

El escenario actual de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación muestra una etapa de transición en materia de personalismos. En algunas carreras se mantienen sus

fundadores como directores, en otras los fundadores han designado o “bendecido” a un nuevo director, y en otros casos la carrera ya ha sido institucionalizada a través de un recambio generacional en los niveles de dirección y docentes de las carreras. El desafío de quienes ocupen los espacios que dejan los fundadores pasará por mantener la impronta que existe y por generar nuevas condiciones donde las carreras puedan fortalecerse a nivel político, institucional, académico y profesional.

LA FORMACIÓN DE POSGRADO EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COMO PROCESO DE “RE-GENERACIÓN” DE CONOCIMIENTOS

La sociedad en su conjunto presenta una doble vinculación directa con los procesos de formación de posgrado en periodismo y comunicación. Por un lado, por ser la sociedad la que financia estos procesos ya sea a través de los recursos públicos en las universidades públicas, o por financiarlo de manera directa a través de los aranceles que establecen las universidades privadas. Y por otro lado la sociedad es también la receptora de las acciones que impulsan y generan aquellos estudiantes que transitan por estos procesos de formación. En esta lógica es que se ha indagado entre los actores referentes de las carreras sobre cómo impacta en los estudiantes -que ya son profesionales al momento de comenzar una carrera y que ya tienen incorporado un conjunto de conocimientos del campo a profundizar- el tránsito por un nuevo proceso de generación de conocimientos. ¿El proceso de formación se configura como individual, personal y aislado de su contexto o se produce una “re-generación” de los conocimientos vigentes generando nuevos marcos teóricos, nuevas condiciones institucionales y nuevas prácticas en el campo profesional?

La primera mención sobre el impacto real de un nuevo proceso de formación es la mejora de las prácticas docentes. Se ha dicho que en general las primeras cohortes de las carreras, especialmente en las universidades públicas, han estado conformadas por docentes de las instituciones que ya ejercían la docencia y no habían tenido la posibilidad de formalizar un nivel superior de formación. “Creo que hay un impacto directo en la docencia. La forma en que se trasladan las discusiones al aula genera una verdadera transformación de la docencia”, afirma Pablo Bilyk de la UNLP. En esa línea, también de la UNLP, María Belén Fernández coincide: “La mayoría de los alumnos tiene una pata en la docencia, el impacto es directo en las prácticas”.

Marita Mata, en paralelo, afirma: “No tengo dudas que nuestra Maestría ha ayudado a mejorar la formación de los docentes de carreras de comunicación, tengo pruebas palpables de esto”. Y de forma similar opina Silvia Delfino: “Desde el 2003 los posgrados de la universidad son el espacio de formación de sus docentes e investigadores”.

Las evidencias a través de los testimonios muestran que el aporte a la sociedad se produce también a través de las nuevas discusiones que se dan en las carreras de posgrado. Un nivel más profundo de discusiones, en diálogo con otras discusiones sobre lo mismo y otros

saberes, es lo que genera una vuelta a la sociedad del profesional con otra mirada. “Hay apertura del diálogo a otras discusiones”, confirma Nancy Díaz Larrañaga.

Para Santiago Aragón, “en cualquier ámbito en el que vos estés en condiciones de formar profesionales de calidad subís la vara de todo: de acceso a la información, de la capacidad de análisis, de cómo la gente construye sentido, de la interpretación. No creo que exclusivamente en periodismo y comunicación social, pero particularmente en periodismo y comunicación social. Por la oposición, por el tipo de perjuicio que tiene para la sociedad tener profesionales de periodismo y comunicación mal formados; supongo que tenerlos bien formados debe dar algún beneficio”.

También desde la universidad privada hay un acercamiento a esta posición. Señala Claudia Cortez de la UADE: “Creo que hay un aporte importante en abrir cabezas a partir de miradas que no fueron las originales en sus profesiones. El gran aporte es que vuelven a la sociedad con otra mirada”.

Profundiza en el tema Damián Loreti, remarcando la importancia de la universidad pública en esta instancia de generación de nuevas discusiones, nuevos debates: “La universidad pública no es un enseñadero, es un lugar de investigación; el desafío que yo les propongo a mis estudiantes es ir más allá del borde del debate disciplinario; si no investigan, no generan cosas nuevas y se dedican sólo a repetir estar acá no tiene sentido. Me parece que el debate en la universidad pública es ese”. Y agrega Loreti: “Los talleres escuela y todas esas cosas les enseñan a los chicos a cómo enchufar el micrófono y dónde ponerlo. Nosotros tratamos de que los estudiantes investiguen qué es lo que tienen que preguntar”.

También en este sentido aporta Roberto Igarza: “El vínculo con la sociedad es distinto en el nivel de posgrado. De un doctorando yo no tengo como única expectativa que produzca una buena tesis. Por supuesto que la expectativa está puesta y centrada en lo que produzca porque tiene mandato social de producir un nuevo conocimiento. Ahora, no se le pide lo mismo a una maestría profesional y mucho menos a una especialización, entonces tampoco hay que pensar que los vínculos son exigibles para todos por igual. A no todos los posgrados se les puede exigir lo mismo, ni rinden en términos prácticos del mismo modo. Naturalmente, un doctorado genera un colegio doctoral, genera algo a mi juicio fundamental, que es el clima académico. Intervienen en esa gran conversación. Si la universidad es una conversación, esa es mi definición de universidad, el doctorado es la conversación más rica. Entonces al clima académico vos lo podés construir desde diferentes lugares. Vos decís yo creo un clima

académico con una biblioteca extraordinaria, pero bueno hay que ver las actividades que propones, que haya libros no significa que la biblioteca contribuya al clima académico. La formación de posgrado en general uno podría decir es un elemento importantísimo para el clima académico, y ese clima es el que a futuro genera el aporte a la sociedad, el que genera esa “re-generación” de conocimientos”.

Es para señalar como aporte la generación de más democratización en la sociedad. Y en este aporte profundiza Sandra Massoni: “Nosotros aquí generamos democratización en la sociedad. Esto se da porque consideramos que abordar la comunicación en su complejidad y en dimensiones múltiples es un aporte a un registro de democratización. Y en este registro, epistemológicamente hablando, estamos aportando diálogo de saberes en cada situación en la que se despliega una estrategia comunicacional; entonces el aporte de transitar por carreras de posgrado es concreto”.

“Estoy segura que vuelve, quizás de un modo más intrincado y hasta a través de grupos de elite pero vuelve. Veo en gente de toda América Latina que estudia temas de género, temas de luchas populares y que luego con el tiempo lo bajan a una propuesta política para tener ese diálogo con la gente común. Creo que eso es muy importante y muestra que algo de todo esto vuelve”, afirma Alicia Antel confirmando cómo estos procesos de formación generan alguna devolución a la sociedad en su conjunto.

De forma similar se expresa Daniela Monje: “Hay una transferencia concreta de lo que ocurrió en ese espacio de formación de posgrado hacia otros ámbitos. Vemos gente que trabaja ya sea en la militancia o en las investigaciones que realiza articulando con movimientos campesinos, pueblos originarios, escuelas rurales u organizaciones sociales. Es una forma de llegar y transformar en otros ámbitos de la sociedad”.

La mayor cantidad de graduados de las carreras de posgrados impacta de forma directa en la calidad educativa del sistema universitario argentino, no solo porque genera nuevas y mejores prácticas docentes y de investigación, nuevos niveles de discusión, sino también porque posiciona de mejor forma a la universidad argentina frente a la región y el mundo. En esta línea piensa Silvia Delfino al sostener que “hoy la carrera de letras de la UBA es la número 16 del mundo según algunas publicaciones. Estoy segura que esto es un proceso que comenzó en 2003 o 2004 y fundamentalmente se debe a la cantidad de personas que se doctoraron entre esos años y el 2015, y eso es lo que condujo a la carrera a estar en el lugar que está hoy”. Profundizando sobre los años mencionados agrega Delfino que “las políticas

públicas que se produjeron entre 2003 y 2015 han vuelto a poner en primer plano la devolución a la sociedad de la cultura y la política. Un ejemplo es la ley que dice que todo lo producido por las universidades públicas argentinas debe tener estado público; creo que es una ley profundamente revolucionaria”.

El impacto de la formación se da también a niveles mucho más primarios que aquellos vinculados a la profesión o discusiones académicas. Así lo afirma Mariano Mestman: “No hay que olvidarse que muchos de los chicos de la universidad pública ya sea en grado o en posgrado son la primer camada de la familia que llega a la universidad. La gente que critica la universidad pública no tiene idea lo que significa tener un integrante de la familia haciendo vida universitaria. Lo que vive ahí se transmite directamente o indirectamente a sus padres, sus hermanos, sus hijos, a sus amigos o en el club donde van a jugar en el barrio. Todo ese proceso es una transmisión cultural fundamental que es muy importante”.

También aparecieron ejemplos concretos de prácticas que se impulsaron desde los procesos de formación. Por ejemplo el caso de alumnos de una carrera de posgrado de la UNLP, según lo cuenta María Belén Fernández: “La familia de Jorge Huergo donó toda su biblioteca a la universidad, y partir de eso un grupo de alumnos extranjeros armaron un proyecto para hacer una intervención. Empezaron a trabajar con los bibliotecarios para organizar la apertura de esa biblioteca hacia los alumnos de todas las carreras de posgrado y hacia la comunidad”.

Agrega Fernández otro ejemplo concreto: “El otro día me reuní con cinco maestrandos que proponen entrevistas para hacer una topografía de referentes del campo de comunicación y educación. En función de esta idea armaron una estrategia de entrevistas con el objetivo de generar un producto de difusión a nivel latinoamericano para su discusión. Las entrevistas tuvieron que ver con atender la cuestión formativa y la cuestión de los elementos clave de una intervención desde organizaciones y movimientos sociales. Con esto la idea es producir tres productos comunicacionales. Van a colaborar tres estudiantes de cine o realizadores cinematográficos para hacer las producciones audiovisuales que contribuyan a la difusión de la Maestría en comunicación y educación y su perspectiva. Lo que a nosotros nos parece muy llamativo es que estos son proyectos ad hoc de la cursada de la Maestría. Esto habla de la construcción de vínculos, de espacios de reflexividad, de mucha pertenencia, de un sentido colectivo”.

Varios de los referentes citaron la discusión de la Ley de servicios de comunicación audiovisual como un ejemplo de impacto de los procesos de formación de posgrado en

periodismo y comunicación; fundamentalmente el rol de la universidad pública en esta discusión. En esta línea, para Santiago Marino la discusión sobre esa ley “fue llevada adelante con mayor relevancia por la universidad pública. Se logró un nivel de circulación abrumador de la discusión pública en torno a estar a favor o en contra. ¿Quiénes estaban del otro lado? Actores de San Andrés que defendían argumentos del estilo ‘la mejor ley es la que no existe’ o ‘TN va a desaparecer’. Hoy todo el mundo se pregunta cuál fue la enseñanza de ese proceso. La enseñanza fue que los medios son empresas, es una explicación muy sencilla. ¿Es esto sólo fruto del proceso de generación de conocimientos en un posgrado? No, de hecho siempre les hago el chiste a Guillermo (Mastrini) y Martín (Becerra) que se la pasaron 15 años hablando de concentración de la propiedad y un día Kirchner dijo ‘¿qué pasa Clarín, estás nervioso?’ y consiguió mucho más. ¿Cómo explicas el resultado de las elecciones en 2011 sin ese conocimiento sobre los medios? Una cosa son las audiencias de los medios de comunicación y otra cosa es la ciudadanía y sus comportamientos. Cristina Fernández Kirchner gana con el 54% de los votos en un contexto donde Clarín es Clarín y es el diario más vendido. Creo que en todo esto la formación ha incidido de alguna forma”.

Entre los referentes de las universidades privadas también se reconocen los aportes positivos que producen estos procesos de formación en la sociedad. En términos generales los aportes se identifican como mejoras a las organizaciones, acercar las organizaciones a las demandas sociales o generar un mayor compromiso de los profesionales con la sociedad.

Hay una posición muy clara de la Universidad Austral respecto a esta dimensión analizada. Señala Luciano Elizalde: “Hay un interés y un propósito ético antropológico muy importante en la Universidad Austral que está en la base de cada posgrado. De no estar, la universidad no aprueba ninguna propuesta. Esto está vinculado a la persona humana, al hecho de poner en el centro al ser humano con sus valores”. Confirma Elizalde el aporte de la formación a la sociedad de este forma: “Sí hay un aporte a la sociedad, porque nosotros queremos profesionalizar las áreas de comunicación de las organizaciones, queremos que en las áreas de comunicación haya gente más profesional y que esto genere una mejor bajada a la sociedad”. De la misma universidad, Damián Fernández Pedemonte complementa: “Las carreras están orientadas a personas que quieren incorporar conocimientos para hacer transformación. Soy de la idea de que el área de comunicación le está llevando las demandas sociales a las organizaciones”.

Adolfo Vazquez de la UCES coincide con la mirada de la Austral al sostener que “este tipo de carreras está mejorando las organizaciones de la sociedad”, además de coincidir con el punto señalado más arriba respecto a la mejora de las prácticas de los docentes que transitan por instancias de formación de posgrado.

Desde la Universidad Torcuato Di Tella se destaca la incidencia de la formación en los contextos regionales: “Hemos mejorado mucho el periodismo en las provincias, porque nosotros tenemos muchos chicos del interior que vienen a estudiar acá, terminan y vuelven a su ciudad a trabajar en los medios de allá”, señala Galperin.

Desde UDESA también se señala un impacto en la sociedad: “Acá tenemos una clara bajada de línea, no en el sentido ideológico, pero sí en el sentido de generar un compromiso con la sociedad”, afirma Silvia Ramírez Gelbes.

La investigación en su recorrido nos evidencia que se produce un proceso de “re-generación” de conocimientos, los cuales generan un impacto real, en ocasiones de forma directa y, en otras, de forma indirecta en la sociedad. Seguramente cada oferta aporta de manera diferente a este proceso, los doctorados más a nivel de las reflexiones conceptuales y de la generación de nuevas instancias de discusión, las especializaciones más a nivel de las mejoras en las prácticas e intervenciones profesionales y las maestrías aportando en ambas dimensiones. Las expresiones que confirmaron este proceso nos acercan a posibles nuevos interrogantes y nuevas líneas de investigación que puedan profundizar sobre una mejor caracterización de las nuevas prácticas docentes y de investigación, sobre alguna tipificación de las nuevas discusiones que se generan, o sobre cómo se mejoran en la práctica cotidiana las actividades y los roles profesionales de los graduados.

LA INFLUENCIA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN LAS CARRERAS DE POSGRADO

Los testimonios relevados por parte de los actores referentes de las carreras de posgrado en periodismo y comunicación permiten afirmar que las políticas públicas tanto a nivel general como las que se circunscriben específicamente al campo de la educación superior influyen en las condiciones de estos procesos de formación. La tendencia refleja que a peores condiciones socio-económicas del país, mayores dificultades para llevar adelante carreras de posgrado. Las principales dificultades se dan en referencia a menor cantidad de alumnos, complicaciones para la convocatoria de docentes y problemas presupuestarios en general.

La reflexión de María Belén Fernández sirve de síntesis de varias de las opiniones que se han relevado: “El saber no está flotando en el aire, sino que está situado, enraizado en las instituciones y en determinados posicionamientos concretos y políticos. La universidad pública tiene que definir su deber ser dentro de estos términos, en un lugar que es muy complejo: el de la producción del conocimiento, la producción de estándares; y durante mucho tiempo esto fue posible en paralelo con la construcción de nuevas políticas. Hoy el paradigma de la perspectiva neoliberal es tercerizar a través de empresas. En ese marco, es necesario que desde la universidad pública profundicemos la formación de posgrado, porque si no parece que el conflicto no está; y el tema es ese: la centralidad del conflicto”

La primera causa de incidencia que sale a la superficie son los problemas económicos que atraviesan a la sociedad, los cuales influyen directamente en la decisión de inscribirse a un posgrado. Para Silvia Delfino, hacer un posgrado “es una inversión que implica restar dinero a la familia, a la vida cotidiana”. Sostiene que “trasladarse en transporte público o en auto es un costo que casi iguala al valor de una matrícula. Y el segundo gran problema es que con esta crisis las personas necesitan más tiempo para conseguir el dinero cotidiano por lo que se genera una espiral que hace todo más complicado, trabajar cada vez más hace más complejo encontrar el tiempo para el estudio”.

Una de las principales afectaciones a los posgrados es la merma en la cantidad de inscriptos en situaciones de crisis económica. En esa línea afirma Santiago Marino: “Estoy muy preocupado por las consecuencias que traen las políticas públicas educativas en este contexto, porque hay una concepción instrumental del desarrollo de la educación y de lo que el Estado tiene que hacer con eso. Todo esto se combina con otras perspectivas como la

macroeconomía. Los posgrados están en una situación crítica en Argentina, no tenemos alumnos. ¿Y por qué no tenemos alumnos? Porque la gente no tiene para pagar la cuota, porque necesita cuidar su trabajo. Nosotros tuvimos alumnos del INTI que financiaba estudiantes para que se formen en industrias culturales. No creo que esto suceda en los próximos años, y veo muy difícil que se abran nuevos posgrados en alguna temática novedosa con esta situación”.

La baja en la cantidad de alumnos en muchos casos se vincula con la menor cantidad de becas, en especial aquellas que provenían del CONICET. Así lo afirman desde la Universidad Nacional de Rosario: “No sé cómo será en otras universidades pero a nosotros nos ha bajado mucho la cantidad de alumnos. Tuvimos una época durante el gobierno anterior donde la mitad de los doctorandos eran becados. Hoy es distinto, tenemos muchos menos alumnos y ya no podemos pagar lo mismo que antes a los docentes”, dice Susana Frutos.

También encuentra la causa de contar con menos alumnos en la menor cantidad de becas Nancy Díaz Larrañaga. En sintonía con Frutos afirma: “Tenemos muchos menos alumnos becados del CONICET. Antes era mucho más federal, teníamos alumnos de Salta, de Jujuy, porque uno podía otorgar becas de tipo federal. Hoy viene el que puede pagar, nos damos cuenta en la configuración de la matrícula y sabemos que tiene que ver con la política pública del financiamiento al ex Ministerio y de ahí a CONICET. Entonces te das cuenta que el lugar que ocupe la ciencia y la tecnología en Argentina tiene mucho que ver con la formación de posgrado, desde estas cosas macro hasta cuestiones mínimas”.

La no continuidad de convenios con instituciones es un factor que incide en menos alumnos también. Así se ve en algunos casos que se ejemplifican desde la UNLP. “Hay menos estudiantes del interior del país en función de que era una demanda que se sostenía en relación al pedido sobre becas externas que ya no están. En otros casos como la Maestría en comunicación y salud, que se sostenía a partir de un convenio con el Ministerio de Salud, tuvo que reconfigurar el perfil de sus alumnos por el fin del convenio”, afirma Lía Gómez. Agrega Pablo Bilyk de la misma universidad: “Tenemos muchas carreras que están pensadas en políticas públicas, y esto se rompió totalmente en 2015 y 2016. Los agentes que hacían las carreras ya no las podían cursar, y encima empezaron a quedarse sin trabajo”.

También lo ve de esa forma Alicia Entel, hoy en CAECE: “Tengo menos alumnos, menos consultas y más tristeza. Es que nuestra institución es una institución de muy pocos alumnos

ahora, la estamos peleando bastante. Hoy la universidad se ha convertido en un espacio de contención”.

Los problemas se trasladan al ámbito de los docentes, dado que resulta más difícil para las instituciones convocarlos y ofrecer un pago considerado acorde a la función. Sandra Massoni detalla que “muchos colegas se están yendo, porque con los sueldos actuales hay que ser terco para quedarse” y agrega que “para los docentes con trayectoria, que son invitados constantemente por otras universidades, les resulta muy difícil permanecer, y en el caso de colegas que tienen hijos no se pueden quedar; no pueden vivir de la docencia y la investigación, entonces se van como pasó en el año 2001 con Carlos Scolari o Paul Capriotti con una situación exactamente igual a ésta”.

“Ya viví esa pérdida, y lamento profundamente y angustiosamente lo que está ocurriendo en este momento, es otra vez lo mismo”, indica Massoni y completa: “En el gobierno anterior estábamos empezando a consolidar nuestros propios equipos de docentes de posgrado; pero todo eso se interrumpió. Ahora tenemos que contratar a todos los profesores, lo que muestra una nueva etapa de fragilidad que afecta a los posgrados”.

Como se ha ejemplificado en párrafos precedentes, esta conflictividad aparece también en las universidades privadas. “Creo que influye todo lo que tiene que ver con financiamiento; colabora con que más gente quiera hacer investigación y muestre interés. Cuando no aparece dinero para investigar lo que sucede es que los investigadores se terminan volcando a otra tarea, y eso no es bueno”, dice Silvia Ramírez Gelbes de UDESA. También agrega otros ejemplos: “Sin dudas que las políticas públicas incentivan o desincentivan a que la gente estudie; influye. Por ejemplo, es importante que exista la posibilidad real -no solamente verbalizada- de crear radios comunitarias, crear medios más chicos o la posibilidad de armar emprendimientos de nuevos canales digitales. Si esto sucede es probable que más gente se interese por especializarse en esos temas”.

Aparece también una visión crítica desde la Universidad Torcuato Di Tella: “Creo que hoy vivimos en una época de precarización del periodismo, y eso termina influyendo en la cantidad de chicos que deciden hacer la Maestría. Todos los años llegamos a completar la cohorte, pero ya no con la misma facilidad. A mí me gustaría elegir los veinticinco entre cien, pero eso no ocurre”, afirma Karina Galperin.

La influencia de las políticas públicas en los procesos de formación de posgrado se ve de forma directa en la reducción de presupuesto de las universidades. Señala Massoni: “Lo que

estamos sufriendo hoy es un desmantelamiento directo del sistema de enseñanza superior de posgrado. Aquí ya no tenemos partidas presupuestarias para el desarrollo de los posgrados ni para investigación. Y si no hay investigación no hay posgrado. Al no haber financiamiento para la investigación en ciencias sociales se desmantela el sistema de posgrados”.

Más allá de la coincidencia general en que las condiciones generales de las carreras de posgrado vienen decayendo en estos últimos años, aparecen algunas opiniones un poco diversas en el universo de las universidades privadas. En algunos casos se señala que la influencia de las políticas públicas es menor, o, incluso, que las políticas públicas actuales están influyendo positivamente. En este grupo podemos mencionar a los referentes de USAL y Austral. Afirma Graciela Paredes: “Diría que la política pública educativa del gobierno no influye tanto en los posgrados de las universidades privadas”, y en esa línea se manifiesta Damián Fernández Pedemonte: “A mí me parece que para una universidad privada el impacto es indirecto. Creo que el impacto de las políticas de este gobierno se da en las universidades públicas: en la UBA o en la de La Plata”. Sin embargo ambos actores reconocen que situaciones de crisis económica como la actual los termina afectando. “Cada año estamos teniendo menos alumnos, incluso teníamos muchos alumnos extranjeros de Francia, Estados Unidos y hasta de Venezuela; hace tiempo que esto empezó a caer”, señala Graciela Paredes. Y de forma similar afirma Fernández Pedemonte: “La crisis igual te llega, por ejemplo con profesores que trabajan en universidades públicas y ahora se te proponen acá”.

En el caso de los que expresan una influencia positiva en las políticas públicas actuales aparece Luciano Elizalde: “Por supuesto que influyen las políticas públicas. Por ejemplo ahora todo lo que está haciendo el INAP (Instituto Nacional de la Administración Pública) en cuanto a formación de gente del Estado es muy importante para las universidades porque les están dando posgrados a una gran cantidad de trabajadores del estado; y la gente puede elegir entre distintos tipos de posgrados en distintas universidades”.

Las evidencias que surgen de las reflexiones de los actores referentes señalan dos cuestiones: por una lado se confirma la incidencia de las políticas públicas -especialmente las vinculadas a educación superior- en las condiciones de la formación de posgrado en Argentina, y, por otro lado, la diferencia de percepción de esta incidencia entre las universidades públicas y las universidades privadas. Mientras que entre los referentes de las universidades públicas existe plena coincidencia de cómo una “mala” política pública puede dañar severamente la formación de posgrado, fundamentalmente por la menor cantidad de alumnos, mayor

dificultad para la convocatoria de docentes y las restricciones presupuestarias; aquellos de las universidades privadas presentan visiones diversas respecto de esta incidencia, en algunos casos negativa, en algunos otros de forma neutral e incluso en algunos casos particulares de manera positiva.

CONCLUSIONES

1. La configuración de la oferta: predominio de la universidad pública, mayor cantidad de maestrías y fuerte concentración regional

El apartado que se ha dedicado a la caracterización de las carreras de posgrado nos muestra la existencia de un universo de 57 carreras que han conformado el objeto de estudio. Las primeras iniciativas comenzaron sobre finales de la década del 90, luego en los años 2000 se produjo una aceleración donde se sumó una importante cantidad de carreras, y en la década actual se sumaron otras que terminan de conformar este universo. La evolución del total de carreras que configuran la oferta se ha mantenido similar en los últimos cinco años: más allá de que existen algunos pocos proyectos de carreras nuevas (de las cuales, algunas aún no se han implementado), en su mayoría el universo de las 57 carreras lo componen aquellas que tiene cinco o más años de vida. Mariano Calbi, de CONEAU, analiza: “En esta disciplina se ve un desarrollo bastante estable”, y agrega: “No se percibe un crecimiento explosivo para los próximos años”.

La distribución de las carreras no se da en forma pareja entre las universidades públicas y las privadas. El 70% de la oferta se dicta en universidades públicas (40 carreras), mientras que el otro 30% (17 carreras), en universidades privadas. Esto manifiesta el predominio de la universidad pública en la configuración de la oferta de carreras de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina. Este predominio varía según si la carrera es doctorado, maestría o especialización. En el caso de los doctorados el predominio es mayor: el 75% de la oferta está en la universidad pública (3 carreras) y el otro 25% (una sola carrera) en la universidad privada. En el caso de las maestrías la distribución en general es bastante pareja: 55% en la pública (17 carreras) y 45% en la privada (14 carreras). Al momento de discriminar las maestrías en académicas y profesionales los datos muestran que el predominio de las universidades públicas se profundiza en las maestrías académicas donde 14 de las 17 carreras que existen pertenecen a ese tipo de universidad representando el 82%, contra solamente 3 carreras (18%) que se ofrecen en la universidad privada; mientras que el predominio se invierte totalmente en la oferta de maestrías profesionales: de las 14 carreras que conforman la oferta de esta categoría de maestrías, 11 de ellas (el 79%) están establecidas en universidades privadas y solamente 3 carreras (el 21% de este tipo de oferta) se encuentran en universidades públicas. Finalmente, en el caso de las especializaciones las universidades públicas concentran el 91% de la oferta con 20 carreras sobre una oferta total de 22 carreras;

solamente pueden encontrarse 2 especializaciones (el 9% de la oferta) en universidades privadas.

La concentración geográfica de la oferta de carreras de posgrado en periodismo y comunicación es otra de las características de la configuración de la educación superior en Argentina. El 44% (25 carreras) de las 57 carreras de posgrado identificadas se dictan en el área metropolitana. Si a estos valores les sumamos el 28% (16 carreras) que se ofrece en la región bonaerense vemos que más de dos tercios de la oferta está en dos regiones del país, que incluso podría considerarse solo una. La concentración se confirma con la no oferta en NEA y NOA: en todo el norte del país no se encuentra una carrera de posgrado en periodismo y comunicación.

2. El valor de Universidad Nacional de La Plata en la formación de posgrado en periodismo y comunicación

A esta conclusión no se llega solamente por la evidencia que presentan los datos analizados sino también por el reconocimiento de los pares académicos y referentes de otras instituciones que así lo mencionan. Por ejemplo, Sandra Massoni de la UNR sostiene: “La Universidad Nacional de la Plata es el gran referente en periodismo y comunicación social; las demás universidades se mencionan mucho menos en este ámbito”. La especial referencia de esta universidad en el objeto de estudio se justifica por varias razones, a saber:

- a) La primera Escuela de Periodismo del país. Como se ha explicado en la primera parte de esta investigación, la creación de la Escuela Argentina de Periodismo en el año 1934 se convierte en un hito en el país y en Latinoamérica. La Escuela fue el impulso inicial en el país y en la región para la formación de periodistas.
- b) El antecedente de Plangesco. La mayoría de los referentes de las universidades reconocen a la Maestría en planificación y gestión de procesos comunicacionales como la pionera en materia de formación de posgrado en periodismo y comunicación. Esta Maestría que comenzó a dictarse en la segunda parte de los años noventa fue la primera oportunidad que tuvieron muchos docentes de formalizar sus estudios de posgrado, especialmente en la UNLP donde varios docentes de grado y posgrado de la casa cuentan con dicho título de magíster.

- c) La universidad con mayor oferta de carreras de posgrado en periodismo y comunicación. En la UNLP se ofrecían al año 2018 quince carreras de posgrado que representan el 26% de la oferta. Esto refleja que aproximadamente una de cada cuatro carreras del país se dicta en esta universidad. En el caso de los doctorados la UNLP concentra el 25% de la oferta, el 16% en las maestrías y el 41% en las especializaciones.
- d) Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Son pocas las universidades que incluyen su oferta de posgrados en periodismo y comunicación en una Facultad de Periodismo, de Comunicación Social o de Ciencias de la Comunicación. En el caso de la UNLP las 15 carreras que se ofrecen están bajo la órbita de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Las iniciativas, el diseño y la gestión de las carreras se concentran en una única unidad académica.
- e) Una oferta completa. Las 15 carreras que se ofrecen en la UNLP no están determinadas por un único criterio de referencia, ni responden a una sola discusión o abarcan solamente uno o dos sub-campos del periodismo y la comunicación. Por el contrario, la oferta se compone de especializaciones que cubren varios espectros de la comunicación como salud, ambiente, género, radio o cultura; maestrías académicas que buscan profundizar en áreas de derechos humanos, educación, medios o criminología mediática; y un doctorado que se propone como articulador de las discusiones y generador constante de nuevos interrogantes.
- f) La institucionalidad de la oferta. Cuando los datos reflejan que en otras universidades el factor “personalismo” se convierte en un obstáculo para la consolidación institucional de las carreras de posgrado, en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social se ve un alto grado de institucionalización de las carreras. Esto refleja que las carreras –más allá de contar con sus referentes- no son únicamente identificables a una persona o personalidad, y que la oferta logra perdurar aún ante la ausencia de aquellos que impulsaron las carreras, las crearon, las diseñaron y les dieron valor.
- g) El vínculo con la sociedad. Varias de las carreras se han creado, diseñado y puesto en marcha sobre la base de un vínculo concreto con la sociedad, especialmente a través de convenios con instituciones como ser sindicatos, organizaciones sociales u

organismos del estado, como por ejemplo las maestrías en comunicación y educación o comunicación y salud.

3. La presencia de dos universos: el universo de la universidad pública y el universo de la universidad privada.

El análisis de la oferta de carreras de posgrado, más allá de los números concretos, permite aseverar que se configuran dos universos que se diferencian ya desde las características de su oferta:

UNIVERSIDAD PÚBLICA	UNIVERSIDAD PRIVADA
Más doctorados	Menos doctorados
Más maestrías académicas	Menos maestrías académicas
Menos maestrías profesionales	Más maestrías profesionales
Más especializaciones	Menos especializaciones

Se reconoce en las universidades públicas la importancia de “lo político” en la creación y diseño de las carreras de posgrado. “No hay decisión institucional ni académica que no sea política”, señala una referente de la UNQUI, y en esa línea se aglutinan varias opiniones. Distinta es la percepción en el universo de las universidades privadas donde predomina la “no influencia de lo político”. El factor político como impulsor es reemplazado por el factor mercado; la generación de iniciativas como respuesta a las necesidades del mercado, especialmente las necesidades instaladas en la década del 90. En cuanto a factores institucionales, las universidades públicas muestran niveles mucho más altos de complejidad en lo que refiere a creación, diseño y puesta en marcha de una nueva carrera de posgrado. Esta complejidad en general se acentúa en las grandes universidades como la UNC, la UBA o la UNR. Lo define claramente Marita Mata: “Córdoba es una federación de facultades donde cada una ejerce su autonomía, y esto se convierte en la capacidad de cada uno de hacer lo que quiere”. En las universidades privadas el factor institucional se muestra más ordenado y con una tendencia de mayor acompañamiento de los diferentes actores desde la iniciativa hasta la puesta en marcha. Los factores vinculados a la profesión son reconocidos como los prioritarios entre las universidades privadas al momento de impulsar una nueva carrera. La

necesidad de vincularse con la gestión, la dirección o la administración es una de las frases más mencionadas al explicar el porqué de la ofertas de las carreras de posgrado en este universo privado. Esta respuesta es la que se traduce en mayor oferta de maestrías profesionales; es allí donde las universidades privadas se sitúan para captar alumnos interesados en este tipo de carreras.

En el universo de la universidad privada se concentra la oferta de carreras de posgrado con vínculo directo con medios de comunicación. En este espacio encontramos al Grupo Clarín con su Maestría en la Universidad de San Andrés, a La Nación con su Maestría en la Universidad Torcuato Di Tella y a la Universidad del Salvador con cursos y seminarios con el Grupo Perfil. Las instituciones atribuyen estos convenios a una respuesta a las demandas del mercado y de la profesión, que exigen profesionales capacitados para desempeñarse en esos medios. Sin embargo, esta lógica de convenios y vínculos no es interpretada por sus actores como un factor político que influyó en la decisión original de creación.

Es así que el elemento profesionalizante permanece fuertemente anclado a la oferta académica privada. En las públicas, en contraposición, el campo semántico de su leitmotiv gira sobre términos como investigación, análisis, campo teórico o debate académico. Posiblemente potenciado por las opciones de formación que se generaron durante la década del noventa, la oferta pública parece ver con cierto reparo o desconfianza la formación con alto contenido práctico o de vinculación estrecha con la realidad laboral de la profesión. Para el campo de los posgrados de las universidades públicas en comunicación y periodismo sería interesante poder abrir el debate en torno a los perfiles de graduados que se están generando y las fronteras profesionales que podrían abarcarse quizás con mayor incidencia sin necesidad de perder la capacidad analítica o de investigación que promueven hoy sus maestrías o doctorados.

4. Desconocimiento de la configuración de la oferta y falta de integración formal

Son pocas las instituciones y pocos los actores que conocen en profundidad la oferta general de carreras de posgrados en periodismo y comunicación en el país. Los actores de las universidades públicas conocen muy superficialmente las carreras que se dictan en otras universidades públicas, en general con información desactualizada y con poca precisión respecto de sus contenidos y currícula. Este nivel de desconocimiento entre los actores

referentes de las instituciones públicas se profundiza cuando se trata de conocer la oferta de las universidades privadas. “No sé qué hacen las privadas” es una respuesta común.

Entre los referentes de las universidades privadas se atenúa el nivel de desconocimiento del resto de la oferta de carreras similares. Esto se explica porque el conocimiento se acota a otras carreras que se consideran competencia en el marco de ofertas similares de otras universidades privadas. Más allá de estos casos particulares de conocimiento de la competencia directa, tampoco se conoce con claridad qué ofrece la universidad pública o qué ofrecen aquellas universidades privadas que apuntan a un perfil de estudiantes diferente.

La integración real entre carreras es casi nula. Al margen de que en algunos proyectos formales que son presentados ante la autoridad competente se mencionan algunos convenios suscriptos con otras universidades, no hay experiencias concretas de integración entre doctorados de distintas universidades, entre maestrías o entre especializaciones. Aun cuando las carreras cuentan con perspectivas académicas similares o con denominaciones casi idénticas, las instituciones no se han planteado hasta el momento la posibilidad de crear carreras interinstitucionales -aceptadas por la normativa local- que optimicen los procesos de formación y enriquezcan las discusiones que puedan producirse en su recorrido.

Sí existen espacios de intersección entre carreras que permitirían afirmar una integración no formal de las carreras. Esta integración puede darse ya sea por alguna jornada, seminario, curso, encuentro o conferencia que organicen por ejemplo el Centro de Investigaciones en Mediatizaciones que funciona bajo la órbita de la Universidad Nacional de Rosario, el Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba o alguna cátedra de alguna universidad. En estas actividades se produce una rica intersección donde confluyen participantes -docentes, investigadores y alumnos- de las diferentes carreras de posgrado, generando y recibiendo aportes que se trasladan luego a la vida de las carreras en cada una de las universidades.

5. El riesgo de los “personalismos”

El análisis de las carreras, al poner el foco en sus creadores, muestra que muchos de ellos traen consigo una importante historia en materia de lucha política en nuestro país. Historias vinculadas a la militancia e historias vinculadas al exilio. Muchos han sido actores de relevancia en el diseño de las carreras de grado en Argentina, especialmente en grandes

universidades nacionales como UBA, La Plata, Córdoba o Rosario. Por mencionar solamente a algunos ejemplos, aparecen Héctor Schmucler, Marita Mata, Susana Frutos, Sandra Massoni, Nicolas Casullo, Jorge Bernetti, Silvia Delfino, Jorge Huergo, Alicia Antel o Damián Loreti, entre otros, como importantes referentes del periodismo y la comunicación y que podrían inscribirse entre las personalidades de referencia para el análisis de la formación en este campo.

Con la vuelta de la democracia al país y la vuelta de la vida institucional a las universidades se normaliza la enseñanza de las carreras de grado. Ya en la década del noventa se empiezan a gestar iniciativas para la formación de posgrado en periodismo y comunicación. Iniciativas de la UNLP, de la UBA y de Córdoba entre las universidades públicas, y otras como la USAL o la Austral entre las privadas. Varias de estas nuevas carreras de posgrado fueron creadas o impulsadas por algunos de los referentes mencionados, quienes se han mantenido por años –ya sea como directores, docentes o alguna otra figura- vinculados a la gestión de la carrera. En algunos casos todavía continúa en la dirección la persona que la impulsó y creó.

Más allá de la importancia y el valor académico de la permanencia de los referentes, en algunos casos puede verse que se ha generado un nivel alto de “personalismo” que resulta negativo para la carrera. Es común recoger entre las opiniones las frases “es la carrera de”, “el doctorado de” o “la maestría de”; señalando que la carrera se encuentra más asociada a una persona que a una institución o a un campo de estudio. Es reconocida la necesidad de una mayor institucionalización de las carreras. Los mismos referentes lo reconocen: “En esa época éramos pocos y es cierto que las carreras quedaron en algunos casos demasiado atadas a las personas”, señala una directora de maestría de una importante universidad pública. En la actualidad se está transitando por una transición en la cual los creadores e impulsores de las carreras empiezan a dar un paso al costado y nuevas generaciones asumen el mando, las cuales también asienten en la importancia de no repetir los esquemas del pasado donde la “personalidad” era más importante que la carrera y que los contenidos que en ella se trabajaban.

6. Los proyectos

Transcurridos más de veinte años desde la existencia del organismo que aprueba los proyectos de nuevas carreras de posgrado y acredita las carreras en funcionamiento, las instituciones universitarias han mostrado una evolución positiva en el ejercicio de las

presentaciones formales de carreras. Así lo afirma Néstor Pan, Presidente de CONEAU: “La mayoría de las universidades han incorporado áreas más o menos formales que se encargan de los procesos de evaluación y acreditación. Muchas de las personas que se desempeñan en esas áreas han pasado por los cursos de capacitación que se ofrecen en CONEAU y se han vinculado de forma cercana generando un diálogo permanente con los técnicos del organismo. La acreditación ya dejó de ser algo nuevo, por eso se nota que todas las partes de este proceso han aprendido mucho”.

Sin embargo, persisten en el tiempo algunas dificultades en el diseño de las carreras de posgrado. Lo que se identifican son algunos errores o deficiencias comunes -que han ido disminuyendo con los años- en las presentaciones formales que luego son observadas por los comités de evaluación conformados por los denominados pares evaluadores. Estas deficiencias se basan en la disociación entre quienes “*escriben*” –en referencia a quienes completan los formularios y solicitudes formales- y quiénes en la práctica llevan o llevarán adelante la carrera; y también por otra disociación que es la que se presenta cuando en el diseño del plan de estudios se piensa antes en el “*quiénes deben estar*” que en el cumplimiento de los objetivos propuestos; y ciertamente esto último es un problema que se vincula con la dificultad que traen consigo los mencionados personalismos explicitados en el punto anterior.

Estas falencias generan una complicación mayor, confirmada por autoridades de la CONEAU, que tiene que ver con el dejar de lado, ya sea en el momento del diseño como durante su dictado, el perfil de graduado buscado. Las preguntas ¿qué se quiere formar?, ¿queremos un periodista o un gestor de medios? o ¿qué tipo de profesional propone esta formación? quedan en segundo plano en el marco de una disputa donde prevalece el “tener que estar” de algunos docentes o el completar los formularios con aquello que “suena bien”.

Además, se repiten en la formalidad de los proyectos y en el análisis de los evaluadores otras dificultades. Por un lado la escasez de proyectos de investigación vinculados a la carrera que se presenta; especialmente en las maestrías de tipo académicas o en los doctorados. También suele verse como déficit la poca articulación entre las carreras de grado y las de posgrado. No constituye una práctica común que una carrera de posgrado interactúe con la de grado; no lo hace en la etapa de diseño como tampoco durante su funcionamiento. En algunas instituciones funcionan incluso en edificios diferentes sin ningún contacto entre las autoridades de cada nivel.

7. Denominaciones de carrera y su dependencia académica en la institución

“El nombre no responde a nada. Yo no tengo recuerdos de porque fue comunicación social y no comunicación solo o ciencias de la comunicación”, señala María Eugenia Boito al intentar fundamentar la denominación del doctorado de la UNC. En términos generales es la tendencia que se manifiesta respecto de las denominaciones de las carreras. Salvo excepciones, como la UNLP que muestra coherencia en su lógica de denominaciones de carrera, la denominación de posgrados en periodismo y comunicación en Argentina no responde a profundos fundamentos teóricos: un doctorado en comunicación social no adoptó esa denominación por adherir a alguna perspectiva teórica; tampoco el que se denomina doctorado en comunicación. En algunas universidades incluso aparecen diferencias entre la denominación de su carrera de grado de base y su carrera de posgrado.

La mayoría de estas denominaciones se ha mantenido a lo largo de la vida de la carrera, que en algunos casos se acercan a los 30 años desde su creación. Estas denominaciones se vinculan a la decisión de su momento, en muchos casos definida por la impronta de su creador, y se sostienen desde entonces.

Por otro lado, la necesidad de diferenciarse para poder ofrecer en el mercado una carrera original genera en algunas ocasiones distorsiones forzadas que responden a una lógica de marketing y que en muchas ocasiones se aleja de sus objetivos de aprendizaje. Comunicación institucional, comunicación corporativa o gestión de las comunicaciones en las organizaciones son diferentes denominaciones para un objeto de estudio común. Reconocido por sus referentes, la denominación no siempre es la ideal sino la más cercana al objetivo de captación de nuevos alumnos.

Así lo explica Roberto Igarza: “Tiene que ver con la diversidad de ofrecer algún rasgo distintivo, y el principal rasgo distintivo entendido por el oferente pasa por la categoría en la cual es asimilada la oferta. Entonces si yo hago comunicación institucional me estoy corriendo de la comunicación de las organizaciones. Cuánto me corro no sé. En la apariencia, en lo aspectual, estoy corriéndome al menos en algo. Hay una búsqueda del rasgo distintivo propio del funcionamiento del marketing de una oferta académica”.

Respecto a la dependencia académica de las carreras en las instituciones, la cantidad de denominaciones que se encuentran, ya sea entre las facultades, los departamentos o los otros

tipos de unidades de dependencia, muestra que el único patrón común en cuanto a esta dimensión de análisis es la diversidad de criterios que adoptan las instituciones para ubicar estas carreras en distintos espacios de gestión académica e institucional. Carreras que dependen de una Facultad de Lenguas, de una Facultad de Ciencias de la Educación, de un Departamento de Administración y Ciencias Sociales, una Escuela de Dirección de Empresas o de un Instituto de Desarrollo Humano, muestran que la diversidad no es un criterio exclusivo de las denominaciones de las carreras sino que se extiende, o en todo caso es una consecuencia, de la diversidad en las denominaciones de las unidades académicas o áreas del organigrama de una institución que incluyen la gestión de estas carreras entre sus tareas.

8. Producción de sentido y formación de sujetos: la vuelta al comienzo desde la formación de posgrado

Se ha planteado al inicio de esta investigación su inscripción en el campo de la Comunicación/Educación, cuyo objeto es la articulación entre la formación de sujetos y la producción de sentido. Queda demostrado en el recorrido de esta tesis el aporte que la formación de posgrado en periodismo y comunicación hace al campo. Procesos que generan mejores prácticas docentes y de investigación; que generan nuevas discusiones y elevan las que están en curso; y que mejoran las prácticas profesionales. El aporte de la formación de posgrado en periodismo y comunicación no debe observarse como un hecho abstracto y aislado de la realidad y de la sociedad en su conjunto. Tampoco debe simplificarse a la idea de un perfeccionamiento de la mano de obra. Por el contrario, bien lo define Damián Loreti: “La influencia de los procesos de formación como un nuevo nivel de generación de conocimientos tiene que ver con el hecho de generar condiciones de incidencia: los periodistas y los comunicadores tienen vocación de incidencia; y está claro cómo esta incidencia puede incidir en la vida social colectiva”.

En este último punto de las conclusiones no puede dejarse a un lado el rol de la universidad en la formación de sujetos y en la producción de sentido. Así lo afirma Néstor Pan: “El clima académico es vital en todo proceso de formación; y es la universidad la que lo aporta. El clima académico es mucho más importante que el contenido de cualquier materia o lo que diga algún docente; es el espacio donde se generan las condiciones para que una sociedad proyecte su porvenir en torno a discusiones profundas, amplias y justas”.

“La formación de posgrado en periodismo y comunicación es un elemento importantísimo para el clima académico”, afirma en la misma línea Roberto Igarza; y agrega: “Los posgrados en general hacen a la conversación, es la tertulia permanente. ¿Qué es el ámbito académico? Es el sutil compartir, la conversación permanente”. Es en esa conversación donde se confirma el posicionamiento que ha tomado esta investigación: entre la formación de sujetos y la producción de sentido.

Por último, la pretensión de esta tesis -como en general, las investigaciones sociales- no es plantar un punto final respecto del objeto de estudio, sino presentarse como un impulso hacia el surgimiento de nuevos interrogantes que puedan generar nuevas investigaciones posibilitando pensar nuevas alternativas y desatar futuros procesos de transformación. La expectativa respecto de lo que puede generar esta investigación desde la apertura de nuevos interrogantes pasa por encontrar herramientas que permitan desandar las tramas y tensiones de la configuración de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina, para aproximarnos en el futuro a la existencia de una oferta de formación de calidad, amplia, inclusiva y de impacto positivo en la sociedad en su conjunto.

BIBLIOGRAFÍA

Accinelli, A y Macri, A (2015). La creación de las universidades nacionales del conurbano bonaerense: análisis comparado de dos períodos fundacionales. Buenos Aires: Revista Argentina de Educación Superior (RAES).

Althusser, L. (1989). Ideologías y aparatos ideológicos del Estado. La filosofía como arma de la revolución. México: Siglo XXI.

Andion, M. (1991). La formación de profesionales en comunicación. En Diálogos de comunicación. Revista de la FELAFACS, (31), pp. 55-63

Argumedo, A. (1996). Los silencios y las voces en América Latina. Buenos Aires: Ediciones del Pensamiento Nacional.

Arguto, F. (2013). La creación de la Universidad Obrera Nacional: técnica y progreso durante el peronismo. Buenos Aires: X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Recuperado de <http://cdsa.aacademica.org/000-038/361>.

Barba, F.E. (1998). La Universidad Nacional de La Plata en su centenario 1897-1997. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.

Barrera, K. (2014). La política de creación de nuevas universidades en Argentina (1990-2013) como objeto de investigación. Buenos Aires: IV Jornadas Nacionales y II Latinoamericanas de Investigadores/as en Formación en Educación, FILO:UBA.

Barsky, O. (1995). El sistema de posgrado en Argentina. Buenos Aires: Secretaría de Políticas Universitarias, Ministerio de Educación.

Barsky, O. (1997), Los posgrados universitarios en la Argentina, Buenos Aires, Argentina: Troquel.

Barsky, O. y Dávila, M. L. (2004). Las tendencias actuales de los posgrados en Argentina, Documentos de Trabajo N° 117. Universidad de Belgrano, Buenos Aires, Argentina.

Barsky, O. y Dávila, M. L. (2010). Las carreras de posgrado en la Argentina y su evaluación. Buenos Aires: Universidad de Belgrano, TESEO.

- Barsky, O. y Corengia, A (2018). *La Ley de Educación Superior: impactos, desafíos e incertidumbres*. Buenos Aires: Teseo.
- Becher, T. (1989). *Academic tribes and Territories: Intellectual Enquiry and the Cultures of Disciplines*. Milton Keynes: Open University Press.
- Becher, T. (1993). Las disciplinas y las identidades académicas. *Pensamiento Universitario*, 1 (1), 56-77.
- Becher, T. & Kogan, M. (1992). *Process and Structure in Higher Education*. London: Routledge.
- Bourdieu, P. (1972). *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Geneve. Droz.
- Bourdieu, P. (1986). La ilusión biográfica. Paris: *Actes de la Recherche en Ciencias Sociales*.
- Bourdieu, P. (1990). *El oficio del sociólogo*. México: Siglo Veintiuno Editores
- Bourdieu, P. (2000-2001). El ocio del científico. *Ciencia de la Ciencia y reflexividad*. Curso del College de France. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Bourdieu, P. (2012). *La distinción*. México. Editorial Taurus.
- Bruyn, S. (1978). *La perspectiva humana en sociología*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Buchbinder, P. (2010) *Historia de las universidades Argentinas*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Buenfil Burgos, R. (1993). *Análisis de discurso y educación*. México: DIE.
- Bustamante Farías, O. (2004). *Sistematización analítica de la oferta de posgrados en comunicación en América Latina (Tesis de maestría)*. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO.
- Caletti, S. (2002). *Comunicación, política y espacio público. Notas para repensar la democracia en la sociedad contemporánea*. Buenos Aires.
- Cantarero, Mario. A. (2002). Formación de comunicadores sociales. Modelos curriculares, ostracismo académico, rutas sociales y esperanzas. *El Salvador: Revista Latina de Comunicación Social*, (52).

Chiroleu, A. (2009). La inclusión en la educación superior como política pública: tres experiencias en América Latina. *Revista Iberoamericana de Educación*, OEI.

Ciappina, Carlos. M. (2015). *Facultad de Periodismo y Comunicación Social: una historia de formación y política, 1934-1998* (Tesis doctoral). La Plata: Universidad Nacional de La Plata.

Cicalese, G. (2008). *Tensiones políticas y teóricas en la institucionalización de las Carreras de Comunicación en la Argentina*. (Tesis doctoral). Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina.

Cimadevilla, G. (2014). *Los postgrados en comunicación. El cono Sur y sus heterogeneidades entrelazadas*. *Intersecciones en Comunicación*, (8).

CONADU (2016). *Leyes universitarias argentinas*. Instituto de Estudios y Capacitación (IEC). Buenos Aires, Argentina. Recuperado abril 2018 de http://iec.conadu.org.ar/files/publicaciones/1417032509_leyes-universitarias.pdf

CONEAU (2018). *Material correspondiente a curso de formación en evaluación y acreditación universitaria*. Buenos Aires: CONEAU.

CONEAU (2012). *La CONEAU y el sistema universitario argentino: memoria 1996-2011*. Buenos Aires: CONEAU. Recuperado abril 2018 de http://www.coneau.gov.ar/archivos/publicaciones/documentos/La_CONEAU_y_el_sistema_universitario_argentino.pdf

Dávila, M. (2012) *Tendencias recientes de los posgrados en América Latina*. Buenos Aires: Teseo.

De la Fare, M. y Lenz, S. (2010). *La política de posgrado en la Argentina y la expansión de carreras*. La Plata: VI Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Recuperado abril 2018 de <https://www.aacademica.org/000-027/592.pdf>

De Miguel, J. M.; Sarabia Heydrich, B; Vaquera, e. y Amirah Fernández, H. (2004). ¿Sobran o faltan doctores?. *Empiria: revista de metodología de las Ciencias Sociales* (7), 115-155.

Del Bello, J. C.; Barsky, O. y Giménez, G. (2007). *La universidad privada argentina*. Buenos Aires, Argentina.

Díaz, E. y Heler, M. (2002). El conocimiento científico. Buenos Aires: Eudeba, Vol. II. Cap. II.

Durand S.E. y Mombrú A. (2003). Encrucijadas del pensamiento Buenos Aires: Ed. Gran Aldea Cap. I y II

Eujanian, Alejandro C. (1999). Historia de revistas argentinas, 1900/1950: la conquista del público. Buenos Aires: Asociación Argentina de Editores de Revistas.

Ezcurra, Ana M. (2010). ¿Qué es el neoliberalismo? Buenos Aires: Lugar Editorial.

FELAFACS. (1986). La formación universitaria de comunicadores sociales en América Latina. Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura. 2011(10),291-298.

Fernández, L. (2010). Evolución de los posgrados en la Argentina. En Las carreras de posgrado en la Argentina y su evaluación. Buenos Aires: Universidad de Belgrano, TESEO.

Fernández Fastuca, L. (2016). La formación de investigadores. Prácticas de enseñanza y aprendizaje en el camino de doctorando a investigador (Tesis de doctorado). Victoria, Buenos Aires: Escuela de Educación de la Universidad de San Andrés.

Fernández Lamarra, N. (2015). El desarrollo de la Educación Superior en América Latina en perspectiva comparada. En Educación Superior en perspectiva comparada y regional, Análía Otero ... [et al.] Buenos Aires: Teseo.

Fernández, M.B. (2017). Propuesta formativa de Posgrado: La Maestría de Comunicación y Educación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (Argentina). Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, v.14, nº26. Recuperado diciembre 2018 de <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/viewFile/928/482>

Fleck, L. (1986). La génesis y el desarrollo de un hecho científico. Madrid: Alianza.

Follari, R. (2000). Epistemología y Sociedad. Acerca del debate contemporáneo. Capítulo V, Proceso de objetivación y construcción social de la mirada. Santa Fe, Argentina: Homosapiens Ediciones.

Foucault, M. (1992). El orden del discurso. Buenos Aires: Tusquets. [edic. orig. L'ordre du discours, Gallimard, Paris].

Freire, P. (1985), Pedagogía del oprimido, México: Ed. Siglo XXI

Freire, P. (1990), La naturaleza política de la educación, Ed. Paidós, Buenos Aires, Argentina.

Frutos, S. (1998), La entrevista en la investigación social: interacción comunicativa, en Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Volúmen 2. Santa Fe: Universidad Nacional de Rosario.

Frutos, S. (1998), Acerca de la construcción de objeto en el campo de la comunicación, en Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Santa Fe: Universidad Nacional de Rosario.

Fuentes Navarro, R. (1992). El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina. Diálogos de la Comunicación. Comunicación y academia, (32). Recuperado de <http://dialogosfelafacs.net/el-estudio-de-la-comunicacion-desde-una-perspectiva-sociocultural-en-america-latina/>

Fuentes Navarro, R. (1997). Campo académico de la comunicación. Desafíos para la construcción de futuro. Signo y pensamiento. N° 31 (XVI), Universidad Javeriana. Facultad de Comunicación y Lenguaje. Pp.41-50.

Fuentes Navarro, R. (1999). La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI. En Diálogos de la Comunicación, N° 56. Perú: FELAFACS.

Fuentes Navarro, R. y Bustamante Farías, O. D. (2012). La oferta académica de posgrados en comunicación en México, Centroamérica y el Caribe: una expansión asimétrica y desarticulada. En Vassallo de Lopes, M.I. (coord.). Posgrados en comunicación en Iberoamérica. Políticas nacionales e internacionales. São Paulo: Confibercom, PPGCOM-USP.

Fuentes Navarro, R. (2014). Postgrados e Investigación en comunicación en México ¿estancamiento o evolución de la desarticulación múltiple?. En *Comunicación y Sociedad* N° 22. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

García de Fanelli, A. M. y otros (2001). Entre la academia y el mercado. Posgrados en Ciencias Sociales y políticas públicas en Argentina y México. México. Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior.

Gardner, S. K. (2008). Students and faculty attributions of attrition in high and lowcompleting doctoral programs in the United States. *Higher Education*, 97-112.

Gazzola A. L. y Didriksson A. (ed.). (2008). Tendencias de la Educación Superior en América Latina y el Caribe. Caracas, Iesalc-Unesco.

Gentili, P. y Saforcada, F (2010). La expansión de los posgrados en ciencias sociales: del anticolonialismo académico al desorden del mercado. En *Formación de posgrado en América Latina. Políticas de apoyo, resultados e impactos*. Buenos Aires, EUDEBA.

Gentili P. (2012). Ciencias Sociales, producción de conocimiento y formación de posgrado. Debates y perspectivas críticas. Buenos Aires, CLACSO.

Gesualdi, M. (2015). Políticas universitarias y estrategias institucionales en el ingreso a universidades del conurbano bonaerense. XI Jornadas de Sociología de la UBA: Coordinadas contemporáneas de la sociología: tiempos, cuerpos saberes. Buenos Aires: UBA.

Giménez, G. y Del Bello, J.C. (2018). La Ley 24.521 de Educación Superior. Su impacto modernizante y la necesaria nueva agenda de política pública universitaria. En O. Barsky... [et al.]. *La Ley de Educación Superior: impactos, desafíos e incertidumbres*. Buenos Aires: Teseo.

Godoy, A. M. y Herrán, C. L. (1987). Formacao profissional de comunicadores sociais na América Latina: a pesquisa da FELAFACS. INTERCOM. Sao Paulo: Revista Brasileira de Comunicacao, (N° 57), p.110.

Golde, C. M. (2005). The role of the department and discipline in Doctoral Students Attrition: lessons from four departments. *The Journal of the Higher Education*, 76 (6).

Gonzalez Carella, M.I., Pérez, P.E. y Hammond, F. A. (2014). El desarrollo de las carreras de posgrado en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la UNMDP. Su relación con la agenda de investigación. En las 2ª Jornadas de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Mar Del Plata.

González Enders, E. (2010). El estado del arte de los postgrados e investigación latinoamericana y caribeña. Importancia de la CRES 2008, CMES 2009 y el ENLACES. En Formación de posgrado en América Latina. Políticas de apoyo, resultados e impactos. Buenos Aires, EUDEBA.

Goode, W. y Hatt, P. (1978). Métodos de investigación social. México: Trillas.

Gordon Pérez, M. (1991). La enseñanza del periodismo en el mundo occidental. Estudio teórico y comparado de tres escuelas. Madrid: Editorial Universidad Complutense de Madrid.

Graciarena, J. (1974). La formación de posgrado en Ciencias Sociales en América Latina. En Bases para un programa latinoamericano de estudios de posgrado en Ciencias Sociales. Informe de la Secretaría Ejecutiva. Buenos Aires, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales / CLACSO.

Guaglianone, A. (2013). Políticas de evaluación y acreditación en las universidades argentinas. UAI - Investigación. Buenos Aires.

Guber, R. (1991). El salvaje metropolitano. Buenos Aires: Legasa.

Hadida, S. (2015). La revolución silenciosa de las Universidades del conurbano. Diario BAE. Recuperado en <http://www.undav.edu.ar/general/recursos/adjuntos/13373.pdf>

Hall, S. (1994). Estudios Culturales dos Paradigmas. Buenos Aires: Causas y Azares N°1.

Halperin Donghi, T. (1963), Historia de la Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.

Harvey, D. (2007). Breve historia del neoliberalismo. Madrid: Ediciones Akal

Haskins, C. (2013). El surgimiento de las universidades. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

Huergo, J. y otros (1997). Comunicación y Educación: aproximaciones. En Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas. La Plata: Editorial de Periodismo y Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata.

Huergo, J. y Fernández, M. B. (2000). Cultura escolar, cultura mediática/intersecciones. Buenos Aires: Universidad Pedagógica Nacional.

Huergo, J. (2003). El reconocimiento del “universo vocabular” y la prealimentación de las acciones estratégicas. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Huergo, J. (2006). Comunicación/Educación: Itinerarios transversales. En Valderrama, C.E. Comunicación-educación. Coordinadas, abordajes y travesías. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, Universidad Central - DIUC.

Huergo, J. (2011). Comunicación/Educación: un acercamiento al campo. Documento de la Cátedra Comunicación y Educación. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Jeppesen, C.; Guerrini, V. (2004). Diagnóstico y perspectiva de los estudios de posgrado en Argentina. Buenos Aires, IESALC/Unesco.

Kaplún, M. (1992). Repensar la educación a distancia desde la comunicación. Lima: Cuadernos de Diálogos, n° 23.

Kaufmann, C. (2001), Dictadura y educación. Buenos Aires, Argentina: Miño y Dávila Editores.

Kuhn, T. (1966). La estructura de las revoluciones científicas. Buenos Aires: FCE.

Lederhos, M. (2016). Las trayectorias de investigadores en Ciencias Naturales (Tesis de maestría). Victoria, Buenos Aires. Escuela de Educación de la Universidad de San Andrés.

León Duarte, G. A. (2002). Teorías e investigación de la comunicación en América Latina. Situación Actual. Revista Ámbitos N°7-8.

Lionetti, Lucía (2012). La Universidad en los tiempos del primer peronismo. Gratuidad y acceso irrestricto. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Humanas, UNICEN.

López, N. (coord.) (2012). Equidad educativa y diversidad cultural en América Latina / 1a ed., Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación IPE-Unesco. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002188/218849s.pdf>

Luchilo, L. (2010). Programas de apoyo a la formación de posgrado en América Latina: tendencias y problemas. En Formación de posgrado en América Latina. Políticas de apoyo, resultados e impactos. Buenos Aires, EUDEBA.

Lvovich, D. (2010). Resultados e impactos de los programas de apoyo a la formación de posgrado en Argentina.. En Formación de posgrado en América Latina. Políticas de apoyo, resultados e impactos. Buenos Aires, EUDEBA.

Malatesta, Alicia A. (2005). El surgimiento de la Universidad Obrera Nacional en la Argentina de fines de la década de 1940. Buenos Aires: Diálogos Pedagógicos, Año III, N.6.

Manzano, Valeria (2009). Las batallas de los "laicos": movilización estudiantil en Buenos Aires, septiembre - octubre de 1958. Buenos Aires: Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani.

Marques de Melo, José (1988). Desafíos actuales de la enseñanza de comunicación. Reflexiones en torno a la experiencia brasilera. Diálogos de la Comunicación. La enseñanza de la Comunicación en su íntima relación con la realidad social, (19). Recuperado de <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/19-revista-dialogosla-ense%C3%B1anza-de-la-comunicacion.pdf>

Marquis, C. (1998). Acreditación y Desarrollo de los posgrados en Argentina. En Desarrollo y acreditación de los posgrados en Argentina, Brasil y México. Buenos Aires: Ministerio de Educación.

Marquis, C. (2009). Posgrados y políticas universitarias. Consideraciones sobre el caso argentino. Revista argentina de Educación Superior, año 1, N° 1.

Martín-Barbero, J. (1979). Hacia una teoría crítica del discurso de la Massmediación. Lima: Scientia et Praxis, N° 14.

Martín Barbero, J. (1992). Pensar la sociedad desde la comunicación. Un lugar estratégico para el debate a la modernidad. *Diálogos de la Comunicación*, (Nº 31).

Martín Barbero, J. (1996). Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación. *Revista Nómadas*, núm. 5, 1996 Universidad Central Bogotá, Colombia. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105118998002>> ISSN 0121-7550

Martín Barbero, J. (2003a). Saberes hoy: diseminaciones, competencias y transversalidades. *Revista Iberoamericana De Educación*, 32, 17-34. Recuperado de <https://rieoei.org/RIE/article/view/917>

Martín Barbero, J. (2003b). "Competencias transversales del sujeto que aprende". *Revista Electrónica Sinéctica*, núm. 22, febrero-julio, 2003, pp. 30-36. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. Jalisco, México. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99817932005>> ISSN 1665-109X

Mignone, E.F. (1998). *Política y Universidad: el Estado legislador*. Buenos Aires: Lugar editorial.

Ministerio de Educación de la Nación (2012). *Bicentenario*. Buenos Aires. Recuperado abril 2018 de http://informacionpresupuestaria.siu.edu.ar/DocumentosSPU/revista_bicentenario/Bicentenario-agosto-2012-14-8.pdf

Ministerio de Educación de la Nación (2018). Secretaría de Políticas Universitarias. Recuperado de Sistema de consultas de estadísticas universitarias. <http://estadisticasuniversitarias.me.gov.ar/#/home>

Mollis, M.; Núñez Jover, J.; García Guadilla, C. (2010) *Políticas de posgrado y conocimiento público en América Latina y el Caribe*. Buenos Aires: CLACSO.

Nixon, R. (1980). Historia de las escuelas de periodismo. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*. 1982, (2), p.15.

Olivera Pérez, D. (2014). El campo académico de la comunicación en América Latina: una mirada a la reflexión sobre la formación universitaria de postgrado. *ALCANCE*, revista

Cubana de Información y Comunicación, Vol. 3, (5). Recuperado de <http://www.alcance.uh.cu/index.php/RCIC>

Orozco, G. (1990). La formación de profesionales en comunicación: dos perspectivas en competencia. Las profesiones en México, Ciencias de la Comunicación (Nº 5). México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. ANDION (ed.)

Orozco Gómez, G. y González Reyes, R. (2012). Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias. México: Productora de contenidos culturales.

Peluso, N. (2014). Nuevas universidades nacionales y masificación del acceso a la Educación Superior. IV Jornadas Nacionales y II Latinoamericanas de Investigadores/as en Formación en Educación, FILO:UBA.

Perez Lalanne, R. (2010); Aportes para una epistemología social. Buenos Aires: UNLZ.

Perez Lalanne, R. (2016). Metodología de la investigación social. Buenos Aires: Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

Pérez Rasetti, C. (2014). La expansión de la educación universitaria en Argentina: políticas y actores. Integración y Conocimiento. Revista del Núcleo de Estudios e Investigaciones en Educación del Mercosur, Nº 2.

Piñuel Raigada, J. L. (1997). Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones. Madrid, España. Edit. Síntesis. Pág. 14.

Pis Diez, Nayla. La política universitaria peronista y el movimiento estudiantil reformista: actores, conflictos y visiones opuestas (1943-1955).

Popper, K. (1994). El desarrollo del conocimiento científico: Conjeturas y refutaciones. España: Paidós Ibérica.

Portantiero, J.C. (1987). Estudiantes y política en América Latina. México: Siglo XXI Editores.

Prieto Castillo, D. (1990), Diagnóstico de la comunicación, Quito, Ecuador: CIESPAL.

Puiggrós, A. (2007). Carta a los educadores del siglo XXI. Buenos Aires: Editorial Galerna.

Puiggrós, A. (2016). Lo que se logró, lo que falta y lo que hay defender en las universidades nacionales. Buenos Aires: Revista Voces en el Fénix, N° 52.

Rawls, J. (1997). Teoría de la justicia. Buenos Aires: FCE.

Restrepo J., M. (1990). La comunicación en América Latina. Editorial. Signo y pensamiento. Volumen 9, Año 9, N°16.

Richmond, I. (2008). La mercantilización de la universidad pública argentina: políticas nacionales de articulación de los dos subsistemas de la educación superior. Revista Española de Educación Comparada, (12), pp. 407-428.

Rosanvallon, P. (1995). La nueva cuestión social: repensar el Estado providencia. Buenos Aires: Manantial.

Samaja, J. (1993). Epistemología y Metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica. Buenos Aires: Eudeba.

Sánchez Martínez, E (2018). Debate sobre la Ley de Educación Superior de los 90 y la universidad de hoy. En O. Barsky... [et al.]. La Ley de Educación Superior: impactos, desafíos e incertidumbres. Buenos Aires: Teseo.

Sanchez Garcia, J. (1987). FELAFACS y la enseñanza de la comunicación en América Latina. Diálogos de la comunicación, (N° 17). FELAFACS, Lima, p. 72.

Sautu, R. (2005). Todo es teoría. Objetivos y métodos de investigación. Buenos Aires: Lumiere

Schmucler, H. (1984). Un proyecto de comunicación/cultura. En Comunicación y Cultura n° 12. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Schmucler, H. (1997). Memoria de la Comunicación. La investigación (1975), ideología, ciencia y política. Buenos Aires: Biblos.

Sigal, S. (1991). Intelectuales y poder en la década del sesenta. Buenos Aires: Puntosur.

Strah, M. (2018). Creación de universidades nacionales (2007-2015): reconfiguración del sistema de educación superior argentino. La Plata: Revista Question Vol. 1 Núm. 60.

Sturniolo, S.A. (2008). Vínculo universidad-entorno social: posibilidades y condicionamientos. La Plata: V Jornadas de Sociología de la UNLP.

Suasnábar, C. (2013). Las políticas universitarias en 30 años de democracia: Continuidades, rupturas y algunas lecciones de la experiencia. *Cuestiones de Sociología* (9), 345-350. La Plata: Memoria Académica de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata . Recuperado noviembre 2018 de: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5902/pr.5902.pdf

Taquini, A.C. (2014). Nuevas universidades para un nuevo país. Buenos Aires: Dunken.

Trombetta A. (1999). Algunos aspectos del desarrollo actual de los posgrados en la Argentina. Buenos Aires: Cedes.

Ulanovsky, C. (1997). Paren las rotativas: una historia de grandes diarios, revistas y periodistas argentinos. Buenos Aires: Espasa Calpe Argentina.

Unzué, M. (2012), “Historia del origen de la Universidad de Buenos Aires (A propósito de su 190° aniversario)”. México: *Revista Iberoamericana de Educación Superior (ries)*, Vol. III, núm. 8.

Uranga, W. (2000). Gestionar la comunicación: en las prácticas sociales y en las organizaciones. En el Primer Congreso de la REDCOM llevado a cabo en la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Buenos Aires, Argentina.

Vasallo de Lopes, M. I. (2012). La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas. en *Revistas Diálogos de la Comunicación*. Felafacs. N° 56.

Vazquez, A. (2012). Carreras de posgrado en Comunicación en Argentina y construcción del saber del Comunicador Institucional (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Tres de Febrero, Argentina.

Vera Santillan G. (2004). Importancia de la investigación en el posgrado. En *OMNIA*, Año 20. México: UNAM.

Villanueva, E. (2014). Las nuevas universidades en el conurbano bonaerense. Buenos Aires: *Revista Voces en el Fénix*, N° 33.

Wainerman, C. (2018). Los doctorados en la Argentina: crecimiento y desempeño. En La Ley de Educación Superior: impactos, desafíos e incertidumbres. Buenos Aires. Teseo.

Xhardez, V. (2009). Argentina “Trabajo en red mediada por TICs, forma productiva y representaciones sociales: un estudio de caso de una asociación voluntaria dedicada a la creación de Software Libre en la Argentina 2000s”. FLACSO: Tesis de maestría en Ciencias Políticas y Sociología.

Zarowsky, M. (2017), Los estudios de comunicación en la Argentina. Ideas, intelectuales, tradiciones político-culturales (1956-1985), Buenos Aires, Argentina: Eudeba.

ANEXO

La información que se presenta a continuación refiere a las principales variables utilizadas para el análisis del perfil de las carreras como ser: perfil de la carrera, objetivos y perfil del graduado. Se presentan las 57 carreras que han sido identificadas y conforman el objeto de estudio de la presente investigación.

Los datos con los que se construye este anexo provienen de dos fuentes: la información que la propia institución difunde en su página web institucional y la información que la misma institución incorpora en la presentación formal de un proyecto de nueva carrera o en la acreditación de una carrera en funcionamiento ante la CONEAU.

1. CARRERA: Doctorado en Comunicación

UNIVERSIDAD: Universidad Austral

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Carrera de Doctorado cubrió un vacío en nuestro país, al ser la primera en el campo comunicacional. Era evidente la necesidad creciente de científicos sociales especializados en el estudio de problemas de comunicación pública, periodismo, publicidad, relaciones públicas, políticas de comunicación, etc. La Carrera apuntó a que los trabajos de tesis que realicen los doctorandos estén orientados a cuestiones de relevancia nacional, tanto de orden empírico como teórico; e ir cubriendo, poco a poco, con las tesis realizadas por los futuros doctores, todas las áreas posibles de problemas relacionados con la comunicación pública colectiva. Así, con el tiempo, trazar un "mapa" de las comunicaciones en Argentina, y, si es posible, en el Mercosur.

El origen de la Carrera de Doctorado se dio en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Austral. Desde 1995 se comenzó a estudiar la gestión de doctorados realizados en el país (Universidad Nacional de la Plata) y en el extranjero (Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Navarra, Universidad Autónoma de Barcelona, Pompeu Fabra, Universidad de Bologna, Universidad de la Laguna, etc.) con el fin de aprovechar y capitalizar sus experiencias al respecto. Durante 1996, miembros del consejo de la Facultad de Ciencias de la Información y de la futura Carrera de Doctorado, se reunieron con académicos con experiencia en doctorado para conformar la propuesta. Creada y aprobada la Carrera, se acrecentó el acercamiento con doctorados de otras universidades extranjeras, para

lograr calidad creciente respecto de la gestión académica y la experiencia científica. El Doctorado ha mantenido un desarrollo ponderado hasta el presente. Desde su comienzo a la fecha, ha tenido trece (13) egresados.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Objetivos principales

- Capacitar a los futuros doctores en tareas de investigación científica.
- Desarrollar la capacidad crítica de los futuros doctores.
- Desarrollar, en los doctorandos, la capacidad de realizar trabajos originales dentro del problema de la comunicación pública colectiva, con especial atención a las realidades de su país.
- Desarrollar una comunicación más fluida entre la investigación científica nacional y la que se realiza en el extranjero.

Crear las condiciones óptimas para que se cumplan estos objetivos en cuanto a organización del tiempo, creación de equipos, asesoramiento, salas de reunión y trabajo, material bibliográfico actualizado, equipos electrónicos aptos.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Perfil de los egresados:

- Los egresados estarán capacitados para realizar investigación científica de alto rigor, confiabilidad y validez, sea de manera individual o de forma coordinada en equipos o grupos de trabajo y de investigación interdisciplinaria.
- Los doctores egresados serán especialistas en un tema específico dentro del problema de la comunicación pública colectiva. Pero al mismo tiempo, contarán con una formación general que posibilite comprender la relación entre tal problema y los diversos contextos en que se incluye.
- Los doctores estarán en condiciones de entenderse con otros investigadores y docentes, tanto de universidades y centros nacionales y extranjeros, porque serán formados en la utilización y discusión de categorías teóricas y metodológicas universales, aceptadas por las ciencias sociales y humanísticas.

2. CARRERA: Doctorado en Comunicación Social

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Córdoba

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El Doctorado en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias de la Comunicación es una carrera de alto nivel de formación orientada a egresados universitarios de ese campo disciplinar y a egresados de ciencias sociales y humanas que acrediten trayectoria e investigación en comunicación.

La carrera se orienta al estudio de los procesos de mundialización de la cultura, atiende las peculiaridades de la comunicación a escala global, y da cuenta de las problemáticas derivadas de las transformaciones sociales, políticas, culturales y en especial, tecnológicas, que se plasman en diferentes niveles y manifestaciones comunicacionales, derivadas de la creciente mediatización social.

Fue creada por resolución N° 119/10 del HCS de la Universidad Nacional de Córdoba y el Ministerio de Educación de la Nación le otorgó validez al título por medio de la resolución N° 1075/13. Además, obtuvo reconocimiento provisorio ante la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU) y se encuentra en trámite de categorización.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

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 interés que ella despierta se traduce en una proliferación de estudios, investigaciones y proyectos pluridisciplinarios que tienen a la comunicación y sus múltiples manifestaciones como objeto de estudio. El Doctorado hace hincapié en procesos de mundialización de la cultura, atiende las peculiaridades de la comunicación a escala global y da cuenta de las problemáticas derivadas de las transformaciones sociales, políticas, culturales y tecnológicas, que se plasman en diferentes niveles y manifestaciones comunicacionales. La demanda de formación teórica y reflexiva en este campo se ha incrementado de manera sustantiva y, en contrapartida, la oferta educativa de nivel superior en esta área es escasa e insuficiente en cuanto a la máxima titulación: en Argentina existía, hasta el momento de apertura de nuestra carrera, sólo dos doctorados en Comunicación Social radicados en Universidades nacionales (UNLP y UNR).

Considerando la ubicación geográfica de la Provincia de Córdoba, el Doctorado en Comunicación Social proporciona una oferta específica para egresados universitarios de las regiones centro y noroeste del país. La carrera responde, además, a las necesidades de formación en posgrado de egresados y docentes de la casa, requerimiento ineludible para quienes ejercen la docencia y la investigación universitaria, articulando las actividades existentes.

Forma parte del Programa de Formación de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Información, que apunta a integrar y completar diversos niveles de posgrado. Asimismo, existen acuerdos (carta de intención para firma de convenio) con el Doctorado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, que facilitarán el intercambio de estudiantes y potenciarán la realización de actividades académicas y de investigación de alto nivel. El Doctorado complementa los niveles de maestría y especialización existentes en la UNC (Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea; Especialización en Investigación de la Comunicación; Especialización en Comunicación, Medios y Prácticas Educativas), así como también ofrece un plan de estudios independiente para quienes no hayan realizado estudios de posgrado.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Son objetivos del Doctorado:

- 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 de egresados universitarios en el área de la comunicación social
 - Formar investigadores de alto nivel y excelencia académica.
 - 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 un programa 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.
- Consolidar los espacios de producción de conocimientos disciplinares y enriquecer los aportes originales en el campo de la comunicación social.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El egresado estará capacitado para:

- Identificar problemas relevantes en el campo de la comunicación social y elaborar propuestas teórico - metodológicas acordes para su abordaje.
- Analizar, integrar y generar conocimientos teóricos en el campo de la comunicación social en sus múltiples orientaciones.
- Proyectar, implementar y conducir investigaciones sobre las diversas problemáticas que suscita el campo.
- Dictar cursos y seminarios de grado y postgrado en el área específica de la especialidad de la carrera y colaborar en la satisfacción de las necesidades de formación en ese ámbito.
- Apoyar la formación de recursos humanos: orientar la actividad académica de becarios, investigadores en formación y estudiantes de grado y postgrado.
- Contribuir a la producción de conocimientos en el campo de la comunicación social.

3. CARRERA: Doctorado en Comunicación

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El Doctorado en Comunicación surge como resultado de la inquietud de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP por brindar un espacio de capacitación académica con grado de excelencia. El objetivo es preparar a profesionales a través de una formación íntegra permitiendo, también, convocar periódicamente a egresados en busca de una capacitación de actualización permanente. En congruencia con esta búsqueda, organiza sus actividades académicas para preparar docentes, investigadores y profesionales altamente calificados que puedan contribuir al mejor conocimiento de los procesos y las estructuras comunicacionales que afectan el desarrollo de nuestras sociedades.

Como proyecto educativo, el Doctorado está diseñado para formar y promover profesionales con el título máximo de posgrado que otorga la Universidad Nacional de La Plata y, fundamentalmente, procurar aportes de docentes, investigadores y profesionales de alto nivel de reconocimiento a la problemática. Para lograr dicho objetivo, trabaja sobre la base de un modelo pedagógico fundamentado en el interaprendizaje, la interdisciplina y la transdisciplina.

El Programa estructura diferentes cursos y seminarios obligatorios y personalizados, brindando además la posibilidad de cursar créditos en otras unidades académicas, una oferta que se va armando y constituyendo a la medida de cada doctorando/a, para proporcionar a los/as estudiantes una formación sistemática y rigurosa de carácter teórico y metodológico.

El Doctorado recibe a egresados/as del campo de la Comunicación, el Periodismo, la Planificación de Procesos comunicacionales, las Ciencias Sociales en general y las artes, que tengan interés por desarrollarse profesionalmente en los ámbitos especializados de la enseñanza de Posgrado y la Investigación. También está abierto a profesionales que deseen complementar su formación y/o enriquecer su desempeño en su respectivo campo laboral. En ambos perfiles deberán completar sus estudios con la capacidad de hacer investigación original, contribuyendo al avance del conocimiento en la disciplina.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El Doctorado en Comunicación surge en el año 2002 como resultado de la inquietud de la FPyCS UNLP por brindar un espacio de capacitación académica con grado de excelencia. En este sentido, las transformaciones que han comenzado a atravesar los países latinoamericanos, a partir del siglo XXI, interpelan a las distintas instituciones productoras de

conocimiento. Y la República Argentina siendo parte de este proceso social y político de transformación y revitalización del lugar de la educación pública, es parte de un proyecto regional que se funda sobre el interés de generar espacios de inclusión y calidad en el acceso educativo universitario. Por este motivo, el Doctorado en Comunicación se inscribe como propuesta curricular que revaloriza la actividad científica y la educación superior como decisiones políticas estratégicas para dar cuenta de las transformaciones en marcha, brindando herramientas de acción a políticas públicas a partir de la producción de conocimiento.

La FPyCS de la UNLP tiene una larga historia en la formación de comunicadores en el país y la región de América Latina. La condición de Escuela Superior de Periodismo desde la década de 1930, la ubica en un lugar protagónico dentro del campo profesional; convirtiéndose hacia mediados de los 90 en la primera Facultad de América Latina. Esta conformación constituye la concreción de un objetivo institucional largamente anhelado, a partir del cual se generaron una serie de transformaciones que apuntaron a acompañar esta nueva identidad institucional: la creación y consolidación posterior del nivel de formación de posgrado. Su concreción se desarrolla en las tres escalas de la formación académica: Especializaciones, Maestrías y el Doctorado en Comunicación.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Objetivo general

Capacitar con grado de excelencia académica a docentes, investigadores y profesionales en Comunicación en sus problemáticas, generando un espacio de formación permanente, donde egresados de la carrera o de otras disciplinas encuentren actualización a sus demandas académicas y profesionales, y logren promover la generación de verdaderos aportes originales en el área de conocimiento específica.

Objetivos específicos

- Promover la producción continua de investigaciones sobre la Comunicación que contribuyan al reconocimiento de las lógicas en las que se sustentan los procesos para su diagnóstico y solución.
- Profundizar, a través del trabajo conjunto de docentes y alumnos, las líneas de investigación a las cuales está adscripto el Doctorado.

- Sumar paulatinamente los aportes que se realicen desde el Doctorado hacia la formación académica de grado, posibilitado por la continuidad en dos de sus líneas de investigación.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Objetivos de Formación

Capacitar con grado de excelencia académica a docentes, investigadores y profesionales en Comunicación, generando un espacio de formación permanente, producción y sistematización de procesos de investigación, perfilando así una propuesta de posgrado que pueda constituirse como una referencia académica.

Objetivos Generales

- Brindar a los graduados una actualización académica y profesional a partir de los nuevos conocimientos en el campo de la Comunicación.
- Formar investigadores capaces de desarrollar investigaciones originales con dominio de los fundamentos teóricos y empíricos y que puedan contribuir al desarrollo cultural y social.
- Contribuir a la producción de conocimiento académico de excelencia.
- Objetivos Específicos
- Promover la formación teórica de excelencia para la adquisición, desarrollo y práctica de las habilidades para la investigación.
- Favorecer una sólida formación disciplinaria con articulaciones interdisciplinarias y transdisciplinarias.
- Propiciar dispositivos de interacción a través del trabajo conjunto de docentes y alumnos las líneas de investigación a las cuales está adscripto el Doctorado con el fin de dinamizar la práctica de la investigación.

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Construir nuevas líneas de discusión, intervención y/o investigación sobre la realidad comunicativa argentina y latinoamericana.
- Generar conocimientos que permitan diseñar e implementar procesos de avance disciplinar, ya sea desde la reflexión o la intervención acorde a las necesidades detectadas.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Los futuros Doctores en Comunicación podrán hacer verdaderos aportes en un área de conocimiento, en el marco de la excelencia académica. Para ello es necesario el manejo de

procesos de investigación, en diálogo permanente entre lo teórico y lo metodológico. Los egresados estarán capacitados para problematizar complejidades de la vida cotidiana, desde una perspectiva comunicacional, al contar con las herramientas conceptuales y las herramientas metodológicas.

4. CARRERA: Doctorado en Comunicación Social

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Rosario

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La carrera de Doctorado en Comunicación Social tiene por finalidad capacitar para la investigación y desarrollo de los conocimientos en este campo disciplinar, que impliquen avances significativos y originales en las áreas comprendidas en este Plan, en un marco de excelencia académica. Además tiene por objetivo contribuir al conocimiento, desde la comunicación, de los problemas sociales de relevancia, tanto en el plano regional y nacional como internacional.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Durante los años ochenta la Facultad llevó a cabo una serie de acciones orientadas a la reconstrucción de la institución en su aspecto estrictamente académico. El dictado de seminarios de posgrado a cargo de profesores de reconocida trayectoria internacional ocupó un lugar destacado en estas acciones. Esas actividades se prolongaron durante dos décadas y representan el antecedente del Doctorado en Comunicación Social de esta Facultad, cuya normativa inicial y creación datan del año 2000 y 2003, respectivamente.

El Doctorado en Comunicación Social comienza entonces a implementarse en 2003 y es acreditado en el año 2009, según Resolución N° 589/09. Este posgrado se inscribe en una tradición fundada por el nivel de grado en Comunicación Social de esta Facultad basada en la trayectoria nacional e internacional de la semiótica. Tanto la Escuela de Comunicación Social como el Doctorado han sido sede de dos Congresos Internacionales de Semiótica. Se trata de una carrera de Doctorado que ocupa un lugar destacado en el campo de estudios de la comunicación en el país y en la región. Es de destacar su participación en el debate y el logro de la autonomía disciplinar en el marco de las instituciones nacionales evaluadoras y acreditadoras.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

- Formar investigadores capacitados teórica y metodológicamente para el estudio de procesos y prácticas de comunicación relativos a esfera pública, mediatización, industrias culturales, cultura política, tecnologías comunicacionales.
- Contribuir a la apropiación, producción y aplicación de conocimiento orientado a la explicación de los procesos de comunicación en el actual contexto de globalización.

- Aportar a la consolidación de grupos profesionales de alto nivel de formación teórica, capaces de formular y evaluar políticas públicas en el área de la comunicación y la cultura.
- Formar investigadores e investigadoras abiertos a las demandas actuales de las sociedades, capaces de contribuir a la producción de un pensamiento original sobre los principales tópicos de la actual reflexión sobre la comunicación.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Carrera de Doctorado en Comunicación Social tiene como principal meta capacitar para la investigación y el desarrollo de conocimientos en el campo de la Comunicación Social, que impliquen avances significativos y originales en un marco de excelencia académica. En este sentido, esta Carrera de Doctorado se propone realizar aportes originales desde el punto de vista de su investigación así como del desarrollo teórico en la Comunicación Social.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Se persigue obtener como resultado egresados y egresadas con una sólida formación en metodología de la investigación y una vigorosa formación teórica, que los hagan capaces de producir avances en el desarrollo y formulación de nuevas teorías y en su aplicación en los campos relacionados con este Plan.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Es un posgraduado con una sólida formación en las diferentes teorías que conforman el amplio campo de la Comunicación Social, capaz de producir avances en el desarrollo y construcciones de nuevas teorías y en la aplicación de las mismas, con una sólida formación en la metodología de la investigación.

5. CARRERA: Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales (Profesional)

UNIVERSIDAD: Universidad Argentina de la Empresa

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales se distingue por ser la única de la especialidad que se dicta en una Escuela de Negocios, considerando que las empresas valoran positivamente la gestión de la reputación corporativa como parte de su activo.

Tiene como fortaleza la combinación de las destrezas comunicacionales propias del profesional con la comprensión del funcionamiento estratégico del management de una compañía.

Esto le permite al futuro Chief Communication Officer (CCO) actualizar, profundizar y sistematizar sus habilidades en comunicación, mientras adquiere conocimientos sobre las demás disciplinas de gerenciamiento que integran la empresa, logrando una visión sistémica.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Desde su origen la Universidad Argentina de la Empresa ha tenido como objetivo brindar una formación profesional especialmente orientada al desempeño en ámbito de la empresa y los negocios. Con el propósito de consolidar la oferta formativa de la Universidad en el nivel de posgrado, en el año 2003 se creó la Escuela de Dirección de Empresas y, en 2004, la carrera de Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales. Esta carrera, que surgió con el propósito de brindar a docentes y graduados de UADE y de otras universidades la posibilidad de continuar y fortalecer su formación en el área de comunicaciones, ha ido creciendo y consolidándose en estos años como una propuesta formativa de calidad. Mediante un programa que combina la comprensión sistémica de la empresa con los conocimientos propios de la especialidad, procura desarrollar las competencias de un responsable del área de comunicaciones institucionales (Chief Communication Officer - CCO), capaz de articular el plan de comunicación de la empresa o industria donde opera con el plan estratégico de la dirección.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Planificar las comunicaciones institucionales frente a los distintos grupos de interés con los que interactúa la empresa, de modo de contribuir al logro de la visión estratégica.

- Diseñar y desarrollar planes de comunicación interna y externa de una empresa atendiendo a la visión estratégica del negocio, administrando adecuadamente los distintos medios, herramientas y soportes.
- Diseñar y gestionar la implementación de planes de comunicaciones integradas en cada una de sus etapas.
- Gestionar situaciones de crisis aplicando un pensamiento crítico responsable frente a la comunicación.
- Evaluar los programas de comunicaciones institucionales en las organizaciones y el impacto que producen en la sociedad.
- Diseñar y gestionar planes de comunicación para desarrollar las relaciones con los medios y la comunidad, y planes de responsabilidad social empresarial.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El plan de estudios de la Maestría está pensado para que el graduado, al momento de planificar y ejecutar un plan de comunicación institucional, lo haga alineado al management de la empresa, pudiendo establecer una sólida relación entre los intereses del Directorio y los stakeholders.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Manejar herramientas de planeamiento estratégico de las comunicaciones a partir de una visión amplia de la incidencia de la comunicación en su identidad corporativa.
- Elaborar planes de comunicación de una organización con criterio de responsabilidad frente a la gestión de la comunicación institucional y la identidad corporativa.
- Elaborar un plan de comunicaciones integradas, aplicando herramientas específicas.
- Analizar, evaluar y anticipar situaciones de crisis y diseñar estrategias de prevención y gestión de la comunicación.
- Efectuar análisis de la incidencia que tienen los medios de comunicación masiva en la opinión pública en general y en las decisiones individuales en particular, aplicando herramientas de investigación social aplicadas a la comunicación.
- Diseñar una estrategia comunicacional de relaciones con la comunidad, integrada con la visión y los valores de la empresa.
- Comprender la importancia de la responsabilidad social de las empresas en el ámbito de la comunicación institucional y el impacto que puede ocasionar sobre las operaciones de la misma.

6. CARRERA: Maestría en Gestión de Contenidos (Profesional)

UNIVERSIDAD: Universidad Austral

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La Maestría en Gestión de Contenidos (MGC) se propone renovar la propuesta de valor de los profesionales que afrontan el doble desafío de desarrollar contenidos capaces de atraer a las audiencias y, al mismo tiempo, gestionar proyectos con sustentabilidad económica y social.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La gestión de contenidos es una disciplina que se caracteriza por traducir ideas en productos culturales. Demanda una variada serie de aptitudes que van desde el conocimiento de las audiencias hasta el aprovechamiento de la convergencia tecnológica, incluyendo la dirección de personas o el dominio de las herramientas más eficaces de marketing. La Maestría en Gestión de Contenidos (MGC) aborda estos temas desde la aplicación de parámetros de rentabilidad económica, cultural y social, ofreciendo las herramientas de evaluación necesarias para la toma de decisiones.

Es una carrera de posgrado desarrollada por la Escuela de Posgrados en Comunicación de Universidad Austral cuya finalidad es brindar una formación superior en el campo de las industrias culturales y de entretenimiento. Se gestó a partir de la creación del Programa de Gestión de Contenidos (PGC).

Dentro del particular mundo de las industrias culturales, la MGC se focaliza desde un abordaje multidisciplinario en aquellas prácticas orientadas a la gestión de la complejidad de los procesos de creación, desarrollo y distribución de contenidos. Es un espacio de formación y de intercambio para entender y promover nuevos negocios entre agentes culturales, sociales y económicos de las industrias de contenidos y del entretenimiento.

El incremento de proyectos de producción de bienes y servicios culturales adquiere un impacto social y económico cada vez más relevante, resultado de la generación de valor agregado y empleo. Así lo demuestran las numerosas y variadas propuestas que se divulgan, tanto destinadas al ocio y al entretenimiento como a la información y la educación. En una sociedad moderna basada en el conocimiento, el ocio cultural y el entretenimiento, el papel creciente que tienen las industrias del copyright así como la tecnología digital y las nuevas formas de explotación de los contenidos que ésta posibilita, conllevan la necesidad de abordar los proyectos de creación y gestión de estos contenidos desde una nueva perspectiva profesional. La labor de formar profesionales que dispongan de capacidades de dirección y

gestión de proyectos en la industria de contenidos ya está siendo acometida por los países más avanzados.

Por otro lado, debido a la altísima penetración de los medios, existe una profunda preocupación por la calidad de los contenidos, especialmente en los medios. Desde hace años la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral viene trabajando las temáticas de la calidad, los temas sociales, la adopción de nuevas tecnologías, el impacto de los contenidos sobre las audiencias. La Maestría en Gestión de Contenidos trata de incrementar las capacidades y la empleabilidad de los profesionales en la gestión del sector de los medios, de Internet, del sector editorial, de la industria discográfica, de las industrias audiovisuales (productoras, distribuidores), del sector del licensing y merchandising, etc.

El incremento de proyectos de producción de bienes y servicios culturales adquiere un impacto social y económico cada vez más relevante, resultado de la generación de valor agregado y empleo. Así lo demuestran las numerosas y variadas propuestas que se divulgan, tanto destinadas al ocio y al entretenimiento como a la información y la educación. En una sociedad moderna basada en el conocimiento, el ocio cultural y el entretenimiento, el papel creciente que tienen las industrias del copyright así como la tecnología digital y las nuevas formas de explotación de los contenidos que ésta posibilita, conllevan la necesidad de abordar los proyectos de creación y gestión de estos contenidos desde una nueva perspectiva profesional. La labor de formar profesionales que dispongan de capacidades de dirección y gestión de proyectos en la industria de contenidos ya está siendo acometida por los países más avanzados.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La MGC se propone como objetivo central desarrollar competencias y habilidades asociadas a:

- Los contenidos: diseño y gestión de proyectos creativos e innovadores.
- El management: dirección estratégica, gestión de talento, generación de nuevos modelos de distribución, de marketing y de ingresos.
- La comprensión de los nuevos escenarios: convergencia tecnológica, globalización, cambios en el marco regulatorio y en el comportamiento de las audiencias.

La incorporación de estos saberes tiene como meta el desarrollo de estrategias de contenido y de producto eficaces, no solo en el marco de las industrias creativas – cine, televisión, diarios, libro, música, videojuegos, etc.-sino también en otras áreas protagonistas en la generación de narrativas informativas o de ficción como las marcas, la educación y la política.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Ofrecer modelos, categorías, casos y mejores prácticas con el fin de promover un salto cualitativo en las competencias profesionales de quienes actúan en las industrias de contenidos, para incrementar sus capacidades de desarrollo en un ámbito tan competitivo, crecientemente globalizado y cambiante como el de la Gestión de Contenidos.

Analizar los nuevos escenarios relacionados con la convergencia tecnológica y los nuevos medios, así como anticipar las transformaciones que afectarán las industrias culturales vinculadas con los cambios en el marco de regulación y las mutaciones sociales debidas a la adopción de las tecnologías.

Impulsar el desarrollo de competencias profesionales orientadas a la innovación, a la gestión del talento y a la generación de nuevos modelos de negocio.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El Magíster en Gestión de Contenidos será un profesional con: consciencia de su responsabilidad en la transmisión de los valores morales y en la defensa de la verdad; una mirada amplia y profunda de la realidad, con interés por promover la cultura y comprometidos con el respeto de los hombres y su libertad; capaz de gestionar la producción de contenidos de calidad y acorde a los valores morales y la promoción de las personas, de sus entornos familiares y de las instituciones que protegen los derechos de las personas; experiencia en realización de productos de comunicación que ha incorporado competencias de gestión y visión de conjunto de la industria de manera de poder dirigir un proyecto de contenidos en una empresa o iniciar su propio emprendimiento; conocimientos, habilidades y actitudes para planificar y ejecutar las diversas etapas de generación, distribución y recepción de los contenidos según criterios empresariales y éticos de rentabilidad económica y cultural; potencial para investigar, analizar y evaluar los contenidos de la comunicación en los más diversos soportes; habilidad de aprovechar las oportunidades de negocio; capacidad para comprender la industria de los contenidos como espacio de negocios y futuros marcos de convergencia; habilidades para identificar las tendencias en la evolución profesional y detectar los oficios emergentes en el campo de trabajo de los contenidos.

7. CARRERA: Maestría en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones (Profesional)

UNIVERSIDAD: Universidad Austral

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La carrera se inserta en una de las principales líneas de investigación que desarrolla la Facultad de Comunicación desde su comienzo. La conceptualización del proyecto de carrera se basó en la experiencia investigativa de los docentes de dedicación completa y en los resultados del Programa de Posgrado en Comunicación Institucional puesto en marcha en 1996. Diseñada inicialmente para responder a las necesidades del mercado profesional en la Argentina a mediados de la década pasada, el contenido, la organización y el cuerpo docente se han ido ajustando de modo de responder a la evolución de la disciplina tanto en términos profesionales como respecto de la producción científica en la materia. A partir de los resultados de la autoevaluación, el plan acreditado en 1999 fue modificado en dos oportunidades (2001, 2008). Reconocer la evolución de las ramas que componen el campo de estudio implicó una desagregación en tres áreas profesionalizantes: asuntos públicos, comunicación institucional y comunicación interna. Teniendo en cuenta el desarrollo de la carrera profesional de los egresados y los temas de investigación y transferencia abordados por los profesores de dedicación completa, se introdujeron progresivamente dos tipos de modificaciones: a) los contenidos y prácticas vinculados a la optimización de las competencias genéricas y reforzar el área de contenidos de gestión y pensamiento estratégico; b) una flexibilización del Plan de Estudio mediante la introducción de materias optativas que permiten ajustar mejor el recorrido al perfil del maestrando y a sus expectativas de desarrollo profesional. Los egresados ocupan cargos de responsabilidad como gerencias intermedias y posiciones de dirección, en destacadas empresas e instituciones.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Cuando la MGCO dio inicio, en el año 1999, la comunicación corporativa recién llegaba a la formación universitaria. Muchos de los primeros alumnos eran directores o gerentes de comunicación de empresas, con experiencia pero sin título de posgrado ni formación universitaria en comunicación.

El marco teórico de la MGCO ha sido el de comprender a las organizaciones desde un paradigma comunicacional y no de management o técnico de relaciones públicas o marketing. La comunicación no se traduce sólo en aptitudes personales para las relaciones, en tácticas para relacionarse con los medios o en plataformas modernas de comunicación interna. Es una perspectiva de análisis de todas las áreas de la organización y, al mismo

tiempo, el área en la que la estrategia de acción debe adquirir su forma más convincente, para encarnarse en prácticas y discursos capaces de producir los cambios deseados. A través de la comunicación la estrategia de una organización se aclara, se hace cultura y puede transmitirse como un mensaje coherente. Este paradigma está en condiciones de aportar a la formación de los expertos que están a cargo de las áreas de comunicación y también de líderes de otras áreas que necesitan de la comunicación para el armado de equipos o la gestión de proyectos: la comunicación es también un modelo de gestión.

En años sucesivos los maestrandos fueron más jóvenes y con menor experiencia profesional y no sólo de empresas: organismos del Estado, organizaciones de la sociedad civil, instituciones educativas o culturales. Se amplió también el área de procedencia de los maestrandos: Recursos Humanos, Marketing o Contenidos.

La EPC ha desarrollado una verdadera escuela en materia de asuntos públicos y crisis: por medio de publicaciones, tesis, asesoramiento experto, sobre todo de los equipos dirigidos por el director de la MGCO, el Dr. Luciano Elizalde y el director de la Maestría en Comunicación Política, Mg. Mario Riorda.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Entender cómo las comunicaciones influyen en el logro de los objetivos de las organizaciones.
- Contribuir a la adquisición u optimización de competencias específicas para la gestión de las áreas de comunicación.
- Elaborar y ejecutar planes complejos de comunicaciones integradas.
- Promover la capacidad de conceptualización sobre todos los pasos del proceso de construcción, desarrollo, gestión y comunicación de la imagen corporativa y de los valores intangibles de la organización.
- Promover las capacidades de análisis, investigación y pensamiento crítico para definir con creatividad y responsabilidad las estrategias de comunicación.
- Desarrollar la capacidad para modelizar las estrategias que mejor se ajusten al perfil de cada grupo de stakeholders.
- Adquirir capacidades para especificar y evaluar el resultado de investigaciones contratadas a terceros.
- Desarrollar la capacidad analítica para definir y evaluar contenidos desde una perspectiva creativa e integradora.

- Desarrollar la capacidad de trabajar en cooperación para definir los problemas y oportunidades, en especial, con la alta dirección.
- Ejercitar la capacidad de entendimiento de otras áreas de la organización, principalmente, aquellas con las que más frecuentemente tendrá que colaborar.
- Desarrollar las habilidades y aptitudes de los participantes para la gestión y mejor aprovechamiento del capital intelectual de sus colaboradores.
- Consolidar la conciencia ética en la comunicación de las organizaciones y acrecentar la responsabilidad social y cultural en la comunicación de contenidos.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El perfil del egresado es el de un profesional capaz de: a) dirigir las áreas de comunicación en la organización; b) perfeccionar y gestionar la función de la comunicación en una organización de manera integrada, incorporándola como una ventaja competitiva; c) valorar y gestionar las actividades que afectan los activos intangibles de la organización, como percepciones, reputación e imagen, y relacionarlas estrechamente con los objetivos del negocio; d) diseñar y dirigir los planes estratégicos de comunicación articulados con las distintas áreas; f) detectar los emergentes de la relación dinámica de la organización con sus stakeholders e incidir en las formas de relacionamiento con los medios; g) planificar y evaluar auditorías de imagen y acciones de comunicación; h) dirigir la investigación estratégica de la imagen corporativa; i) colaborar con el área de RRHH para optimizar los medios de comunicación internos y alinear los discursos, y con las áreas de Marketing y de Publicidad, gestoras de dos de los dispositivos que más influyen en la imagen corporativa a partir de la forma que adquiere la comunicación de productos, servicios y marcas; j) ofrecer una visión sistémica ante las situaciones problemáticas y en la gestión de las soluciones, en especial, cuando se trata de situaciones de crisis; k) participar en la elaboración de estrategias globales de la organización y ocupar puestos de responsabilidad utilizando la comunicación como un paradigma de gestión; l) apoyar la gestión de la imagen personal de los líderes de la organización; m) practicar la consultoría externa.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El Magíster en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones, estará preparado para:

- Dirigir la comunicación estratégica de la organización en la que se encuentre, teniendo en consideración a los distintos públicos alcanzados por ella y sus particulares necesidades e intereses.

- Manejar la comunicación interna de su organización, teniendo en particular consideración el clima y cultura de trabajo, en un marco de cambio permanente.
- Reconocer los escenarios en los que su organización deberá desplegar estrategias de asuntos públicos, en un todo contestes con los valores de la entidad y con los asimilados en el marco de la maestría.
- Desplegar sus conocimientos tanto en el entorno físico como digital, haciéndolos interactuar y complementando unas estrategias con otras.
- Oficiar de vocero de la entidad en la que se desempeñe, trazar escenarios de crisis y gestionarlos a partir de la comunicación.
- Dominar las herramientas de marketing, ya sea de producto como de servicio, digital y físico, alineadas con la comunicación institucional.
- Comprender el contexto mediático en el que se desempeñe e incidir en él de la forma más constructiva posible.

Se busca formar un profesional con:

- Consciencia de su responsabilidad en la transmisión de los valores morales y en la defensa de la verdad.
- Una mirada amplia y profunda de la realidad, con interés por promover la cultura y comprometido con el respeto de los hombres y su libertad.
- Vocación de servicio a la sociedad y a su país, con la capacidad de llevar adelante nuevos proyectos y emprendimientos fecundos en el campo de la gestión.
- Experiencia en realización de productos en los que la comunicación forme parte sustancial de la gestión,
- Competencias de gestión y visión de conjunto del negocio, de manera de poder dirigir un proyecto en una empresa, ONG, sector público o iniciar su propio emprendimiento con una fuerte orientación a la gestión de la comunicación.
- Conocimientos, habilidades y actitudes para planificar y ejecutar las diversas etapas de gestión del área en la que se desempeñe, de la mano de competencias comunicacionales.
- Capacidad de desarrollar estrategias comunicacionales para su área de actuación, con aplicación de criterios orgánicos y fundados; con sentido de responsabilidad social, y con pautas éticas claras.
- Capacidad de dirección y gestión de proyectos.
- Potencial para investigar, analizar y evaluar las formas en que se comunican las distintas áreas de una organización entre sí.

- Habilidades para identificar las tendencias en la evolución profesional y detectar los oficios emergentes en su campo de trabajo.

8. CARRERA: Maestría en Comunicación para el Cambio (Profesional)

UNIVERSIDAD: Universidad Austral

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría en Comunicación para la Gestión del Cambio (MCGC) aborda el paradigma de la comunicación como modelo de gestión, y no desde el administrativista que aún predomina en el ámbito de los recursos humanos.

El punto de partida es la transformación de la que están siendo objeto las organizaciones, que operan en un contexto de modernidad tardía (postindustrial), y de entorno digital.

Se ha denominado a este mercado capitalismo del conocimiento, por estar basado en una economía de la atención en la que hay una sobreabundancia de información y saturación de mensajes, y donde solo quien esté en condiciones de captar la atención dispersa de los actores sociales podrá liderar la competencia por el interés.

La gestión de la organización ha pasado de centrarse en la estructura, a centrarse en los proyectos y equipos humanos, la captación y desarrollo del valor, vinculado con el talento.

Con este nuevo énfasis se suscitan nuevos problemas que requieren de nuevos abordajes. En este escenario, cobra una trascendental relevancia la comunicación como dimensión de análisis e intervención que atraviesa todas las áreas de una organización y es vector de los proyectos inter-áreas.

Los líderes de las áreas o de los proyectos gestionan con competencias de comunicación: la comunicación es impulsora del liderazgo, del armado de equipos, de la iniciativa y la innovación. Además, desde un punto de vista estructural las empresas son sistemas complejos adaptativos cuya interface con el entorno cambiante y cuyo sistema de diseminación del aprendizaje y productor del cambio es la comunicación.

La comunicación está en todos los sectores, en todas las áreas y en todos los niveles de las organizaciones y, sin embargo (o quizás justamente por eso) requiere más que nunca del experto. El experto no es el que sabe solamente, si no el que ha demostrado que su conocimiento sirve para solucionar problemas.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría se propone:

- Analizar los nuevos escenarios relacionados con la gestión del capital humano y el trabajo colaborativo mediante el uso de la comunicación para la mejora en la gestión organizacional y personal.
- Impulsar el desarrollo de competencias profesionales orientadas a la innovación, a la gestión del talento y la generación de nuevos modelos de negocio en base a la transversalidad de las competencias comunicacionales.
- Generar modelos, categorías, casos y mejores prácticas con el fin de promover un salto cualitativo en las competencias profesionales de los alumnos, considerando a la comunicación como habilidad sustancial para el crecimiento profesional individual, del equipo de trabajo y de la organización en la que se desempeñen, más allá de la dirección, gerencia o área específica dedicada a la comunicación.
- Incorporar el punto de vista académico de la comunicación en la comprensión de la evolución de las organizaciones y en la renovación de los paradigmas que guían la gestión de las personas.
- Contribuir a una formación actualizada y a partir de marcos teóricos amplios de los líderes de todo tipo de organizaciones que se dediquen a la comunicación interna, recursos humanos y procesos organizacionales como gestión del conocimiento y del cambio.
- Aportar a la profesionalización de la comunicación interna y la integración de sus funciones en procesos más amplios vinculados con la cultura y la misión de las instituciones.
- Capacitar en competencias de comunicación y en habilidades relacionales a los líderes de todo tipo de organizaciones.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El magíster en Comunicación para la Gestión del Cambio estará en condiciones de dirigir procesos de gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional, ya sea a través de la gestión de nuevos proyectos o de la mejora de procedimientos relacionados con la evaluación del desempeño, la medición del clima, la capacitación o el desarrollo de carreras para comunidades de prácticas específicas, entre otras tareas.

Será hábil en diseñar y acompañar la gestión del cambio cultural, incorporando la dimensión de la comunicación a los proyectos de innovación o desarrollando propuestas de intervención más amplias en la cultura organizacional.

Podrá emplear en el liderazgo de su área y capacitar a otros líderes en competencias de comunicación para la gestión. En concreto incorporará destrezas para la gestión del talento y para la creación de equipos de alto desempeño.

Habrá internalizado conocimientos para realizar diagnósticos de comunicación interna y diseñar intervenciones dirigidas a superar bloqueos comunicacionales o relacionales.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El Magíster en Comunicación para la Gestión del Cambio será un profesional con:

- Consciencia de su responsabilidad en la transmisión de los valores morales y en la defensa de la verdad.
- Una mirada amplia y profunda de la realidad, con interés por promover la cultura y comprometido con el respeto de los hombres y su libertad.
- Vocación de servicio a la sociedad y a su país, con la capacidad de llevar adelante nuevos proyectos y emprendimientos fecundos en el campo de la gestión.
- Experiencia en realización de productos en los que la comunicación forme parte sustancial de la gestión,
- Competencias de gestión y visión de conjunto del negocio, de manera de poder dirigir un proyecto en una empresa o iniciar su propio emprendimiento con una fuerte orientación a la gestión del capital humano y el talento.
- Conocimientos, habilidades y actitudes para planificar y ejecutar las diversas etapas de gestión del área en la que se desempeñe, de la mano de competencias comunicacionales.
- Capacidad de desarrollar estrategias comunicacionales para su área de actuación, con aplicación de criterios orgánicos y fundados; con sentido de responsabilidad social, y con pautas éticas claras.
- Capacidad de dirección y gestión de proyectos.
- Potencial para investigar, analizar y evaluar las formas en que se comunican las distintas áreas de una organización entre sí.
- Habilidad para aprovechar las oportunidades de negocio.
- Habilidades para identificar las tendencias en la evolución profesional y detectar los oficios emergentes en su campo de trabajo.

9. CARRERA: Maestría en Comunicación Política (Profesional)

UNIVERSIDAD: Universidad Austral

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La comunicación política se ha convertido en un área académica y de ejercicio profesional en la que confluyen, con especial intensidad, tanto la comunicación como la política, hasta el punto en que hoy resulta impensable la política sin una gestión sostenible de la comunicación.

Por ende, no hay política sin comunicación. Pero no estamos en el imperio de la comunicación. Es la política junto a la comunicación. Es la política con comunicación, necesaria para la construcción de consensos para gobernar, o legitimar las acciones políticas en democracia.

Se requiere una visión de la Comunicación Política de 360° para brindar herramientas de gestión a los funcionarios, equipos de comunicación, asesores y consultores de los gobiernos nacionales, intermedios y locales, dirigentes partidarios y sociales y periodistas, en un contexto en el que la democracia no garantiza una adecuada representación política. De esta manera, la maestría trata de concientizar sobre la importancia de gobernar y gestionar las crisis, además de comprender las dinámicas electorales, pero sin asociar la comunicación al marketing político. Se piensa en la construcción de la legitimidad desde la comunicación política.

Con la garantía de una absoluta pluralidad ideológica en los enfoques, y la combinación de un cuerpo académico sólido y con experiencia profesional internacional, la Maestría en Comunicación Política apunta a transferir capacidad a los gobiernos, a la gestión pública y a la actuación de la oposición en el contexto democrático. Posibilita un debate profundo sobre las nociones de diálogo ciudadano y escucha pública, la aplicación de nuevas tecnologías, el rol de los medios de comunicación, las metodologías para recabar opinión pública, las nociones de estrategia gubernamental y estrategia electoral, la gestión de crisis y del riesgo, las capacidades de liderazgo, las transformaciones de los partidos políticos y del electorado, entre otros grandes ejes.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría en Comunicación Política (MCP) viene a ocupar un espacio vacante en la formación de posgrado en la materia, reconociendo la especificidad y, fundamentalmente, complejidad, que tiene la comunicación en el ámbito electoral, gubernamental y de las instituciones políticas, así como los nuevos roles, demandas y aspiraciones de la ciudadanía.

La MCP prepara para el ejercicio profesional en comunicación estratégica dentro de la orientación gubernamental y electoral, así como de comunicaciones especializadas como la de crisis y de riesgo en el ámbito de instituciones políticas.

La Maestría se ofrece en el ámbito de la Escuela de Posgrados en Comunicación (EPC) de la Universidad Austral.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría en Comunicación Política se propone:

- Brindar conocimientos teóricos y aplicados en el campo de la Comunicación Política.
 - Promover el razonamiento cuantitativo y cualitativo para el análisis de la Comunicación Política.
 - Desarrollar la capacidad de análisis, elaboración, implementación y asesoramiento de procesos de gestión de la comunicación política en gobiernos, organismos y empresas públicas, locales, provinciales, nacionales e internacionales; empresas y organismos privados; partidos políticos; organizaciones sociales; medios de comunicación; sindicatos; agencias mixtas, y consultoras políticas o agencias de publicidad.
 - Fomentar la comprensión y destreza en el uso de las técnicas y métodos actuales de investigación científica rigurosa y creativa aplicada a la Comunicación Política para diseñar proyectos de análisis y/o investigación y llevarlos a cabo en todas sus etapas.
 - Analizar nuevos escenarios relacionados con los nuevos roles ciudadanos.
 - Impulsar el desarrollo de competencias profesionales destinadas a satisfacer las necesidades tanto de líderes políticos como de la ciudadanía.
 - Ofrecer modelos, categorías, casos y mejores prácticas con el fin de promover un salto cualitativo en las competencias profesionales de sus alumnos, considerando a la comunicación como habilidad sustancial para el crecimiento profesional individual, del equipo de trabajo y de la organización en la que se desempeñen.
- Predicar con actitudes éticas y de responsabilidad política y social.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El Magíster en Comunicación Política será un profesional con:

- Consciencia de su responsabilidad en la transmisión de los valores morales y en la defensa de la verdad.

- Una mirada amplia y profunda de la realidad, con interés por promover la cultura y comprometido con el respeto de los hombres y su libertad.
- Capacidad de dirección y gestión de proyectos.
- Potencial para investigar, analizar y evaluar los procesos de comunicación pública
- Habilidades para identificar las tendencias en la evolución profesional.
- Sólidos conocimientos teóricos y aplicados en el campo de la comunicación política.
- Razonamiento cuantitativo y cualitativo para el análisis de la comunicación política.
- Capacidad de análisis, elaboración, implementación y asesoramiento de procesos de gestión de la comunicación política en gobiernos, organismos y empresas públicas, locales, provinciales, nacionales e internacionales; empresas y organismos privados; partidos políticos; organizaciones sociales; medios de comunicación; sindicatos; agencias mixtas y consultoras políticas o agencias de publicidad.
- Comprensión y destreza en el uso de las técnicas y métodos actuales de investigación científica rigurosa y creativa aplicada a la comunicación política para diseñar proyectos de análisis y/o investigación y llevarlos a cabo en todas sus etapas.
- Conocimiento y manejo de la comunicación digital y las redes sociales para una comprensión del espacio público ampliado.
- Actitudes éticas y de responsabilidad política y social.

10. CARRERA: Maestría en Comunicación e Imagen Institucional (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad CAECE

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

En la segunda mitad del siglo XX los estudios de Comunicación se consolidaron como un campo donde las mediaciones simbólicas y la construcción de redes resultaba tan trascendente como el análisis de los Medios de Comunicación o la producción de información. Comenzaron a extenderse investigaciones sobre la significación de lo simbólico en diferentes colectivos, fue especialmente en los años 80 que en Argentina se vislumbró la importancia de articular, para la investigación comunicacional, lo institucional, la representatividad, la cuestión identitaria. Tales contenidos se nuclearon en la denominada Comunicación Institucional. Sin embargo, al análisis institucional no se les solían sumar los dispositivos de construcción de imagen institucional e identidad corporativa. El estudio de las artes de la política, la interacción grupal, la consolidación de instituciones y organizaciones, el sentido estético, las genealogías institucionales y la construcción de subjetividades parecían correr por caminos diferentes. La Universidad CAECE en el desarrollo de su grado universitario en Comunicación ya incorporaba estas inquietudes y advertía la necesidad de consolidar una carrera de posgrado en dichas temáticas. Fue en esta dirección que estableció un convenio con la Fundación Walter Benjamin, que investigaba en torno a la Comunicación, las Instituciones y la Imagen Pública.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Analizar relaciones comunicacionales en ámbitos institucionales teniendo en cuenta los procesos culturales, políticos y económicos de su constitución.
- Estudiar las perspectivas teóricas que han permitido dar respuestas a los interrogantes acerca de la comunicación en organizaciones.
- Promover la comprensión de los procesos históricos y culturales presentes en la validación de las representaciones legitimables en el orden de formaciones disímiles como partidos políticos, instituciones, organizaciones empresariales, etc.
- Estimular la creatividad en materia de imagen corporativa.
- Desarrollar metodologías de investigación y capacitar para la planificación y realización de proyectos de comunicación institucional.

- Entrenar en la producción de estudios sobre Opinión Pública y el llamado marketing político.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- El graduado de la Maestría en Comunicación e Imagen Institucional estará ampliamente capacitado para:
 - La elaboración de proyectos con centro en el análisis de las relaciones comunicativas en ámbitos institucionales en especial organizaciones de la Sociedad Civil y Tercer Sector teniendo en cuenta las poblaciones a las que se dirigen.
 - El diagnóstico e investigación en relación con la estructura y funcionamiento de organizaciones e instituciones públicas, privadas y no gubernamentales
 - La planificación de estrategias creativas e innovadoras de proyectos de comunicación institucional.
 - La evaluación de problemas complejos relativos a la gestión y administración de instituciones y la elaboración de propuestas de resolución de los mismos.
 - La evaluación de niveles de conflictividad y crisis institucional así como de las rectificaciones posibles.
 - El desarrollo de perspectivas teóricas en el campo de la comunicación institucional.

11. CARRERA: Maestría en Comunicación y Creación Cultural (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad CAECE

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

En los Estudios de Comunicación en América Latina se podrían señalar hitos en cuanto a sus contenidos y propósitos: la vinculación inicial con Periodismo, el énfasis en las denominadas Ciencias de la Información al calor de imaginarios desarrollistas, la denominación de “Comunicación Social” que se extendió en los años 70, y la necesidad de vincular Comunicación y Culturas que se popularizó en los años 80. Estas perspectivas de tradujeron en modos de organizar los diseños curriculares de grado, en contenidos de las asignaturas, en terminalidades en las licenciaturas, y, por cierto, en la concreción de posgrados que vinculaban ambos campos. En Argentina, a fines de los años 90, se crearon Maestrías en Comunicación y Cultura respectivamente en la Universidad de Córdoba (CEA) y en la Universidad de Buenos Aires (FCS) entre otras. En ambos casos los objetivos han estado muy ligados a la formación para la investigación principalmente de los propios cuadros docentes universitarios. Por otro lado, también se habían desarrollado cursos y carreras de posgrado con la impronta de la Sociología de la Cultura, por un lado y de la Gestión y la Planificación Cultural, por otro. Estos últimos, en cierta medida, habían nacido al calor del auge de la idea de cultura como “recurso” y la realidad objetiva de la importante participación de los productos culturales en el PBI. Estos antecedentes que se conocen en profundidad por el hecho de que la conducción de la presente maestría ha participado en ellos. Con tal panorama, y teniendo en cuenta que la Universidad CAECE ya contaba con Licenciatura en Comunicación Social, y con una Maestría en Comunicación e Imagen Institucional, ligada al Diseño de Imagen pública, se elaboró la Maestría en Comunicación y Creación Cultural.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Estudiar e investigar los procesos culturales centrándose en las estrategias de creatividad en sentido amplio de diversos sectores sociales.
- Formar, actualizar y problematizar en relación con los procesos comunicacionales en las culturas contemporáneas, en especial, en el horizonte de los cambios tecnológicos, las transformaciones urbanas y la sociabilidad cotidiana.

- Hacer memoria y prospectiva de los usos de las tecnologías de la Comunicación en la construcción de nuevos lenguajes, formas de narrar, modos de conocer.
- Realizar un examen minucioso de las intersecciones entre Arte y Comunicación así como su impacto en el campo estético.
- Desarrollar habilidades para detectar y promover los criterios y prácticas innovadoras en los procesos socioculturales y comunicacionales.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El graduado de la maestría en Comunicación y Creación Cultural estará ampliamente capacitado para:

- La investigación en materia de estrategias de creatividad de diversas poblaciones y culturas (desde las estrategias básicas de supervivencia hasta la producción en el denominado campo artístico).
- La planificación comunicacional y cultural en áreas institucionales pertinentes.
- El estudio y producción de innovaciones ligadas a los medios de comunicación, el arte de masas, los escenarios de resguardo del patrimonio cultural (museos, muestras, etc.).

12. CARRERA: Maestría en Comunicación Audiovisual (Profesional)

UNIVERSIDAD: Universidad Católica Argentina

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La Maestría en Comunicación Audiovisual, MaCA, se propone la formación de autores en términos audiovisuales, es decir profesionales capaces de planificar un producto audiovisual en todas sus etapas. La Maestría cuenta con un plantel docente de profesionales reconocidos en las industrias audiovisuales a nivel internacional.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría en Comunicación Audiovisual MaCA, ha sido creada comprendiendo al lenguaje audiovisual como un lenguaje transversal a todo tipo de contenido. Es decir con el objetivo de generar una oferta académica de posgrado que posibilitara a cualquier graduado universitario apropiarse de las herramientas propias de la narrativa audiovisual para que las mismas puedan convertirse en un modo de construcción de enunciados audiovisuales desde las más diversas plataformas y con los más variados contenidos posibles que la complejidad de los soportes tecnológicos actuales permiten. La MaCA se propone la formación de autores en términos audiovisuales y organiza sus contenidos en dos trayectos diseñados considerando las formas más consolidadas e instituidas del lenguaje audiovisual, el drama y el documental. En el marco del Instituto de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales Políticas y de la Comunicación, la Maestría se pensó entendiendo que lo audiovisual debía ser una opción de formación de posgrado, justamente por comprender la utilidad del lenguaje audiovisual en todos los campos y disciplinas, tanto en el quehacer profesional de los medios de comunicación, de las industrias de producción de contenidos audiovisuales, como en el exponencial crecimiento que los contenidos audiovisuales han tenido en las nuevas plataformas tecnológicas, siendo utilizados en los más variados campos disciplinares. La Maestría se transformó en el año 2008 en la primera carrera de posgrados del Instituto el cual inició su formación de comunicadores en el año 1985.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

En relación a su dimensión social, los objetivos son:

- Desde la perspectiva profesional, formar profesionales capaces de contribuir al acervo cultural disciplinar mediante el aporte de obras audiovisuales competentes en el diagnóstico, la gestión y la planificación de procesos comunicacionales propios del campo audiovisual.

- Desde la perspectiva académica, enseñar y producir conocimientos para alcanzar la máxima excelencia dentro del campo audiovisual, de acuerdo con un criterio de formación integral y tratamiento crítico de los temas basados en las disciplinas vinculadas a la comunicación en general y a las artes audiovisuales en particular.

- Desde la perspectiva científica, promover la profundización del conocimiento en el área disciplinar a través de la estructura curricular con seminarios obligatorios y optativos, que enriquezcan la participación y el intercambio entre profesores, graduados y alumnos, para generar un ámbito de reflexión.

- Desde la perspectiva comunitaria, establecer vínculos con diferentes actores sociales y culturales, a través de una permanente interacción en la que la carrera aporte conocimiento y productos artísticos para la sociedad, con el fin de contribuir al desarrollo humano de acuerdo con una cosmovisión humanística cristiana.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El perfil del maestrando es muy variado, eso es lo más enriquecedor, actualmente por ejemplo tenemos administradores de empresa, ingenieros pero también por supuesto graduados en comunicación. Más de la mitad de los alumnos y graduados son internacionales. Si bien trabajamos pensando en la formación para desempeñarse en las industrias audiovisuales, las cuales son un campo de mucho desarrollo en nuestro país, ya que es el cuarto exportador mundial de formatos audiovisuales, no olvidar que esta es una disciplina de origen artística por lo que la creatividad y la vocación por la misma son muy importantes.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El Magíster en Comunicación Audiovisual de la Universidad Católica Argentina será reconocido por su visión humanista de la comunicación, su sólida base conceptual, su defensa a la libertad de expresión y su vocación por ampliar las posibilidades de expresión a todos los sectores sociales, procurando compensar las asimetrías que pudieran existir.

El graduado UCA tendrá la capacidad para:

- Gestionar servicios de comunicación audiovisual.
- Diseñar obras audiovisuales articulando distintas modalidades conceptuales y técnicas.
- Aplicar la metodología propia de las ciencias sociales en producciones de comunicación audiovisual.

- Analizar críticamente los procesos sociales vinculados al uso y la articulación del lenguaje audiovisual.

13. CARRERA: Maestría en Comunicación y Cultura (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad de Buenos Aires

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El programa de la Maestría en Comunicación y Cultura da cuenta de un campo heterogéneo, cruzado por diferentes opciones ideológicas y teóricas, y atravesado por varias disciplinas. Esto ha planteado el desafío de construir un diseño curricular que recoja la diversidad de tradiciones que existen en el ámbito de la comunicación y la cultura.

Desde su creación, el objetivo fundamental de la Maestría ha sido formar investigadores con capacidad teórica y metodológica para formular un problema de investigación, diseñar investigaciones, implementarlas y conducirlas en forma independiente, y hacer una contribución original al desarrollo del conocimiento campo de la comunicación y la cultura a partir de una sólida interpretación de los hallazgos.

Con motivo de la creación de la Maestría en Comunicación y Cultura, la entonces Secretaría de Posgrado organizó en 1996 una comisión conformada por especialistas de distintas carrera de la Facultad de Ciencias Sociales. El proyecto resultante fue sometido, a su vez, al examen de la Secretaría Académica de la Universidad de Buenos Aires, de la cual surgieron aportes y observaciones. Se elaboraron distintos documentos hasta la aprobación del proyecto final por parte del Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales para su posterior aprobación por el Consejo Superior de la Universidad de Buenos Aires.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Formar investigadores en el campo de la cultura y la comunicación, atendiendo tanto a las cuestiones metodológicas como a los marcos teóricos referenciales en los cuales se insertan.
- Abrir un espacio de reflexión crítica sobre la cultura y la comunicación en la sociedad contemporánea.
- Contribuir a la formación continua de los cuadros docentes de la Facultad de Ciencias Sociales, así como de otras instituciones de educación superior.
- Coadyuvar a la renovación de las prácticas disciplinarias, tanto de grado como de posgrado en el ámbito de la Comunicación y la Cultura.
- Promover una estrategia de abordaje de los problemas que tenga como elemento constitutivo la multiplicidad de posibles lecturas.

- Contribuir al desarrollo de la profesión académica a través de las construcciones de normas y procedimientos específicos del área de comunicación y cultura.
- Generar un dispositivo de cambio y actualización del campo disciplinario en el país a través de la interacción con otros programas de docencia e investigación.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Desplegar una perspectiva de análisis cultural apoyada en una fuerte reflexión teórica con entrenamiento en diversas metodologías de análisis tanto en el plano de la investigación académica como en el de las políticas culturales. Participar en el diseño y evaluación de políticas culturales, es decir, intervenir en el espacio público. Realizar consultorías profesionales en el campo de la comunicación y la cultura. Desarrollar una estrategia de formación continua que les permita avanzar en su proceso de auto capacitación y actualización.

14. CARRERA: Maestría en Periodismo (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad de Buenos Aires

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El proyecto de un Programa en Periodismo, que albergara una Especialización y una Maestría se presentó en 2004 como una propuesta de formación académica e interdisciplinaria en un área de especial importancia, en la medida en que el rol de la información adquirió un lugar central en la sociedad contemporánea. Tal fenómeno no ha cesado en su desarrollo, dándose lugar a nuevas demandas de la ciudadanía respecto de la información en general y los medios de comunicación en particular. El periodismo es hoy uno de los formadores privilegiados de opinión pública y generador de representaciones sociales con un peso sustantivo en la producción y la circulación de información pública. A su vez, para las Ciencias Sociales, el periodismo resulta una fuente, una zona de producción de conocimiento, de mediaciones y una instancia de problematización de lo social. Reviste, para los científicos sociales, un interés tanto epistemológico como político y cultural. Dentro de la Universidad de Buenos Aires, los posgrados con nivel de maestría no abordan la problemática periodística como principal objeto de estudios. En el sector privado, por su parte, existen maestrías específicas, pero cuyas currículas tienen por objetivo la capacitación de periodistas y editores con características profesionales particularmente pensadas para medios de comunicación determinados. Con esta propuesta de posgrado, la Facultad de Ciencias Sociales se propone contribuir a que los problemas, fenómenos y prácticas del periodismo se constituyan en objeto de estudio, campo de formación especializada, investigación e intervención crítica. La propuesta de Maestría en Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales fue elaborada durante 2001 y 2002 por una comisión que integraron profesores de todas las carreras de esta unidad académica y profesores invitados, quienes elaboraron un anteproyecto.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El posgrado tiene por objetivo ofrecer una formación de carácter interdisciplinario destinada a reflexionar, profundizar y generar conocimientos sobre las tendencias y problemáticas actuales del periodismo, la producción de investigación en el tema y la generación de proyectos innovadores.

Esta formación pretende una mayor articulación entre prácticas periodísticas y los campos de conocimiento propios de las ciencias sociales y humanas (economía, relaciones

internacionales, sociedad, política, literatura, etc.) para la lectura e interpretación de tendencias y necesidades emergentes.

Objetivos específicos

- Formar magísteres en el área de periodismo a partir de una propuesta con calidad académica e integradora desde el punto de vista interdisciplinario.
- Promover la adquisición de saberes a cerca de las dimensiones actuales de la actividad periodística en el país y en el mundo, en lo referido a la gestión, el diseño y los contenidos.
- Incentivar la producción de investigación sobre temas en relación con el periodismo sobre problemáticas de relevancia social, cultural y política.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El egresado de la Maestría en Periodismo será un profesional de excelencia con formación académica en aspectos teóricos, históricos, técnicos, institucionales y políticos sobre la actividad periodística, en condiciones de producir investigaciones y estudios sobre el tema.

15. CARRERA: Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales (Profesional)

UNIVERSIDAD: Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El cambio de milenio coincide con una revalorización de la importancia de la comunicación estratégica en la gestión de las organizaciones: sean estas comerciales, gubernamentales o de la sociedad civil.

Esto se produce a partir del entendimiento de que la sustentabilidad y solidez de una organización no residen solo en sus activos tangibles, sino en el valor que para sus distintos públicos tienen sus marcas, su reputación y la percepción de una responsable participación dentro de la sociedad a la que pertenecen.

En este contexto, la gestión profesional de la comunicación institucional se transforma en una herramienta estratégica y sus actores son agentes protagónicos de cambio.

La Primera Edición de la Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales, única en su género en nuestro país, comenzó en agosto de 1994 con excelente acogida por parte de la comunidad empresaria, el periodismo especializado y los graduados en general.

La Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales es una creación del Instituto de Estudios de la Comunicación Institucional (ICOMI) fundado en 1993 por Alberto Borrini con el objeto de contribuir al desarrollo y la convergencia de las principales disciplinas vinculadas con la comunicación de las organizaciones, con el propósito de formar profesionales capaces de ejercer su dirección.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría reconoce su antecedente en la Maestría en Comunicación Institucional que la UCES creó en el año 1994 y funcionó ininterrumpidamente hasta el 2001, para dar respuesta a la necesidad del mercado laboral de contar con profesionales de posgrado idóneos en el campo de la comunicación estratégica institucional entendida ésta como herramienta de management dependiente de los más altos niveles de conducción de una organización. En vista del perfil de gestión, planeamiento y dirección, que comenzó a demandarse para el Magíster en Comunicaciones institucionales, se decidió crear un nuevo proyecto, con esa orientación que reemplazó la oferta existente.

La Maestría en Dirección de Comunicaciones comenzó a funcionar en el 2001, reconocida por la resolución del Minist. de Ed. N° 124/01, y la de CONEAU, 146/02.

El objetivo central de la carrera es formar recursos humanos con una preparación específica para la Dirección de las Comunicaciones en las organizaciones, en concordancia con los

requerimientos del management actual, que ha institucionalizado su función, su práctica, y, su campo de conocimiento, como indicado para indagar y gestionar la identidad, la imagen y el posicionamiento institucional, vitales para el cumplimiento de las políticas y estrategias de organizaciones de distinto género, públicas y privadas, con o sin fines de lucro.

En este sentido, el Dircom aspira a corregir la parcelación de las comunicaciones en la organización, evitar las disfunciones y contradicciones propias de esa dispersión y fragmentación, a fin de proyectar una imagen fuerte y coherente.

La Maestría se inserta en el Departamento de Posgrados. Su desarrollo viene a cubrir un vacío generado por la desactualizada formación de los especialistas para enfrentar nuevos desafíos.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales de UCES, es la primera que se dicta en nuestro medio, y tiene por objetivo formar a quienes puedan gerenciar, con la más alta calidad, todo el flujo de información de la organización, según los objetivos y principios establecidos por la dirección estratégica, para el logro del posicionamiento deseado.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El objetivo central de la carrera es formar recursos humanos con una preparación específica para la Dirección de las Comunicaciones en las organizaciones, en concordancia con los requerimientos del management actual, que ha institucionalizado su función, su práctica, y, su campo de conocimiento, como indicado para indagar y gestionar la identidad, la imagen y el posicionamiento institucional, vitales para el cumplimiento de las políticas y estrategias de organizaciones de distinto género, públicas y privadas, con o sin fines de lucro.

En este sentido, el Dircom aspira a corregir la parcelación de las comunicaciones en la organización, evitar las disfunciones y contradicciones propias de esa dispersión y fragmentación, a fin de proyectar una imagen fuerte y coherente

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

- Actuar en organizaciones públicas o privadas, con o sin fines de lucro, colaborando con su dirección en el planeamiento estratégico de sus actividades a partir de la definición de su objetivo de posicionamiento y mediante la determinación de los objetivos, el diseño y el desarrollo de las estrategias para la construcción, modificación o consolidación de la imagen institucional y la comunicación con sus distintos públicos.

- Salvaguardar la reputación de la organización y contribuir a definir y cuidar su imagen en función de su visión, misión y valores.
- Asistir en todo lo relacionado con la comunicación a la Presidencia, Direcciones Generales y a las restantes áreas de la organización, especialmente a Recursos Humanos, Marketing, Calidad, Operaciones y Sistemas, por su relación con los contenidos y procesos de la comunicación institucional
- Dominar todos los instrumentos estratégicos necesarios para el diseño del plan de imagen, el desarrollo de la cultura organizacional y la definición y el planeamiento de la política de comunicación y utilizar todas las técnicas y herramientas de la comunicación interna y externa (Prensa, Publicidad, RRPP, Protocolo, Diseño Gráfico, Comunicaciones de Marketing, Branding y otras), concibiéndolas globalmente bajo una administración total y conjunta de procesos, colaborando activamente a potenciar la eficiencia de toda la organización en términos de imagen.
- Consignar los objetivos precisos del Plan de Imagen y Comunicación, estableciendo los indicadores que permitan tanto el seguimiento de las acciones como la medición de los resultados y del desempeño de los responsables de su ejecución.
- Elaborar el Plan de Imagen y Comunicación y llevar a cabo las estrategias necesarias para la construcción, consolidación o modificación de la imagen y la reputación de la organización, en función de su objetivo de posicionamiento estratégico.
- Controlar los efectos de la Comunicación en los distintos grupos de interés -internos y externos- de la organización.
- Supervisar y realizar todo tipo de investigaciones para el planeamiento estratégico de las comunicaciones, su seguimiento y la medición y evaluación de resultados.
- Actuar profesionalmente en otras área laborales:
- Desempeñarse en la actividad de consultoría en comunicación, concibiendo a las organizaciones clientes como centros neurálgicos de emisión y recepción de mensajes, base de rentabilidad económica y social.

Contar con la formación teórica necesaria para aplicar en el ejercicio de la docencia en el campo de las comunicaciones institucionales.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

En la Maestría se forma a los profesionales con los conocimientos y capacidades para ocuparse de diferentes tareas y funciones relacionadas con la imagen pública de la organización, tales como:

- Gestión de la Cultura Corporativa, Comunicaciones y Cambio organizacional.

- Gestión de las Relaciones con otras instituciones, gobierno, líderes de opinión y medios de comunicación.
- Elaboración del Plan de Comunicaciones de la Organización.
- Supervisión del diseño y gestión de los Programas de Identidad de la organización.
- Supervisión de los Planes de Responsabilidad Social.
- Gestión y/o supervisión de investigaciones de imagen y posicionamiento y de clima interno.
- Gestión y/o supervisión de Publicidad, Relaciones Públicas y Patrocinios.
- Participación en los Gabinetes de crisis.

16. CARRERA: Maestría en Periodismo (Profesional)

UNIVERSIDAD: Universidad de San Andrés

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

En un mundo global dominado por la información, en el que el acceso tecnológico acerca los medios a los usuarios, el flujo de las noticias parece brotar sin agentes ni mediaciones. Es entonces cuando más necesario resulta el periodista profesional, un sujeto capaz no solo de encontrar, seleccionar, organizar y compartir contenidos relevantes sino, sobre todo, de producir esos contenidos según distintas modalidades, en diferentes medios y para diversas plataformas, con el fin también de instalar nuevos debates en la agenda pública.

Estudiar un posgrado en periodismo se convierte por lo tanto en un desafío que solo puede ser enfrentado desde la convergencia del saber académico fundado en la teoría y la competencia práctica basada en la experiencia. Todo ello orientado al ejercicio de la profesión con solvencia tanto en gráfica o en radio como en televisión y en digital. Desde esa convicción, la Maestría en Periodismo se propone formar periodistas mejor preparados para ver y prever un mundo cambiante, con una mirada crítica y sin dogmatismos.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La carrera comenzó a gestarse en octubre de 1998. El proceso de definición fue complejo y prolongado ya que fue realizado por un comité ad hoc integrado por profesores del departamento de humanidades de la Universidad, especialmente de la Licenciatura en Comunicación y periodistas de reconocida trayectoria profesional, algunos pertenecientes al grupo Clarín. El propósito fue diseñar una maestría que respondiera a las necesidades educativas de la comunidad en materia de formación periodística. Uno de los objetivos que se propuso la Maestría fue convertirse en una carrera que convoque a estudiantes de toda Latinoamérica. Este objetivo lo logramos realizando tareas de difusión que nos permite contar hoy con un 20% de alumnos extranjeros pero no sólo de América Latina (Venezuela, Ecuador, Chile, Colombia, México, entre otros) sino también de países como España, Dinamarca y Francia.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La maestría en periodismo se inscribe en la línea de los nuevos estudios de posgrado que se desarrollan en la Argentina, orientados a la reconversión y puesta al día de las disciplinas profesionales tradicionales con el objetivo de ajustarlas tanto al logro de una formación rigurosa como a las exigencias que plantean hoy los mercados laborales. En nuestro país, los

vínculos entre los medios de comunicación y la universidad son recientes: La universidad incorporó tardíamente los estudios de la comunicación social, a los que no le adjudicaba el valor académico de otras disciplinas.

Sí se desarrollaron carreras de periodismo en algunos centros académicos del interior. En los años 60 y 70 florecieron algunas carreras terciarias que ofrecían a los futuros periodistas un primer acercamiento al lenguaje y a los códigos de la profesión, pero escasa formación académica. Este panorama empezó a cambiar a mediados de los 80, al ritmo de la transformación de las condiciones sociopolíticas del país, del vertiginoso crecimiento de los medios y de la influencia de los modelos de formación en comunicación en Europa y EEUU.

En este momento se aspira a:

- Avanzar en la generación de conocimientos a partir de los proyectos de investigación y de las tesis de maestría que se vayan concretando.
- Constituir un equipo referente en producción de conocimiento y formación de periodistas en Latinoamérica.
- Consolidar una propuesta curricular que articule el saber pragmático con el conocimiento académico y que analice las problemáticas de periodismo en la actualidad.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Se espera formar periodistas capaces de:

- Comprender el periodismo como actividad ligada a los procesos sociales, políticos y económicos.
- Analizar la tarea periodística desde los fundamentos disciplinarios que aportan a su comprensión.
- Planificar, diseñar y realizar proyectos periodísticos.
- Promover y facilitar distintos tipos de actividades que permitan diversificar la propuesta de los medios.
- Analizar los dilemas éticos y legales que enfrentan los medios de comunicación.
- Interactuar con profesionales provenientes de otros campos de formación con el propósito de generar un espacio de intercambio y comprensión de la realidad profesional.
- Asesorar a empresas y organizaciones en la problemática periodística respetando los principios éticos.
- Generar conocimientos en un campo disciplinar nuevo e innovador que aporte a la construcción de categorías teóricas, de herramientas metodológicas y hallazgos empíricos.

- Llevar adelante en forma autónoma estudios e investigaciones acerca de la problemática periodística y sus condicionantes políticos, económicos, sociales y culturales.
- Comprometerse con la tarea periodística como bien público y desde una postura ética que contribuya a producir información de calidad y que aporte a la consolidación de las instituciones democráticas.

17. CARRERA: Maestría en Comunicación Corporativa a Institucional (Profesional)

UNIVERSIDAD: Universidad del Salvador

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría en Comunicación Corporativa e Institucional tiene por objetivo la formación de profesionales especializados en el ámbito de la gestión de las relaciones públicas referidas a la comunicación empresarial. Su campo de acción está centrado en el conjunto de actividades relacionadas con la construcción pública del perfil de empresas privadas, instituciones gubernamentales, organizaciones sociales y/o iniciativas unipersonales.

Existe una amplia literatura, que ha sustentado en las últimas décadas la conformación de un campo disciplinario asociado a los aspectos gerenciales y comunicacionales de las distintas organizaciones que se conjugan en el plano social. De esta forma, mediante el relacionamiento entre la práctica de las relaciones públicas y la comunicación estratégica, con la dirección y planeamiento estratégico general de la empresa, se establece una función de gestión altamente especializada de las comunicaciones integradas empresariales. Resulta relevante remarcar, el papel preponderante de las áreas de comunicaciones integradas y relaciones públicas de las empresas, en donde los ejecutivos, funcionarios o representantes del área participan de las principales decisiones que determinan el rumbo de la organización. Los directores de comunicación, directores de asuntos públicos o gerentes del área están hoy involucrados en el proceso de definición estratégico, siendo una herramienta fundamental para la viabilización de las tácticas y estrategias definidos en el grupo de dirección de las organizaciones.

Asimismo, no sólo este campo de acción participa con gran preponderancia en la mesa de dirección de las empresas, sino que su auge también ha generado un impacto positivo en las estructuras y recursos disponibles para el ámbito de competencia.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El plan de estudios de la maestría está concebido con la finalidad de formar graduados capaces de organizar los departamentos de comunicación interna y/o externa de las organizaciones públicas o privadas. Además, el innovador diseño curricular da la posibilidad de desempeñarse en roles gerenciales y de conducción en las áreas de comunicación institucional y asuntos públicos en empresas nacionales, internacionales, organizaciones sociales sin fines de lucro y organizaciones gubernamentales. También, este posgrado brinda

las herramientas para asesorar a profesionales y/o actividades unipersonales que requieran de los conocimientos específicos del área para el cumplimiento de sus objetivos personales.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría en Comunicación Corporativa e Institucional tiene por finalidad la formación de profesionales en el ámbito de la gestión de las relaciones públicas referidas a la comunicación de las organizaciones. Sus objetivos principales serán generar competencias específicas, metodologías de trabajo, habilidades y técnicas para organizar los departamentos de comunicación interna y/o externa de las organizaciones públicas o privadas de Argentina. Se trata de una maestría de corte profesional, con un sesgo marcadamente práctico y de aplicación de conocimientos a situaciones concretas. Este programa se constituye como una profundización de las carreras de Comunicación Social, de Ciencias Sociales y de Administración de la Universidad. La Maestría en Comunicación Corporativa e Institucional prepara a los alumnos para desempeñarse en roles gerenciales y de conducción de las áreas de comunicación institucional y asuntos públicos en empresas nacionales, internacionales, organizaciones sociales sin fines de lucro, organizaciones gubernamentales, así como el asesoramiento a individuos y/o actividades unipersonales que requieran de los conocimientos específicos del área para el cumplimiento de sus objetivos personales. Asimismo, el programa incentiva una mirada analítica de los procesos organizacionales, centrándose en los problemas de comunicación existentes, y preparando la posibilidad de una respuesta acorde a las necesidades de cada caso en particular, habilitándolos a desarrollar un concepto de auditoría y calidad en la comunicación empresarial.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Se prevé que los graduados de la Maestría en Comunicación Corporativa e Institucional obtengan un conjunto de conocimientos, capacidades y habilidades específicas que les permitirá realizar:

- Planificación y ejecución de estrategias comunicacionales.
- Asuntos públicos y relación con la prensa.
- Lobbying y negociación.
- Conducción de las áreas de comunicación institucional y asuntos públicos en empresas nacionales, internacionales, organizaciones sociales sin fines de lucro y organizaciones gubernamentales.
- Pensamiento estratégico y liderazgo

- Gestión integral de la Imagen Corporativa
- Comunicaciones integradas de marketing.
- Tareas especializadas de docencia e investigación.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Gestionar en forma integral el perfil público de organizaciones públicas y privadas, instituciones, empresas e individuos.
- Diseñar y desarrollar proyectos estratégicos de identidad corporativa e imagen institucional de las empresas e instituciones contemporáneas.
- Entender la mejor aplicación de las nuevas tecnologías de la comunicación para la implementación de los lineamientos de comunicación corporativa.
- Posibilidad de diagnosticar, diseñar, desarrollar y coordinar procesos estratégicos y soluciones de comunicación que hagan frente a problemas específicos.
- Desarrollo de actitudes de liderazgo e innovación orientadas al cumplimiento de los objetivos profesionales del sector.
- Comprender el reciente concepto de Comunicaciones Integradas de Marketing, como un factor integrador de las prácticas de comunicación de las empresas.
- Adquirir mejores prácticas de la disciplina publicitaria, en función de las necesidades internas de las empresas y organizaciones.
- Capacidad de incorporar mejores prácticas propias de la ciencia que contribuyan al desarrollo de las corporaciones, empresas, instituciones y particulares que desarrollen prácticas de comunicación corporativa e institucional.
- Gestionar en forma eficiente la comunicación interna de organizaciones y empresas, en el marco coherente de las comunicaciones estratégicas generales de las mismas.
- Brindar un marco ético a la comunicación de las organizaciones.

18. CARRERA: Maestría en Periodismo de Investigación (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad del Salvador

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El Periodismo de Investigación es una disciplina que tiene por objetivo indagar sobre hechos de interés público como así también revelar situaciones que afecten el bien común. Para ello se vale de un enfoque científico integral, que se apoya en el trabajo con fuentes de información y en la aplicación de diferentes métodos y técnicas de recolección de datos.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El periodismo de investigación es una especialidad del campo periodístico que tiene rasgos que lo caracterizan y lo diferencian. En primer lugar, el hecho que es objeto del periodismo de investigación se oculta intencionalmente al público. En segundo lugar, como carece de una fuente que le informe, el periodista debe llegar por sus propios medios hasta el hecho mismo. Finalmente, para que haya periodismo de investigación el tema analizado debe ser de importancia para un gran sector de la población.

El periodismo de investigación, que ha tenido un desarrollo significativo en los últimos 30 años, enfrenta hoy transformaciones surgidas de desafíos tales como el alcance mundial de investigaciones sobre temáticas complejas y el análisis del accionar de grupos cada vez más poderosos. A esto se suman las nuevas posibilidades que brinda la era digital, que resultan tanto un aporte como un desafío. Como Maestría académica este posgrado brinda las técnicas y los espacios para desarrollar investigaciones tanto de tipo científica (en el marco del Instituto de Investigación) como periodística. Esta Unidad Académica, en la que se inscribe la Maestría, se ha posicionado como una innovadora alternativa de formación superior que concilia una sólida base teórica con una moderna aproximación práctica al fenómeno de la comunicación, en un contexto mundial de globalización y cambio tecnológico. La Facultad tiene una larga trayectoria en el terreno del periodismo; en 1979 inicia la Carrera de Periodismo en la USAL.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría en Periodismo de Investigación tiene como objetivo lograr que los alumnos y graduados puedan abordar mediante la aplicación de metodologías científicas la investigación de una temática determinada. Se busca fortalecer los conocimientos, aptitudes y habilidades en este campo específico del periodismo, y promover la investigación en un área donde la

formación alcanzada y la práctica intensiva permitan obtener un nivel de alta competencia profesional de acuerdo con sus intereses personales en un marco de respeto por la ética profesional.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Se prevé que los graduados de la Maestría en Periodismo de Investigación obtengan un conjunto de conocimientos, capacidades y habilidades específicas que les permitirá realizar:

- Planificación y ejecución de proyectos de investigación periodística en diferentes medios, sean éstos gráficos, audiovisuales digitales.
- Elaboración de trabajos de consultoría para empresas, dependencias públicas u organizaciones del tercer sector.
- Servicios de investigación cualitativa y cuantitativa para campañas de difusión, promoción, políticas, electorales y/o institucionales.
- Aplicación de técnicas de investigación y redacción en plataformas multimedia, redes sociales y publicaciones online.
- Publicación de investigaciones propias, tanto en medios de comunicación como en el ámbito académico.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Se prevé que el graduado de la Maestría en Periodismo de Investigación obtenga un conjunto de conocimientos, capacidades y habilidades específicas, que le permitan realizar:

- Tareas especializadas de docencia e investigación.
- Planificación y ejecución de proyectos de investigación periodística en diferentes medios, gráficos o audiovisuales.
- Recolección, sistematización y archivo de datos.
- Evaluación de fuentes de información.
- Elaboración de informes para organizaciones de diversa índole.
- Publicación de trabajos propios.
- Servicios de investigación para campañas de difusión, promoción, políticas, electorales y/o institucionales.

19. CARRERA: Maestría en Comunicación Corporativa e Institucional (Profesional)

UNIVERSIDAD: Juan Agustín Maza

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

En el mundo de hoy se destaca la importancia que tiene la imagen corporativa de una organización privada o pública, con o sin fines de lucro, obtenida a través de la implementación estratégica de la comunicación institucional.

Esta disciplina contribuye a propiciar la concreción de objetivos compartidos entre la organización y su entorno, como así también a desarrollar una valiosa labor social caracterizada por la responsabilidad y la interacción, que permitan atender las necesidades y expectativas de los diferentes actores sociales.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La carrera se fundamenta en la importancia que tiene la imagen corporativa de una organización, privada o pública, con o sin fines de lucro, obtenida mediante la implementación de la comunicación institucional, en forma continua y sistematizada, para el logro de las políticas organizacionales. En efecto, esta área disciplinar contribuye a la implementación de acciones tendientes a propiciar la difusión de objetivos compartidos entre una institución y el entorno en el que se desenvuelve, como así también desarrollar una labor social caracterizada por la responsabilidad y la interacción que permitan atender las demandas, necesidades y expectativas de los diversos actores sociales. Asimismo, el auge creciente en el uso de las tecnologías de la comunicación y la información por parte de las organizaciones, requiere de una formación profesional no sólo desde una perspectiva técnica sino también desde una visión ética dado los posibles hechos de manipulación y desinformación que se generan en el espacio público de la sociedad actual.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Formar un profesional capaz de generar un Proyecto Integral de Comunicación (interna y externa), en instituciones públicas y empresas privadas, que sepa configurar la identidad y proyectar una favorable imagen corporativa de la organización; que logre la adhesión a las políticas institucionales y la expansión de productos o servicios de la empresa.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Contribuir a la formación académica de un profesional de la Comunicación Institucional que tienda a garantizar el respeto por la diversidad ofrecida por las miradas múltiples, cuyo punto de convergencia sea la realidad, ubicada en sociedades complejas que expresan la convivencia de la tradición y la modernidad, de lo local y lo regional, de lo nacional y lo transnacional.

Promover una línea de pensamiento y reflexión que inste a resolver la histórica disyuntiva entre teoría y práctica, al considerar a la praxis profesional del comunicador institucional no como una mera técnica, sino como consecuencia de una previa teorización sobre ese hacer; pero que, además, reconozca que el conocimiento progresa no sólo por la sofisticación en la abstracción, sino también por la capacidad de contextualizar. Esa capacidad requiere de un profesional con una amplia y diversificada cultura general, con una sólida actitud ética, que se muestre interesado en propiciar el respeto por los derechos de ciudadanía y de reconocimiento de la alteridad.

Proporcionar una clase de información de carácter institucional que se refiera a los intereses compartidos por el conjunto de una comunidad y que esté destinada a la reproducción social de esa comunidad. La perpetuación de un conjunto humano determinado es el objetivo que persigue la reproducción social, la cual se encargará de desarrollar acciones que contribuyan a la implementación de políticas que permitan organizar una sociedad que promuevan actos solidarios, y que propicien la difusión de objetivos compartidos por esa comunidad.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Diagnosticar y analizar problemas comunicacionales en distinto tipo de organizaciones, a partir del dominio de saberes teórico-conceptuales y de herramientas metodológicas de carácter operativo-instrumentales.
- Planificar las áreas comunicacionales en las organizaciones mediante el uso de modelos de estrategias pertinentes para tal fin.
- Diferenciar las distintas orientaciones ideológicas a las que sirven los diversos tipos de estrategias comunicacionales.
- Elaborar políticas comunicacionales mediante proyectos integrales, utilizando herramientas ofrecidas por la teoría de la comunicación, el periodismo, la opinión pública, el diseño gráfico, la psicología social, las relaciones públicas, la publicidad institucional, el marketing, la informática y demás tecnologías.
- Saber gerenciar la implementación de una política comunicacional.

- Saber evaluar los resultados de una política comunicacional ya implementada, como así también de cada una de las etapas del proceso.
- Rediseñar la estrategia de una política comunicacional que previamente haya sido evaluada.

20. CARRERA: Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Córdoba

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea constituye un programa de enseñanza de posgrado que se desarrolla en el Centro de Estudios Avanzados (CEA), Facultad de Ciencias Sociales (FCS) de la Universidad Nacional de Córdoba. Se inscribe institucionalmente en el Área de Estudios Sociales de la Comunicación del CEA, fue creada en el año 1997 mediante Resolución 429/97 del Honorable Consejo Superior de la Universidad Nacional de Córdoba.

Se trata de una Maestría académica, de carácter presencial y estructurada.

La creación nuestra carrera como parte de los estudios de posgrado que se desarrollan en el CEA, FCS, reconoce un doble origen. Por un lado se funda en el reconocimiento del lugar preponderante que la comunicación adquiere desde mediados de la década del '60 en adelante como dimensión estructurante de los planos económico, político y simbólico de las sociedades moderna así como a su necesaria lectura, análisis e intervención desde una matriz teórica que vuelva sobre la cultura como efecto de sentido. Estos presupuestos colocan la pregunta por el poder en el centro de la escena y permiten comprender el territorio de la Comunicación/Cultura como campos de batalla políticos, de disputas por los sentidos. Por lo tanto la producción de significaciones, las voces habilitadas o acalladas, las identidades subordinadas o emancipadas, implican una disputa permanente y de ningún modo resuelta.

Por otra parte, esta carrera fue creada a fines de la década del '90 a partir de identificar una creciente necesidad de promover la investigación en el campo de la Comunicación/Cultura desde perspectivas multidisciplinarias y a partir de ello construir un espacio de formación de profesionales procedentes de diversas disciplinas de Ciencias Sociales y Humanas (ciencias de la información, literatura, sociología, psicología, filosofía, economía, historia, entre otras), a fin de generar acceso a ámbitos de perfeccionamiento de posgrado centrados en la problemática de la comunicación y la cultura.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La creación de esta Maestría se fundó en el reconocimiento del lugar preponderante adquirido por la comunicación como dimensión estructurante de las sociedades modernas y en la necesidad de cualificar a egresados de las carreras universitarias de comunicación. Con frecuencia, en esas carreras, la formación pragmático-empírica de los comunicadores sociales se articula conflictivamente con el desarrollo de un pensamiento sistemático y crítico en torno

a los hechos comunicativos. Esa irresuelta pero necesaria vinculación se torna más compleja en tanto la comprensión de los problemas comunicativos requiere del concurso de diversas disciplinas. Además, debido al carácter estratégico que la comunicación tiene en las sociedades contemporáneas, la Maestría se orienta a complementar la formación de posgrado de egresados de otras carreras universitarias que requieren la comprensión de los procesos colectivos de producción e intercambio de significaciones.

Desde su creación, la Maestría ha concitado el interés de estudiantes locales y de variadas provincias del país, en su mayor parte docentes universitarios. Dentro del CEA, su actividad académica –que ha incluido realización de jornadas y seminarios complementarios, la producción de materiales para la revista Estudios, el desarrollo de proyectos y programas de investigación, la promoción de becarios de organismos científicos varios- ha permitido que el Centro sea reconocido, en la actualidad, como una de las instituciones de referencia en los estudios de comunicación nacionales e internacionales, como lo atestiguan la requerida participación y el valorado desempeño de autoridades, docentes y egresados, en asociaciones de docencia e investigación (Fadeccos, FELAFACS, ALAIC, entre otras).

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Constituir un espacio académico de excelencia para el desarrollo de conocimientos teóricos que permitan perfeccionar la comprensión del papel estructurante de la comunicación y la cultura en la sociedad moderna, contribuyendo a desmontar los actuales mapas de poder mediático y del diseño de caminos hacia una acción transformadora y de subversión de asimetrías.
- Formar investigadores/as que estén en condiciones de analizar los sistemas y prácticas comunicativas en su estrecha relación con la organización de las sociedades de las que forman parte.
- Contribuir a satisfacer la necesidad de formación de posgrado en el campo de los estudios de comunicación que, entre otros fines, tienda a perfeccionar la enseñanza de grado que se desarrolla en numerosas escuelas y facultades de la región y permita profundizar el conocimiento del campo para quienes proceden de otras disciplinas relacionadas a las Ciencias Sociales y a las Humanidades.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Las y los egresados de la Maestría de Comunicación y Cultura Contemporánea estará en condiciones de:

- Contribuir a la elaboración de teorías que permitan comprender la sociedad actual teniendo en cuenta el carácter estructurante que han ido adquiriendo en ella las tecnologías y prácticas comunicativas.
- Investigar la articulación existente entre los hechos comunicativos y los procesos políticos, sociales, educativos y culturales que caracterizan a las sociedades modernas.
- Intervenir, desde sus competencias conceptuales y metodológicas específicas en el análisis, evaluación y formulación de políticas y el diseño de estrategias comunicativas desarrolladas a distintos niveles (estatales, empresariales, globales, regionales, locales).
- Evaluar y diseñar programas académicos de formación en comunicación.

21. CARRERA: Maestría en Comunicación (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Entre Ríos

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Se propone como un ámbito de formación y especialización cuya propuesta se organiza en dos años de cursado con un plan de estudios distribuido en tres grandes módulos: módulo epistémico-metodológico, módulo de profundización disciplinar y un módulo de materias electivas.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La creación de esta Maestría Académica encuentra su justificación en la trayectoria institucional de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos que, desde hace tres décadas, incluye en su propuesta académica de grado una Licenciatura en Comunicación Social. Teniendo en cuenta la importancia de este antecedente se visualiza la necesidad de dar respuestas desde la formación de posgrado a un área de vacancia en la provincia y en la región.

Asimismo, en los últimos años ha habido un crecimiento sostenido de graduados de la carrera de Comunicación Social, tanto de la UNER como de otras universidades privadas en la región, lo que evidencia la pertinencia de la creación de una carrera de posgrado que responda de manera específica y concreta a las demandas de los profesionales de la Comunicación.

Por otra parte, la reciente sanción de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26.522) instala un nuevo escenario en el que los profesionales de la Comunicación tienen posibilidad de ocupar un lugar protagónico participando en proyectos comunicacionales promovidos desde las Políticas Públicas de Comunicación. Una sólida formación académica de posgrado, que promueva una mirada crítica y una sólida profundización teórica y metodológica, se presenta como un requerimiento indispensable frente a los desafíos que presenta este nuevo contexto.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría apunta a una sólida formación académica de profesionales de la Comunicación, calificados y capacitados, críticos y reflexivos, con compromiso social, que aporten críticamente al desarrollo científico y al conocimiento en el campo de los Estudios en Comunicación, con una mirada que les permita el abordaje de la complejidad del campo para

incidir de manera efectiva y creativa en la solución de problemáticas neurálgicas que atraviesan y organizan los escenarios comunicacionales en las sociedades actuales para así contribuir al desarrollo regional y nacional.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Apunta a una sólida formación académica de profesionales de la Comunicación críticos y reflexivos, con una mirada que les permita el abordaje de la complejidad del campo y que sean capaces de:
 - Acreditar un manejo fundamentado de aspectos teóricos y metodológicos específicos del área de especialidad.
 - Formular, implementar y dirigir proyectos y programas de investigación en el campo de los Estudios Comunicacionales desde perspectivas multidisciplinarias.
 - Diseñar, implementar y evaluar políticas comunicacionales a nivel nacional y regional.
 - Participar en el diseño, implementación y evaluación de propuestas curriculares vinculadas al campo, en el marco de equipos multidisciplinarios.

22. CARRERA: Maestría en Interculturalidad y Comunicación (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de General Sarmiento

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La Maestría en Interculturalidad y Comunicación surge directamente vinculada con la relevancia creciente que han adquirido los procesos interculturales en nuestras sociedades. La problemática intercultural se manifiesta a través de múltiples cruces y articulaciones entre las culturas globales y locales. En las sociedades latinoamericanas estos procesos culturales adquieren un alto grado de complejidad y tienen características propias. Esto se agudiza en el marco de la relevancia de los procesos de comunicación que adquieren una nueva dimensión a partir de las transformaciones que generan las nuevas tecnologías y la profundización de las disputas de poder en el marco de los medios masivos. En consecuencia, aparece como necesaria una perspectiva que articule críticamente ambas problemáticas desde una perspectiva latinoamericana.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La propuesta de creación de la Maestría en Interculturalidad y Comunicación surge directamente vinculada con la relevancia que ha adquirido en los últimos tiempos la temática de la interculturalidad en relación con las manifestaciones socio-culturales de nuestra sociedad, muy especialmente con respecto a los procesos de comunicación y prácticas comunicativas. Procesos que explicitan la relevancia del reconocimiento de la heterogeneidad y diversidad cultural que se manifiesta muy especialmente en la trama socio-cultural del Conurbano Bonaerense. Se trata del conglomerado urbano más importante del país que tiene una enorme heterogeneidad poblacional y la presencia de fuertes corrientes migratorias en donde coexisten matrices culturales, lenguajes, prácticas sociales y simbólicas diversas como en la presencia permanente de tensiones y conflictos e instancias de discriminación y exclusión social. Estas situaciones han incrementado la preocupación en la UNGS por generar espacios de reflexión, ámbitos de estudio y de investigación sobre dichos temas y problemas. Así se llevaron a cabo seminarios, cursos, encuentros y jornadas (como los de Diversidad Cultural e Interculturalidad o el Encuentro Internacional de Filosofía Intercultural) a la vez que las temáticas constituyeron un aspecto relevante en distintos espacios disciplinarios en vinculación directa con la cultura y la comunicación desarrolladas en el ámbito del IDH y de la UNGS en general. La reflexión en torno a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual brindó también un ámbito propicio para alentar la realización de una propuesta de posgrado. Además de las Licenciaturas en Comunicación y en Cultura y

Lenguajes Artísticos de la UNGS, se ha creado un programa de investigación sobre “Cultura/Culturas” en la que la temática de la diversidad cultural y la interculturalidad ocupan un lugar relevante.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La Maestría en Interculturalidad y Comunicación tiene como propósito general consolidar y profundizar un campo académico de formación e investigación interdisciplinar en el que se integren desde una perspectiva intercultural diversos aspectos de las problemáticas culturales y de comunicación. La propuesta de formación en posgrado se orienta hacia la formación de profesionales capaces de articular una perspectiva intercultural e interdisciplinar para llevarla a la práctica en situaciones socioculturales y comunicativas en la sociedad contemporánea.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría en Interculturalidad y Comunicación tiene como objetivo contribuir a la formación de un profesional en condiciones de: profundizar el conocimiento de la problemática de la interculturalidad y la comunicación en general pero con una perspectiva latinoamericana que permita dar cuenta especialmente de la singularidad de los fenómenos tanto a nivel local como regional; abordar la complejidad de los procesos interculturales y de comunicación a través de un enfoque interdisciplinario; y llevar a cabo procesos de investigación y análisis que contribuyan a la elaboración de propuestas interculturales y comunicativas en distintos espacios institucionales y organizacionales de la sociedad.

La Maestría tiene como propósito la formación de un egresado capacitado para abordar en los distintos ámbitos socio-culturales un planteo intercultural y comunicativo enmarcado en la realidad latinoamericana, lo que le permitirá actuar dentro del ámbito académico, tanto en la investigación como en la docencia.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Se plantea un perfil de egreso académico en el que la formación teórico metodológica permita el desarrollo de investigaciones y de análisis que contribuyan al conocimiento y la comprensión de la complejidad sociocultural de la sociedad actual.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El egresado será un profesional dispuesto a conocer y comprender la peculiaridad de los espacios significativos presentes en la trama social y la multiplicidad de cruces e intersticios

en que se explicita la complejidad de la hibridación cultural. Estará en condiciones de: investigar procesos comunicativos en una perspectiva intercultural; producir conocimientos y generar habilidades para el desarrollo de experiencias educativas que contribuyan al campo de la educación intercultural; asesorar en la elaboración de diagnósticos, en la planificación y en el desarrollo de proyectos interculturales que aborden fenómenos comunicativos y socio-culturales; interactuar dialógicamente con la diversidad de sujetos, grupos y organizaciones que expresan la heterogeneidad y exclusión socio-cultural; contribuir al desarrollo de experiencias interculturales.

23. CARRERA: Maestría en Comunicación, Cultura y Discursos Mediáticos (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Matanza

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría en Comunicación, Cultura y Discursos Mediáticos consiste en retomar, ampliar y diversificar los campos de saber en los cuales el alumno se ha iniciado durante su formación en el grado o para que graduados de otras disciplinas afines puedan aprovecharlos a propósito del vínculo particular entre el proceso comunicativo, la cultura –en su sentido más amplio, antropológico- y el sistema social. Eso supone, asimismo, una mayor sistematización de conocimientos y una rigurosa actualización de los mismos, que redunden en mayores aptitudes y eficiencia para su desempeño laboral. Los objetivos del plan y la bibliografía más reciente tienden, pues, a encaminarlo hacia un mejor proceso de aprendizaje y de equipamiento tanto intelectual como profesional.

Pero no sólo se trata de avanzar sobre zonas en las cuales los egresados de las carreras de comunicación y de otras disciplinas afines dentro de las ciencias sociales tienen ya cierto conocimiento y cierta práctica, sino también de iniciarlos en otras que no fueron cubiertas por la currícula de grado. Es el caso de los diversos enfoques (filosófico, sociológico, antropológico, etc.) de la comunicación y de la cultura; del análisis del discurso en general y de los discursos mediáticos en particular; de las relaciones entre el arte, su circulación y su consumo en el contexto social; de los cortocircuitos e hibridaciones entre la “alta” cultura y la “cultura popular”; de las aplicaciones de la semiótica a diversas prácticas, entre otros.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La Maestría en Comunicación ofrece a los maestrandos una formación de refuerzo y ampliación de conocimientos. Actualiza y problematiza de manera teórico-práctica tópicos relativos a la teoría de la comunicación y procesos socioculturales, las innovaciones tecnológicas más recientes, las comunicaciones lingüísticas y no lingüísticas en el contexto latinoamericano, la cuestión de las minorías y mayorías frente al consumo y el capital cultural, las relaciones entre arte, cultura y sociedad.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Los principales objetivos del programa son dotar al cursante de una complementación académica y profesional de sus estudios de grado, que le permita alcanzar el más alto grado posible de especialización en ciertas competencias teóricas y prácticas que faciliten su

inserción laboral. Los tres ejes de tales objetivos son la comunicación, la cultura y los discursos mediáticos mencionados en el título de la Maestría. Lo cual supone una perspectiva transdisciplinaria donde la teoría de la comunicación, la antropología social y cultural y los abordajes sociosemióticos y semióticoculturales de los discursos artísticos, del espectáculo y mediáticos tengan un papel protagónico.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El egresado contará con un bagaje teórico y práctico que le permita insertarse de manera crítica en diversas actividades de la tarea comunicativa y periodística en un sentido amplio. Los conocimientos teóricos que se le brindarán en el primer ciclo tendrá oportunidad de llevarlos a diversos campos concretos de aplicación en el segundo, que le brindará nuevas y mejores herramientas para el periodismo gráfico, radial, televisivo, etc. Es decir que el aprendizaje o perfeccionamientos de nuevas tecnologías irá acompañado de una actualización teórica en materia social, filosófica, semiótica, comunicativa. A eso se le sumará la capacitación general en análisis del discurso, que luego se encauza hacia los múltiples tipos y niveles discursivos con que operan los medios en la actualidad. No es nuestra meta formar periodistas deportivos, para lo cual existen ya muchas instituciones en funcionamiento, sino un comunicador diestro en el conocimiento y la crítica de la actualidad político-social, de las artes, del espectáculo, de la producción filmica y televisiva, pero, además, con un perfil orientado sobre todo al campo de la sociedad y de la cultura en los países latinoamericanos, y en especial del MERCOSUR, hoy día.

24. CARRERA: Maestría en Comunicación y Derechos Humanos (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría en Comunicación y Derechos Humanos tiene entre sus premisas fundamentales, brindar un panorama definido sobre teorías y prácticas en DDHH, relacionadas con las Ciencias Sociales en general y las experiencias profesionales y concretas, desde una perspectiva comunicacional. Su objetivo principal es la síntesis entre el desarrollo de un campo laboral y la constitución de una línea epistemológica que recupere la profusa experiencia y la complejidad crítico-analítica con que la Comunicación ha oficiado de base para la definición, la indagación, la producción de conocimiento, la defensa, la profundización de su ejercicio y la promoción de los Derechos Humanos individuales y sociales.

Se parte de la base del conocimiento de los elementos históricos, así como también de los nuevos abordajes teóricos de los DDHH en todos los ámbitos de reflexión, práctica y reconocimiento, nacional, regional, e internacional, para poder relacionarlos y aplicarlos en el campo teórico-práctico de la comunicación. Se propone, asimismo, constituir diversos focos de investigación que vinculen las condiciones históricas de los debates sobre derechos humanos con las prácticas organizativas y comunicacionales de los movimientos políticos que han luchado contra la impunidad y por la habilitación colectiva no sólo del ejercicio de derechos sino también en su ampliación e intensificación.

Al mismo tiempo, la Maestría se propone la formación de profesionales con herramientas críticas para indagar los espacios y prácticas socioculturales, y construir narrativas que interpelen, e incluyan, a diferentes interlocutores en las discusiones acerca de los Derechos Humanos en los entramados sociales contemporáneos.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Construir un espacio de excelencia y referencia académica, para la formación y consolidación de diversos actores sociales preocupados por las problemáticas del campo de la Comunicación y los DD HH.
- Contribuir a la formación de profesionales con herramientas críticas y capacidades para construir narrativas que colaboren en la visibilización y lucha por el cumplimiento de los DDHH.

- Colaborar con la formación de profesionales con herramientas para la planificación y puesta en marcha de proyectos en Comunicación y DDHH, desde las políticas públicas y la sociedad civil.
- Historizar la problemática de las violaciones a los DDHH, desde perspectivas comunicacionales, en la contemporaneidad y el pasado de nuestro país y Latinoamérica.
- Caracterizar la relación –interrelación necesaria- entre el campo de las Ciencias Sociales, la Comunicación y los Derechos Humanos.
- Desarrollar el conocimiento de la normativa jurídico política en comunicación y DDHH, sus posibles articulaciones y su relación con los antecedentes históricos y las propuestas prospectivas específicas sobre el tema.
- Actualizar, de modo constante, la indagación sobre las prácticas emergentes de construcción de diferencias culturales y discriminación en los entramados sociales contemporáneos, desde una perspectiva comunicacional.
- Desarrollar, y actualizar de modo dinámico, un mapa comunicacional que permita comprender las múltiples y diferentes formas de discriminación y demás violaciones a los DDHH, como modos de violación a los derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales.
- Evaluar el desarrollo histórico, cultural y político de los medios de comunicación en todas las prácticas y problemáticas mencionadas en los objetivos precedentes.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Comprender de modo complejo, desde una perspectiva comunicacional, los fenómenos de la Comunicación y los Derechos Humanos.
- Profundizar, mejorar y optimizar el abordaje de los temas ejes de la práctica profesional concreta y el campo teórico de la relación entre la comunicación y los Derechos Humanos.
- Profundizar, mejorar y optimizar la investigación, planificación, desarrollo y gestión de la comunicación y los Derechos Humanos en diferentes medios de comunicación, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.
- Analizar las luchas por los derechos humanos y su articulación con debates e investigaciones sobre desigualdad, segregación y marginación.
- Profundizar, mejorar y optimizar el análisis sistemático de los problemas de la comunicación y los derechos humanos en la sociedad actual.

- Profundizar la utilización de metodologías que organicen adecuadamente las respuestas que apunten a la problematización de los problemas propios de la práctica de la Comunicación y los Derechos Humanos.
- Optimizar el uso de recursos de lenguajes y de medios para comunicar, de manera eficiente, sus propuestas a distintos sectores sociales involucrados en situaciones y problemas propios relacionados con los Derechos Humanos.
- Incorporar herramientas críticas y capacidades para construir narrativas que colaboren en la visibilización y lucha por el cumplimiento de los DDHH.
- Indagar compleja y críticamente las prácticas emergentes de construcción de diferencias culturales y discriminación en los entramados sociales contemporáneos.

25. CARRERA: Maestría en Periodismo y Medios de Comunicación (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Es la primera carrera de posgrado del país que plantea una respuesta a las demandas existentes en el plano de la investigación y el desarrollo de los procesos vinculados con la planificación y gestión de medios. La propuesta profundiza en las temáticas que estructuran la práctica y el ejercicio profesional del periodismo.

La Maestría brinda nociones, perspectivas y estrategias para leer y acceder a los procesos mediáticos orientando a las mismas prácticas y saberes que en los medios circulan y se producen en su carácter de intermediadores de la política y la cultura.

Gestionar procesos comunicacionales y mediáticos es aprender a mirar desde la comunicación para diseñar estrategias de acción sobre diferentes problemáticas o realidades sociales, donde la configuración del lugar de los medios, y el periodismo se vincula con el desarrollo del Estado y políticas públicas además de la configuración de elementos productivos específicos.

Cabe mencionar que esta Maestría se inscribe en una facultad que problematiza el campo que adquiere estatuto académico en perspectivas como la de comunicación y cambio social, comunicación y desarrollo, comunicación y educación popular, comunicación pública y comunitaria, entre otros. Es así como, la propuesta académica de la carrera se sustenta en la transformación de las condiciones reales de existencia del periodismo y los medios de comunicación en su conjunto.

El desafío de la carrera es poner en diálogo el conjunto de prácticas y saberes construidos históricamente en el campo del periodismo y la comunicación con la actual situación, las necesidades, demandas y posibilidades del campo de estudio.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El Proyecto de Maestría en Periodismo y Medios de Comunicación surge como resultado de la reflexión, el análisis y el trabajo conjunto de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata y la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires, entidades que junto a otras instituciones, especialistas y docentes de la Argentina y América Latina, vienen compartiendo la preocupación, el compromiso y la responsabilidad de generar herramientas académicas perdurables, que coadyuven a sistematizar experiencias y a crear un instrumento que promueva y potencie el abordaje científico y la capacitación en el campo del periodismo y los medios de comunicación.

La Maestría contribuye a profundizar y optimizar, tanto en la Argentina como en otros países de América Latina, la labor de profesionales e investigadores que puedan trabajar, con recursos científicos y capacidad de intervención, en las situaciones y problemas que se suscitan en las diferentes prácticas sociales vinculadas a la planificación, desarrollo y gestión de la práctica del periodismo.

En las últimas décadas, el campo del periodismo y los medios de comunicación se fueron integrando paulatinamente como uno de los ejes fundamentales del desarrollo socio cultural de la comunidad. Sin embargo, las universidades no siempre tuvieron en cuenta ese factor a la hora de implementar políticas educativas, desarrollos curriculares y líneas de investigación destinadas a formar profesionales. La Maestría busca formar profesionales orientados a cubrir parte de esas necesidades y, a la vez, convertirse en un punto de referencia en el país y en el extranjero por sus investigaciones, su producción intelectual y sus aportes a la solución de problemas.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Actualizar, profundizar y perfeccionar la capacitación de profesionales para desarrollar, gestionar, investigar y planificar el periodismo en diferentes medios y prácticas sociales, en instituciones públicas y privadas, tomando en cuenta los lenguajes propios de cada medio, diseñando e implementando investigaciones que contribuyan a la producción de saber en el campo, ampliando y definiendo, al mismo tiempo, los alcances epistemológicos de los estudios de la especialidad.

En este sentido se alienta a generar, promover, desarrollar y profundizar procesos de apropiación de los recursos de cada lenguaje, de conceptos y metodologías básicos para el análisis y la comprensión de los procesos económicos, políticos, sociales y culturales de la sociedad contemporánea, gestionar estrategias para profundizar la investigación, desarrollar estrategias y actividades de investigación que contribuyan a la producción y consolidación de saberes en el campo del periodismo y los procesos comunicacionales.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Los egresados de la Maestría en Periodismo y Medios de Comunicación podrán profundizar, mejorar y optimizar:

- El abordaje de los temas ejes de la práctica profesional del periodismo y los medios de comunicación a partir de una actualización académica continua.
- La investigación, planificación, desarrollo y gestión del periodismo en diferentes medios de comunicación, tanto en instituciones públicas como privadas y comunitarias.
- El análisis sistemático de los problemas del periodismo y los medios de comunicación en la sociedad actual.
- La utilización de metodologías que organicen adecuadamente las respuestas que apunten a la resolución de los problemas propios de la práctica del periodismo.
- El uso de recursos de lenguajes y de medios para comunicar, de manera eficiente, sus propuestas a distintos sectores sociales involucrados en situaciones y problemas propios del periodismo y los medios de comunicación.

26. CARRERA: Maestría en Comunicación y Criminología Mediática (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La Maestría en Comunicación y Criminología Mediática propone constituirse como un espacio de formación, reflexión e investigación respecto del fenómeno que involucra a la comunicación en el proceso de expansión del poder punitivo. El eje que articula su propuesta curricular, las instancias de debate que promueve y las prácticas de investigación que contempla, es aquel que da cuenta de la historia, los contextos y los mecanismos que posibilitan un proceso de criminalización creciente, atendiendo a la dimensión comunicacional y de derechos humanos respecto del problema. Como dijimos “la complejidad de los fenómenos sociales y los actores que intervienen en los mismos ha alcanzado un nivel de desarrollo acorde al actual momento capitalista global de los servicios, las tecnologías y la comunicación. Y es precisamente esta última una de las determinantes en la construcción del actual imaginario social a través de los medios masivos de comunicación” En tal sentido, la reflexión respecto de dicho problema no se agota en una exploración historiográfica o en la deconstrucción teórica de los discursos mediante los cuales la Criminología Mediática opera en los actores de la comunicación masiva, sino que en su horizonte proyecta arriesgarse a la producción de nuevos saberes y nuevas prácticas posibles para un hacer más inclusivo y democrático al derecho y al periodismo.

La hondura de dicho objetivo encuentra su razón en la dimensión comunicacional de esta temática. La compleja trama histórica que ha terminado por racionalizar y justificar la necesidad de punir involucra actores sociales múltiples que aún hoy participan en la institucionalización del castigo. La Comunicación Social interviene fuertemente en la actualización de un sistema que expulsa, estigmatiza y aprisiona sujetos en masa. La presente Maestría, desde una mirada crítica, apuesta al enriquecimiento de la capacitación en relación a este tema, cual es la comunicación en su relación con la criminología, entendiendo que la Universidad pública no deja nunca de ser un territorio de sentidos en disputa, en el cual es posible y necesario acentuar la formación de sus actores hacia un espíritu crítico, democrático, inclusivo. Al mismo tiempo esta maestría apuesta a la producción de un conocimiento que aporte nuevos saberes al abolicionismo de la cultura represiva.

En la estructuración de la currícula es preciso tener en cuenta no sólo el perfil del ingresante de la maestría, que contempla una gran diversidad de procedencias disciplinares, sino también el perfil de graduado. Por un lado, la Maestría propone un recorrido centrado en la

investigación académica, de allí la oferta contundente de talleres y seminarios tanto teóricos como metodológicos y epistemológicos. En este sentido se da una continuidad a la tradición de investigación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, que históricamente ha tenido un fuerte anclaje en los Estudios Culturales.

Por otra parte, se propone un recorrido ligado al diseño, planificación y gestión de políticas públicas, cual es la política criminal. Una posible estructuración del recorrido estará ligada al perfil que integra problemáticas asociadas a la teoría del Estado, el poder punitivo como control social, la historia política y las Políticas Públicas.

Un tercer eje está comprendido por aquellos maestrando que provienen o proyectan insertarse en prácticas comunicacionales ligadas a los medios de comunicación: periodistas, productores, gestores, etc. Para este perfil se propone un recorrido que, además de las discusiones teóricas propias del campo, habilite la formación en prácticas de una criminología de los derechos humanos la que descarta de plano el llamado “periodismo policial”.

Se trata de recorridos sugeridos, atravesados por una oferta que reconozca procedencias e intereses diversos, que proyecte espacios heterogéneos de inscripción y que a la vez proponga una formación a todos los maestrandos desde una perspectiva teórica-metodología común que tienda a nivelar los recorridos.

La Maestría se articula en diálogo con otras propuestas de posgrado de la Facultad, fundamentalmente y tal como se ha mencionado, con la Maestría en Comunicación y Derechos Humanos, desde su concepción político académica, pero también en el plano formal, compartiendo seminarios optativos. Este aspecto revela algo que ya está sugerido pero que es necesario destacar en tanto define la propuesta de la Maestría y a partir de la cual cobra sentido, ligada a la constitución del campo de la comunicación como un campo transdisciplinar, postdisciplinar o no disciplinar, que ha sido su marca de origen.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría en Comunicación y Criminología Mediática propone constituirse como un espacio de formación y reflexión respecto del fenómeno que involucra a la comunicación en el proceso de expansión del poder punitivo. El eje que articula su propuesta curricular, las instancias de debate que promueve y las prácticas de investigación que contempla, es aquel que da cuenta de la historia, los contextos y los mecanismos mediante los cuales la Comunicación se constituye en una herramienta puesta al servicio de un proceso de criminalización creciente. La complejidad de los fenómenos sociales y los actores que intervienen en los mismos ha alcanzado un nivel de desarrollo acorde al actual momento

capitalista global de los servicios, las tecnologías y la comunicación. Y es precisamente esta última una de las determinantes en la construcción del actual imaginario social a través de los medios masivos de comunicación. En tal sentido, la reflexión respecto de dicho problema no se agota en una exploración historiográfica o en la deconstrucción teórica de los discursos mediante los cuales la Criminología Mediática opera en los actores de la comunicación masiva, sino que en su horizonte proyecta arriesgarse a la producción de nuevos saberes y nuevas prácticas posibles para un hacer más inclusivo y democrático el derecho y el periodismo.

La propuesta emerge de toda la trayectoria institucional de la FPyCS de la UNLP y que en el campo específico es producto de un diálogo entre la comunicación y la criminología a lo largo del tiempo en diversos estudios y prácticas llevados adelante por esta unidad académica.

La Maestría en Comunicación y Criminología Mediática surge ante la vacancia de un abordaje comunicacional del fenómeno criminológico, entendido éste como la construcción social de la realidad criminal y la instalación, a través de los medios masivos de comunicación, de una criminalidad encarnada en un “enemigo” de época. Estos estudios enmarcados en el campo de la comunicación buscan problematizar una criminología paralela a la académica, “la criminología mediática”, sobre la que se montan decisiones políticas de corte punitivo, promotoras de verdaderos Estados-gendarmes, una de cuyas principales consecuencias es la destrucción de la dignidad humana. La FPyCS de la UNLP ha incursionado en esta problemática a través del seminario interdisciplinario "Comunicación y Criminología" y el de posgrado "Criminología y medios masivos de Comunicación", entre otros. Así también la ejecución de un importante número de proyectos de extensión universitaria en el campo específico que propiciaron la realización de investigaciones, tesis de grado y publicaciones académicas; la creación del Observatorio de Jóvenes y el de Comunicación y Criminología; realización y participación en Congresos, encuentros y jornadas; creación de la secretaria de DDHH; convenios con Ministerio de Justicia y Organizaciones Sociales; etc. Es así que, esta maestría pretende convertirse en un ámbito de investigación, reflexión crítica y formación de postgrado orientada a la problematización del campo de la comunicación y la criminología.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Impulsar la formación de profesionales altamente calificados en la problemática que involucra a los medios masivos de comunicación en los procesos de criminalización y expansión del poder punitivo.
- Contribuir al campo de Comunicación y Criminología Mediática, sentando un precedente institucional para el estudio e investigación de los temas involucrados en dicha área.
- Producir un conocimiento científico respecto del problema de la criminalización desde una perspectiva comunicacional, a fin de articular posibles respuestas inclusivas y democratizantes por parte de las disciplinas involucradas en el mismo para el diseño de políticas públicas.
- Generar, a través de una formación interdisciplinar, procesos de investigación provenientes de los contextos de crisis y complejidad y de las prácticas sociales en el campo de la comunicación y criminología.
- Promover procesos de investigación que aporten a la desarticulación de los discursos del poder y sentidos que participan de la Criminología mediática.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El Programa de esta Maestría propone a sus participantes una formación académica integral en el campo de la Comunicación y Criminología Mediática que permita: por un lado, entender la complejidad del fenómeno de la cuestión criminal en el que se ven involucrados los medios masivos de comunicación y, por el otro, aportar a la construcción de una comunicación cauteladora y reparadora en consonancia con una criminología cauteladora. Bajo los lineamientos expuestos en el perfil de la carrera, se pretende que los egresados se formen como investigadores que sean capaces de realizar, en base a criterios de excelencia y creatividad, labores de producción y transmisión de conocimiento que aporten significativamente al proceso de transformación social, al mismo tiempo que deconstruyan la matriz que sostiene el discurso criminológico mediático en la actualidad. De este modo, se espera que los egresados de la Maestría logren producir conocimiento en torno a la problematización y el análisis del fenómeno de la Criminología Mediática en el campo de la comunicación y la criminología; Desarrollar saberes y prácticas necesarios para el trabajo interdisciplinario, con el fin de abordar la problemática de la Criminología Mediática desde la interrelación de miradas académicas múltiples y diversas. Comprender de modo complejo,

desde una perspectiva comunicacional, los fenómenos de la Comunicación y la criminología mediática.

27. CARRERA: Maestría en Comunicación y Educación (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Pone énfasis en la compleja relación entre comunicación/educación mediante la transversalidad de lo cultural y lo político y de la investigación articulada con procesos de transformación.

La carrera ofrece un espacio de formación teórica, que aborda la comprensión de las prácticas y la producción de los saberes desde una perspectiva crítica.

Fue creada por el prof. Jorge Huergo en el 2013 como una respuesta posible a las demandas existentes de profundización de una línea de abordaje de comunicación/educación. Éstas provienen de la investigación, la docencia, la extensión y otras prácticas profesionales. Como tal, es un espacio que pretende provocar un crecimiento en cuanto a la articulación entre un proceso formativo de posgrado, un desarrollo de la investigación en el campo interdisciplinar y un espacio de producción de saberes y prácticas en él.

Para lograrlo, la Maestría pretende ser un espacio de formación teórica y de comprensión de prácticas y producción de saberes, cuyo eje articulador lo constituya la investigación en comunicación y educación, con una perspectiva crítica y transformadora.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría en Comunicación y Educación es una propuesta académica que nace como síntesis de una serie de trayectorias institucionales de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, y pretende ser un hito en el crecimiento cualitativo del campo académico de comunicación/educación. Como tal, busca abrir un espacio de formación de posgrado e investigación que profundice la identidad y las aportaciones a ese campo por parte del área de comunicación/educación de la UNLP.

El Programa de Maestría intenta recoger casi veinte años de trabajo del Centro de Comunicación y Educación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata y, luego, de los Programas de Investigación en Comunicación y Cultura y en Comunicación y Educación. En este sentido, la línea de trabajo desarrollada en ese ámbito ha adquirido un perfil propio e identificable en América Latina.

El Centro de Comunicación/Educación ha contribuido significativamente al desarrollo del campo académico a través de un permanente trabajo de articulación entre la docencia, la investigación y la extensión a la comunidad. En su marco se han desarrollado experiencias

tanto en las instituciones educativas, en organizaciones sociales, en ámbitos socioculturales rurales y aborígenes, en espacios culturales y políticos urbanos, como en la producción de la revista virtual Nodos de Comunicación/Educación, donde se intenta presentar y poner en discusión los alcances de aquel desarrollo. Esto ha producido un fuerte reconocimiento del Centro en América Latina.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

- Actualizar y profundizar la formación profesional para comprender la compleja relación entre comunicación/educación, a través de la transversalidad de lo cultural y lo político.
- Generar, a través de una formación interdisciplinar, procesos de investigación provenientes de los contextos de crisis y complejidad y de las prácticas sociales en el campo de la comunicación y educación.
- Desarrollar metodologías de intervención en los diferentes espacios sociales del campo de la comunicación y educación, tendientes a la construcción de alternativas transformadoras.
- Articular, en el proceso de formación y en los posicionamientos profesionales, los procesos de intervención con los de investigación en comunicación y educación.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- El desarrollo de una experiencia educativa de enseñanza-aprendizaje-investigación-producción-gestión que contenga la realidad de los participantes, los asuma como personas y como profesionales, generando con ellos y como parte del mismo proceso una experiencia de comunicación
- La integración crítica y transformadora entre las perspectivas teóricas, las prácticas y producciones en diferentes espacios y el desarrollo de la investigación
- La apertura permanente de espacios dialógicos de enseñanza y aprendizaje, donde las subjetividades sean actores centrales de las prácticas comunes y donde esas prácticas contribuyan a la formación subjetiva
- La construcción de un proceso de complejidad creciente que permita, con la orientación de los distintos agentes educativos involucrados, abordar y definir paulatinamente el objeto de la investigación como contribución a la construcción del campo de comunicación y educación.

La Maestría se orienta hacia la concreción de esos criterios, donde los procesos formativos van más allá del Plan de Estudios en sí, para desarrollarse como procesos de reflexión sobre la perspectiva y las prácticas globales que propone la Maestría.

En su perspectiva metodológica, la propuesta pretende articular la reflexión teórica con el desarrollo de prácticas de intervención en diferentes espacios de comunicación/educación. Desde la vivencia en esa articulación de la complejidad y la conflictividad político-cultural en aquellos espacios, es desde donde surgen los problemas de investigación. La elaboración de la Tesis, por tanto, es un producto de ese camino.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La Maestría pretende responder a demandas vinculadas al campo de diferentes prácticas sociales y profesionales que se desarrollan en múltiples ámbitos, institucionales o no. Entre ellas, los procesos de planificación y gestión de comunicación y educación en el sector público y en el sector privado; el diseño y desarrollo de políticas culturales en comunicación/educación; el trabajo de organismos no gubernamentales que enfocan esta temática; las prácticas de diferentes medios, pero en particular los medios comunitarios y populares (en especial las radios populares, comunitarias y ciudadanas); las prácticas de diferentes movimientos de la sociedad civil; la gestión de organismos de intervención en ámbitos urbanos y rurales; también las instituciones educativas escolares, pero prestando atención a sus conflictivas de comunicación y en especial a su articulación con otros espacios de la sociedad civil.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Se propone una experiencia educativa que logre integrar los abordajes teóricos, con las prácticas y producciones en diferentes espacios, con los procesos de investigación en el campo de comunicación y educación. Se espera que los egresados de la Maestría logren:

- Producir conocimientos a partir del reconocimiento, problematización e intervención sistemática en espacios institucionales educativos, mediático-tecnológicos y sociocomunitarios de comunicación y educación.
- Profundizar y optimizar el abordaje de diferentes temas eje de la práctica profesional y del contexto general del campo de comunicación y educación;
- Poseer capacidades para la investigación, la planificación y gestión de la intervención, el análisis sistemático y la reflexión crítica de diferentes procesos, prácticas y problemáticas propias del campo de comunicación y educación.

- Utilizar los elementos teóricos y metodológicos necesarios para la intervención y la participación en la organización adecuada de resolución de problemas de la práctica y en el diseño y desarrollo de políticas culturales críticas y transformadoras en los espacios de comunicación y educación.
- Desarrollar los saberes y prácticas para participar en ámbitos de trabajo en equipo interdisciplinarios, con el fin de abordar las problemáticas, las conflictivas y las construcciones analíticas desde una perspectiva compleja.
- Optimizar destrezas en el uso de lenguajes y medios de comunicación educativa para comunicar eficientemente sus propuestas a diferentes sectores sociales involucrados en situaciones y problemas del campo.

28. CARRERA: Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Esta Maestría se inscribe en el campo de estudios del cambio social, la Comunicación Popular y la pedagogía para el desarrollo. Responde a la necesidad de formar Comunicadores que en base a objetivos político-culturales puedan diseñar, planificar y gestionar procesos de comunicación. Se propone pensar a las Ciencias de la Comunicación como un campo de conocimiento democrático y emancipatorio, entendiendo a las prácticas teóricas del desarrollo académico como una acción política, que supere la instancia de la lectura para convertirse en perspectiva orientativa de personas y organizaciones.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales (Plangesco) es una propuesta académica y de investigación inserta en el nivel de posgrado. Surge como respuesta a demandas existentes en los ámbitos de la planificación y gestión de proyectos y procesos de comunicación, en los cuales, en muchos casos, los profesionales reconocen el deseo de generar nuevas propuestas de mejoramiento de los problemas de comunicación que se le plantean y de desarrollar una gestión más eficaz de las iniciativas, los proyectos y los procesos de comunicación donde están insertos. En este sentido La Maestría intenta responder simultáneamente a tres desafíos:

- a) un desafío científico y epistemológico basado en la no disociación entre teoría y práctica, entre sujeto investigador y objeto de estudio;
- b) un desafío comunicacional para reconocer la comunicación más allá de sus instrumentos, más allá de las tecnologías, más allá de los medios pero, al mismo tiempo, teniéndolos sumamente en cuenta en sus funcionamientos, en sus efectos y haciendo uso de todos ellos;
- c) un desafío político para entender al comunicador como un gestor de procesos comunicacionales, que interviene en las prácticas sociales, un intelectual comprometido con esas mismas prácticas y con los actores que son sujetos de las mismas.

A su vez, la Maestría es la primera propuesta de Carrera de Postgrado de la FPyCS. Fue fundada en 1996 e impulsada inicialmente en asociación entre una universidad pública y una organización no gubernamental de trayectoria internacional. En el proceso de gestión, la FPyCS se convirtió en la única responsable del sostenimiento y el buen funcionamiento de la carrera.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Objetivo general

Formar profesionales capacitados para investigar, planificar y gestionar la comunicación en diferentes prácticas sociales, en instituciones públicas y privadas Organizaciones Sociales y ONG, tomando en cuenta los procesos comunicacionales propios de las relaciones interpersonales, grupales, intra e interinstitucionales y con la comunidad en general, desarrollando al mismo tiempo investigaciones que contribuyan a la producción de conocimientos en este campo.

Objetivos específicos

- Generar, promover y desarrollar procesos de apropiación de conceptos y metodologías básicos para el análisis y la comprensión de los procesos económicos, políticos, sociales y culturales de la sociedad contemporánea.
- Generar, promover y desarrollar procesos de apropiación de conceptos y metodologías básicos para realizar diagnósticos comunicacionales, planificar y gestionar la comunicación en diferentes prácticas sociales, en instituciones públicas y privadas, Organizaciones Sociales y ONG.
- Generar, promover y desarrollar procesos de apropiación de recursos multimediales tomando en cuenta los actuales desarrollos tecnológicos, sus lenguajes y sus modalidades de relación con los destinatarios.
- Generar, promover y desarrollar procesos de apropiación de conceptos y metodologías de investigación en el campo de la cultura y la comunicación.
- Generar, promover y desarrollar estrategias y actividades de investigación que contribuyan a la producción y consolidación de saberes en el campo de la planificación y gestión de procesos comunicacionales.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Los egresados estarán capacitados para:

- Investigar, planificar y gestionar la comunicación en diferentes prácticas sociales, en instituciones públicas y privadas.

- Analizar sistemáticamente los problemas comunicacionales en la sociedad actual en relación con otras disciplinas.
- Utilizar metodologías para organizar adecuadamente las respuestas que apunten a la resolución de los problemas de comunicación en diferentes prácticas sociales, en instituciones públicas y privadas.
- Trabajar de manera competitiva y cooperativa, con distintos actores sociales involucrados en situaciones y problemas de comunicación.
- Disponer de recursos de lenguaje y de medios para comunicar de manera eficiente sus propuestas a distintos sectores sociales involucrados en situaciones y problemas de comunicacionales.

29. CARRERA: Maestría en Comunicación Digital Audiovisual (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Quilmes

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Se propone como una carrera interdisciplinaria que contemple la formación de graduados de diversas áreas de las ciencias sociales y humanas. De este modo se constituye el desafío de la organización de un plan de estudio flexible pero riguroso que permita al estudiante obtener una formación sólida y a la vez de estrecha vinculación con sus intereses.

Asimismo la carrera se articula a partir de una serie de líneas de trabajo radicadas en diferentes áreas y programas de investigación de la Universidad Nacional de Quilmes que se centran directa o indirectamente en el análisis de diversos aspectos de la realidad social, integrando los aportes teóricos y metodológicos que pueden realizar los profesores/as e investigadores/as de dicha institución.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El enfoque planteado en la Maestría en Comunicación Digital Audiovisual, convoca al campo de la producción audiovisual, la gestión cultural, el análisis y fortalecimiento de las políticas públicas en materia audiovisual en Argentina y Latinoamérica, y diferentes competencias de las dimensiones teóricas, realizativas, estéticas y de investigación, que se intersectan permanentemente en la práctica audiovisual. La Maestría se incluye dentro de un conjunto de iniciativas de formación de pregrado, grado y posgrado, investigación científica, extensión universitaria, gestión y otras actividades académicas que apuntan a dicho campo. Se trata de una propuesta de formación superior que articula con la formación de grado de Licenciatura en Comunicación Social, de pregrado como la Tecnicatura en Gestión de Medios Comunitarios, con Programas y Proyectos de Investigación y Desarrollo vinculados específicamente a la comunicación audiovisual, programas y proyectos de Extensión universitaria con vasta trayectoria de inserción territorial junto a medios de comunicación regionales y organizaciones sociales, el Programa Transversal de Televisión Digital Terrestre, como así también la realización de jornadas académicas sistemáticas que abordan específicamente la comunicación audiovisual, y la formación de posgrado a partir de la Especialización en Comunicación Digital Audiovisual donde la Maestría viene a dar continuidad.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La MCDA tiene como meta principal contribuir a la formación de Magísteres en Comunicación Digital Audiovisual a partir de una sólida formación teórico-práctica, metodológica y multidisciplinaria.

Son objetivos de la MCDA

- Consolidar la formación en Comunicación Digital Audiovisual
- Capacitar en el diseño de políticas públicas y privadas vinculadas al sector audiovisual digital.
- Promover la planificación, gestión y programación periodística de producciones regionales audiovisuales y digitales.
- Establecer criterios y metodologías de análisis para objetos de lenguajes múltiples.
- Promover líneas de investigación, extensión y transferencia que permitirá desarrollar mejoras en la comunicación audiovisual en su conjunto.
- Fomentar la articulación con organizaciones sociales de la comunidad.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Un graduado en la Maestría en Comunicación Digital Audiovisual fortalecerá aptitudes y capacidades para:

- Generar proyectos y capacitaciones para profesionales de la Gestión Pública y Privada con una perspectiva interdisciplinaria en el área de la Comunicación Digital Audiovisual.
- Producir y evaluar contenidos audiovisuales en diversos formatos y soportes digitales y/o audiovisuales.
- Capacitar y gestionar medios de comunicaciones audiovisuales y/o digitales.
- Desarrollar proyectos de investigación específicos con el objetivo de desempeñarse como especialista de un campo temático en la investigación académica, en el sector público, privado o en organizaciones de la sociedad civil.
- Articular, en la actividad docente, los distintos aportes y perspectivas analíticas que la Maestría propone como recorrido. Realizar y evaluar trabajos de investigación en el campo de la Comunicación Digital Audiovisual.
- Producir proyectos para contenidos culturales e informativos en la televisión digital.

30. CARRERA: Maestría en Industrias Culturales: políticas y gestión (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Quilmes

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La Maestría en “Industrias Culturales: políticas y gestión” apunta a formar un profesional de nivel posgradual que posea tanto una perspectiva reflexiva tanto de nivel práctico como teórico, sobre los procesos contemporáneos de transformación social, económica y tecnológica de la comunicación y del conjunto de las industrias culturales. Asimismo, se aspira a promover la reflexión y la investigación sobre las políticas que se ejecutan en el sector.

En el marco de la Maestría los estudiantes desarrollarán las destrezas y habilidades necesarias para planificar, gestionar, procesar, evaluar e investigar los procesos de producción y distribución de la información y la cultura en diversos formatos y lenguajes, con distintos soportes tecnológicos, en el marco de los medios de comunicación, las industrias culturales, y las organizaciones públicas y privadas del sector de la comunicación y la cultura. La presente carrera de posgrado proveerá, asimismo, de los conocimientos específicos en el campo de las políticas de comunicación y cultura y su inserción en un marco global de ordenamiento de estos recursos.

En tal sentido, la Maestría se orienta a formar profesionales que posean los conocimientos, tanto teóricos como prácticos, necesarios para analizar, producir, diagnosticar, planificar y gestionar los procesos productivos distinguidos por el tratamiento de la información, la comunicación y la cultura a través de la diseminación de las tecnologías convergentes de información y comunicación.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Las industrias culturales constituyen un sector de actividad que sobresale tanto por su importancia como factor de estructuración de las sociedades contemporáneas, tomando en cuenta su rol simbólico y político, como por su crucial participación en el entramado económico de los países, especialmente en las últimas cuatro décadas. Las industrias culturales producen y diseminan contenidos que organizan las competencias culturales y simbólicas de las sociedades, a la vez que contribuyen a la reproducción del capital, condición básica para la producción y reproducción de las economías contemporáneas. En la Argentina de comienzos del siglo XXI, las industrias culturales aportan más del 4 % del Producto Bruto Interno (PBI) (sigue en 1.3). La Maestría en Industrias Culturales es la

primera de su tipo que aborda de manera focalizada la formación de profesionales y académicos especializados en el conocimiento de este sector. La Maestría tiene seis años de continuidad, además de formar Magíster en el campo de la comunicación, ha propiciado la formación de doctores en el ámbito de las Ciencias Sociales e incentivado el desarrollo de expertos del campo profesional público y privado. De modo complementario a la Maestría se desarrolla el Programa de Investigación, “Industrias culturales y espacio público: comunicación y política en la argentina” (UNQ) que desde hace más de 10 años desarrolla sus investigaciones en el campo disciplinar. El mismo está integrado por investigadores y becarios Conicet, doctoras/es y magísters, que tiene consolidada participación en redes nacionales e internacionales. Al tiempo la Maestría se articula con la actividad de grado que la Universidad ofrece desde 1992 en el área de las ciencias sociales y, en particular, en ciencias de la comunicación.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Los objetivos generales de la Maestría son:

- Contribuir a la formación de egresados de posgrado en el campo de la comunicación y la cultura mediada por procesos industriales de producción, a partir de una sólida formación teórica, metodológica y práctica.
- Proponer un programa académico de estudios caracterizado por la calidad académica y la actualización profesional.
- Formar un profesional capaz de analizar, diagnosticar y evaluar los procesos y lógicas productivas de las industrias culturales y de medios de comunicación.
- Capacitar profesionales en la sistematización de los saberes específicos del campo de las políticas de comunicación en el contexto de la globalización de la regulación de los recursos de la información, la comunicación y la cultura.
- Aportar los conocimientos teóricos y prácticos que garanticen la intervención de los profesionales en el seguimiento y en la transformación de los contenidos y flujos de información de las organizaciones productivas de industrias culturales y medios de comunicación.
- Brindar los saberes y habilidades necesarios para planificar, diseñar y gestionar políticas y estrategias comunicacionales acorde a las organizaciones públicas y privadas que articulan su trabajo con el de las industrias culturales y los medios de comunicación.

Objetivos específicos:

- Estudiar los aportes teóricos que han permitido dar respuestas a los interrogantes acerca de la estructuración industrial de la cultura y la consolidación de los sistemas contemporáneos de medios de comunicación.
- Formar especialistas en el análisis y planificación del desarrollo de las industrias culturales, en el marco de los principales sistemas de políticas de comunicación.
- Desarrollar la comprensión y la capacidad de acción reformadora de las principales variables regulatorias y de la legislación vigente, correspondiente a las industrias culturales, con especial énfasis en el estudio de casos de países iberoamericanos.
- Abordar analíticamente el entramado institucional de las organizaciones que intervienen en las industrias culturales y los medios de comunicación, con sus particularidades en función de su escala (pequeña, mediana, grande), de su perfil (público, mixto, privado) y sus distintos procesos productivos.
- Capacitar para la planificación, realización, gestión y evaluación de proyectos productivos en el marco de las industrias culturales y los medios de comunicación.
- Planificar la intervención de las nuevas tecnologías convergentes de la información y la comunicación en las organizaciones de medios de comunicación e industrias culturales.
- Brindar herramientas de evaluación de los procesos de información y comunicación en el marco de las organizaciones.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría apunta a formar un profesional de nivel posgradual que posea una perspectiva reflexiva tanto a nivel práctico como teórico, sobre los procesos contemporáneos de transformación social, económica y tecnológica de la comunicación y del conjunto de las industrias culturales. Asimismo, se aspira a promover la reflexión y la investigación sobre las políticas que se ejecutan en el sector.

El egresado será capaz de:

- Intervenir en organizaciones públicas o privadas vinculadas con medios de comunicación e industrias culturales, colaborando con el diseño y la implementación de políticas y estrategias relativas a los procesos productivos de información y comunicación.

- Diagnosticar, diseñar, gestionar y evaluar procesos productivos en organizaciones vinculadas con medios de comunicación e industrias culturales desde una capacidad crítica y analítica.
- Formular y llevar a cabo proyectos de investigación específicos desde una perspectiva interdisciplinaria.
- Articular, en la actividad docente, los distintos aportes y perspectivas analíticas del campo que confluyen hacia una comprensión más acabada de la problemática de los medios de comunicación y de las industrias culturales.

31. CARRERA: Maestría en Comunicación Digital Interactiva (Profesional)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Rosario

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Esta propuesta es producto del camino que la carrera de Comunicación Social comenzó a transitar desde el 2001. Institución pionera que desarrolló primeramente un Área de Desarrollo Multimedia, produciendo una serie de CD-ROM multimedia educativos, siguió con el intercambio de experiencias entre los miembros permanentes de la Red ICOD (Red Iberoamericana de Comunicación Digital) (<http://www.icod.ubi.pt>), nacida para el desarrollo del Proyecto Alfa "Comunicadores Digitales" financiado por Europe Aid, donde se publicó el libro/CD "Comunicación digital: competencias profesionales y desafíos académicos", documento base para el cambio de planes de estudio de Iberoamérica; avanzó con el desarrollo web del primer sitio latinoamericano de producción de contenidos descentralizado y que a partir de 2007 la Universidad tomó como modelo general, creando la Dirección de Comunicación Multimedial abocada a la experimentación y desarrollo de nuevas narrativas convergentes, que alcanzara reconocimiento internacional con el proyecto Documedia que fue distinguido en los Premios Nuevo Periodismo Iberoamericano CEMEX+FNPI que otorga la Fundación que preside Gabriel García Márquez, en la categoría Internet en el 2009, siendo la primera universidad que compite con medios de comunicación profesionales. También se sustenta en la creación de la carrera de Especialización en Comunicación Digital Interactiva (Resol. CONEAU 10.259/08), el Foro de Periodismo Digital de Rosario organiza conjuntamente con el diario La Capital que este año tendrá su quinta edición y que desde del año pasado es internacional; la publicación de 3 libros en versión impresa y en línea y este año, además está planificado el 1er. Encuentro Internacional de Educomunicación.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El objetivo de la carrera de posgrado Maestría en Comunicación Digital Interactiva con menciones en: Educomunicación, Periodismo Digital y Gobierno Digital y Marketing Político Interactivo es la comunicación digital interactiva entendida como un espacio de convergencia tecnológica y cultural, caracterizado por la presencia de tecnologías que afectan la producción, distribución y consumo de contenidos, la aparición de nuevas textualidades multimedia e interactivas y la difusión de nuevos paradigmas de comunicación orientado a la

construcción de espacios de comunicación democráticos, participativos y colaborativos, en los diferentes ámbitos de intervención profesional delimitados en las menciones.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El Magister en Comunicación Digital Interactiva, en todas sus menciones, será un profesional universitario con formación de posgrado y experiencia profesional capacitado para:

- Operar críticamente en la dimensión comunicativa de la trama social compleja.
- Generar nuevos escenarios de diálogo y redes participativas en entornos virtuales.
- Contribuir a la generación de modelos de producción colaborativos, abiertos, cooperativos y distribuidos.
- Diseñar, producir gestionar y evaluar proyectos hipermedia.
- Integrar proyectos de Investigación, desarrollo e innovación (I + D + i) en comunicación digital interactiva.
- Conformar equipos interdisciplinarios para la producción de proyectos digitales hipermedia.

En la mención en Educomunicación:

- Producir contenidos educativos digitales interactivos para diferentes entornos hipermedia.
- Gestionar proyectos educativos comprendiendo la dimensión dialógica donde convergen la educación y la comunicación como dos procesos que forman parte de un mismo fenómeno.

En la mención en Periodismo Digital

- Producir contenidos periodísticos digitales interactivos para diferentes entornos hipermedia.
- Gestionar proyectos hipermedia digitales de carácter periodístico y divulgativo para diferentes áreas institucionales sean informativas, educativas, culturales, económicas, etc.

En la mención en Gobierno Digital y Marketing Político Interactivo

- Desarrollar e implementar estrategias de gobierno digital y de marketing político interactivo, haciendo máximo aprovechamiento de tecnologías digitales interactivas para diferentes entornos hipermedia.
- Gestionar proyectos de comunicación digital hipermedia en organizaciones gubernamentales, organizaciones sociales, partidos políticos y ONGs.

32. CARRERA: Maestría en Comunicación Estratégica (Académica)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Rosario

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Los nuevos modelos y metáforas comunicacionales, en lugar de trabajar con paradigmas cerrados, buscan incorporar a la teoría como llave, como una forma de interpelar situaciones de comunicación a partir de reconocer su racionalidad comunicacional, su forma de operar el encuentro sociocultural.

Se trata de investigar como un descubrir la teoría funcionando en el mundo, tarea en la cual el análisis es una etapa necesaria y no un destino.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario a fines del año 2003 puso en funcionamiento los doctorados en Ciencia Política, Relaciones Internacionales, Trabajo Social y Comunicación Social. Paralelamente se comenzaron a generar proyectos de creación de carreras de Especialización y Maestría con el objeto de diversificar la oferta continua para graduados. La perspectiva de la Comunicación Estratégica tiene tradición en esta Universidad, se ha gestado y desarrollado en este ámbito y goza de reconocimiento en el país y en el exterior. La carrera de Maestría en Comunicación Estratégica se propone formar graduados especialistas en este enfoque, capaces de operar con los nuevos modelos y metáforas comunicacionales, los que en lugar de trabajar con paradigmas cerrados, incorporan la teoría como llave, como una forma de interpelar situaciones de comunicación a partir de reconocer su racionalidad comunicacional, su forma de operar el encuentro sociocultural. Se trata de investigar como un descubrir la teoría funcionando en el mundo, tarea en la cual el análisis es una etapa necesaria y no un destino.

La formación avanzada en Comunicación Estratégica no sólo tendrá en cuenta la satisfacción de parámetros vinculados a las habilidades analítico-técnicas, sino que estimulará además la creatividad, el desarrollo de una ética de la acción y la sensibilidad a las realidades sociales, con especial énfasis en los requerimientos locales de los territorios.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Esta Carrera se propone formar profesionales capaces de actuar desde un abordaje multiparadigmático en un campo de estudio complejo, nuevo y contemporáneo: el de la comunicación social desde la perspectiva de la comunicación estratégica.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Que el Magister en Comunicación Estratégica adquiera una sólida formación transdisciplinaria en el conocimiento de la problemática actual de la comunicación social, con competencias específicas para investigar, interpretar, proyectar y gestionar en el ámbito de la comunicación desde la perspectiva de la comunicación estratégica, lo que implica reconocer la existencia de múltiples niveles de realidad y de percepción, en la constitución y en la dimensión de lo comunicacional. Su formación teórico-metodológica le permite a la vez desempeñarse como capacitador/a, docente y/o investigador/a académico/a en temáticas pertinentes al objeto de la carrera.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El/la Magíster en Comunicación Estratégica es un/a postgraduado/a con una sólida formación transdisciplinaria en el conocimiento de la problemática actual de la comunicación social, con competencias específicas para investigar, interpretar, proyectar y gestionar en el ámbito de la comunicación desde la perspectiva de la comunicación estratégica que implica reconocer la existencia de múltiples niveles de realidad y de percepción, en la constitución y en la dimensión de lo comunicacional.

Su formación teórico-metodológica le permite a la vez desempeñarse como capacitador/a, docente y/o investigador/a académico/a sobre temáticas pertinentes.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El Magister en Comunicación Estratégica está capacitado para abordar situaciones complejas de cambio sociocultural; diseñar y gestionar estrategias comunicacionales desde una perspectiva de sostenibilidad. Su ámbito de acción incluye la comunicación en instituciones, organismos, agencias de cooperación, programas y proyectos analizando y operando en los procesos comunicacionales como dispositivos de cambio conversacional en la construcción de una cultura de la sustentabilidad; innovar, utilizando críticamente los avances y las posibilidades tecnológicas según los diferentes requerimientos; desarrollar una actitud de flexibilidad conducente a la actualización permanente de su formación y a la integración productiva en equipos de trabajo inter y transdisciplinarios para la intervención, la capacitación y el desarrollo de la investigación enactiva.

33. CARRERA: Maestría en Comunicación Institucional (Profesional)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de San Luis

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Se presenta como un campo de conocimiento que proporciona formación profesional profundizando no sólo en aspectos teóricos, sino también en aspectos metodológicos, tecnológicos y de gestión, en función del estado de desarrollo de la comunicación en las organizaciones.

La propuesta se concibe a la comunicación como el intercambio discursivo que teje la red social, prácticas discursivas que producen, reproducen, negocian e intercambian sentido de orden social, resultando por ende, la comunicación como constitutiva de la vida social. Lo comunicacional es, desde esta perspectiva, lo discursivo en tanto construcción, producción, reproducción y cambio social.

Propone una experiencia educativa de enseñanza y de aprendizaje que tome en cuenta los saberes, la experiencia y la realidad de los participantes, para asumirlos como personas y como profesionales y construir con ellos y con el equipo docente una experiencia de comunicación, basada en los valores democráticos y en el respeto mutuo. Por este motivo se adopta la modalidad de construcción de un curriculum entendido como una serie estructurada de experiencias de aprendizaje, articuladas en forma intencional.

Se centra en el eje investigación/producción/gestión, como forma de articulación de los saberes, de las experiencias y de la tecnología, pensado como respuesta a las necesidades y a los

desafíos planteados por la realidad. Se define el proyecto educativo de la Carrera como un espacio de enseñanza-aprendizaje-investigación-producción en el que se ponen en juego valores, contenidos, metodologías, sistemas de evaluación, resultados, consecuencias para la práctica personal, grupal e institucional; por ello, la Maestría tiene vocación social e institucional, no busca sólo enriquecer la ciencia de la comunicación, sino también, y de manera fundamental, aportar al conocimiento sobre diferentes instituciones y sobre los posibles espacios de trabajo en planificación y gestión de la comunicación.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El anteproyecto de creación de la carrera de Posgrado Maestría en Comunicación Institucional fue elaborado por un equipo docente del Departamento de Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis, comisión designada por Resolución N° 449/13. El citado Departamento está actualmente compuesto por las

carreras de Licenciatura en Comunicación Social (Ord CD - 009/07), Licenciatura en Producción de Radio y Televisión – Título intermedio de Locutor Nacional (Ord CD - 012/09) y Licenciatura en Periodismo - Título intermedio de Periodista Universitario (Ord CD - 013/09). Estas carreras han tenido y tienen una notable gravitación no sólo en San Luis, sino también en otras provincias del país a través de sus egresados, desde que las primeras cohortes se lanzaron a la práctica y al ejercicio profesional en los medios de comunicación, y en ámbitos institucionales (públicos y privados), como asimismo en la investigación y en la docencia media y superior.

El Departamento de Comunicación cuenta con un importante desarrollo en el dictado de Cursos y Trayectos de Posgrado vinculados a la Comunicación Social y a la Comunicación Institucional.

Desde la vigencia de los nuevos Planes de Estudio de las licenciaturas de Comunicación y Periodismo, citados anteriormente, hay una apertura en sus fundamentos y en su diseño curricular a la formación de egresados cuyo campo laboral sean las instituciones. En los últimos años, en la Facultad de Ciencias Humanas, se percibe un creciente interés por parte de docentes, egresados y comunidad en general, en los posgrados afines a las temáticas de la comunicación, y de la comunicación y las organizaciones.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Los Objetivos de la carrera son:

- Reflexionar sobre las distintas miradas que entrelazan los ámbitos de la comunicación y las organizaciones.
- *Brindar herramientas teórico-metodológicas para abordar e intervenir desde la comunicación en las organizaciones, respondiendo así a exigencias sociales y laborales complejas.
- Lograr una adecuada interrelación entre teoría y práctica para alcanzar un conocimiento integral del contexto social y organizacional en que se desarrolla la comunicación.
- Interpretar la dinámica social que opera en las instituciones, para reconocer y proponer dispositivos que promuevan la participación de los grupos y sectores involucrados en las diferentes situaciones comunicacionales.

- Brindar herramientas para el trazado de políticas públicas, desde la mirada de la comunicación, y el diseño de estrategias comunicacionales que contribuyan al mejor logro de los objetivos de la organización/ institución.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Carrera de Magíster en Comunicación Institucional provee conocimientos y capacidades referidos a:

- El conocimiento de la problemática actual de la Comunicación Institucional, a través de una formación transdisciplinaria.
- La promoción de actitudes éticas y de responsabilidad en el ejercicio de la profesión.
- La investigación, interpretación y realización de diagnósticos comunicacionales, en instituciones públicas, privadas con y sin fines de lucro.
- La visualización de escenarios futuros de la organización y el rol que debe jugar la comunicación en cada uno de ellos.
- El diseño de estrategias comunicacionales, desde una perspectiva de sostenibilidad, en diferentes prácticas sociales, teniendo en cuenta posibles situaciones complejas de cambio sociocultural.
- El desarrollo de capacidades de gestión desde la comunicación que, en el marco de equipos inter y transdisciplinarios, habiliten para tomar decisiones derivadas de la problemática diaria y de los nuevos desafíos que se plantean en entornos cambiantes y complejos.
- La gestión eficaz y eficiente de la comunicación en las organizaciones y en la esfera pública.
- La realización y supervisión de todo tipo de investigaciones para el planeamiento de las estrategias comunicacionales y su seguimiento.

34. CARRERA: Maestría en Periodismo Documental (Profesional)

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Tres de Febrero

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Se plantea el género del documental periodístico para generar nuevos formatos y contenidos en el universo audiovisual que pongan en escena la realidad desde una mirada crítica, sin la urgencia informativa que demandan otros espacios. Para esto se propone articular la realización del cine documental con los saberes de la producción de crónicas y de la investigación periodística.

El nuevo escenario digital, en el que conviven diferentes formatos y lenguajes, confirma que el centro del universo mediático se desplaza hacia los márgenes: posibilitar a los públicos elegir dónde, cuándo y cómo consumir información que produzca sentido para entender la actualidad.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría en Periodismo Documental ya lleva cinco años de desarrollo, es un posgrado destinado al estudio, la investigación y la producción, para innovar en la cobertura de la actualidad desde el documental periodístico. Los nuevos equipos de video digital abrieron la posibilidad de que el cine documental, por su facilidad y rapidez de realización, y sus bajos costos de producción, se constituya en una de las mayores expresiones de la cinematografía en cualquiera de sus soportes. La no-ficción audiovisual es hoy, junto a los cambios en la naturaleza y las prácticas de los públicos, uno de los grandes núcleos de la contemporaneidad. Pensado y desarrollado para la formación de exploradores de la vida real, combina tanto conceptos teórico-prácticos de realización de cine documental con los saberes teóricos-prácticos de la investigación periodística.

La Maestría en Periodismo Documental se suma a la trayectoria de la UNTREF en el campo de las ciencias sociales y las artes. La UNTREF ofrece sólidos e innovadores posgrados en escritura creativa, curaduría en artes visuales, tecnología y estética de las artes tecnológicas y muchos otros en áreas de enorme desarrollo en las últimas décadas pero vacantes en el ámbito académico hasta ahora. De esta manera, es posible aportar a la construcción de campos de estudio que trabajen a partir de un nuevo contexto social y político.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El objetivo de la Maestría en Periodismo Documental es generar un espacio de formación e investigación destinado a innovar la cobertura de la actualidad, generar nuevas narrativas y estrategias de atención a lo real: mostrar lo que a simple vista el ojo no ve, develar lo que hay detrás y alrededor del suceso para poder narrar lo que sucede.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Articular los conceptos históricos y teórico-prácticos de realización de cine documental con los saberes teórico-prácticos de la producción de noticias y de la investigación periodística.
- Generar un espacio para el aprendizaje y la producción de documentales periodísticos, basados en un trabajo de investigación, contextualización y desciframiento.
- Discutir los problemas del documental contemporáneo, incluyendo ética, objetividad/subjetividad, censura, responsabilidad ante las audiencias, voz autoral.
- Desarrollar una estrategia para la investigación de manera de vincular el ámbito de estudios académicos teórico-prácticos con unidades de producción independientes y del universo mediático de la Argentina y la región latinoamericana de la que forma parte.
- Organizar un Laboratorio de Investigación y Experimentación (LaIE) destinado a generar un espacio propio para graduados, profesores y especialistas invitados. El LaIE está pensado y diseñado para aplicar y poner en juego los conocimientos teórico-prácticos adquiridos en el desarrollo del Programa de la Maestría, orientados a la innovación, la creación de nuevos productos y la predicción.
- Familiarizar a los maestrandos en los modos de posicionamiento en el mercado, para la publicación, distribución y circulación de productos periodísticos en múltiples soportes con privilegio de lo audiovisual.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El egresado estará preparado para:

- Desarrollar carreras profesionales de periodismo documental en cine, video, televisión, medios digitales y medios gráficos.
- Ejercer un periodismo independiente y alternativo o insertarse laboralmente en una organización mediática.
- Diseñar y producir proyectos documentales periodísticos en diferentes formatos y para diferentes plataformas.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría espera preparar a los graduados para desarrollar carreras profesionales de periodismo en documental, video, medios digitales y medios gráficos, incluyendo en todos los casos el universo de Internet. Egresarán en condiciones de optar por el ejercicio de un periodismo independiente y alternativo, o insertarse laboralmente en una organización mediática, incluida la prensa escrita. La adquisición de capacidades para un tratamiento de alta calidad profesional en una textura digitalizada de imagen, sonido y escritura, privilegia y al mismo tiempo relativiza la importancia del soporte: podrán operar en cine, video, CD, TV, radio, Internet y medios gráficos.

La Maestría facilitará, por eso, relaciones de pasaje: un documental periodístico podrá ser transformado en libro; un libro de investigación, en documental periodístico, etc.

35. CARRERA: Maestría en Periodismo (Profesional)

UNIVERSIDAD: Universidad Torcuato Di Tella

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La Maestría en Periodismo está dirigida a estudiantes con título universitario en cualquier disciplina y a egresados de carreras terciarias del país y del exterior que quieran sumarse al reto que significa ser periodista en la sociedad de hoy. Por razones tecnológicas, económicas, políticas y culturales, la profesión enfrenta desafíos nuevos, que ofrecen también oportunidades sin precedentes. Nuestro programa, con su enfoque amplio basado en su doble énfasis en lo periodístico y lo académico así como también en lo textual y multimedia, brinda una diversidad de herramientas y saberes necesarios para ejercer la profesión con la profundidad, el profesionalismo y la versatilidad que los nuevos tiempos demandan. Es crucial para la formación que ofrecemos la complementariedad entre nuestras dos instituciones: el diario La Nación, de reconocida trayectoria y relevancia periodística, y la Universidad Torcuato Di Tella, destacada por su excelencia académica y por su pluralismo ideológico. En el Aula-Redacción de La Nación, guiados por periodistas de primer nivel en las distintas áreas de la profesión, los estudiantes adquieren los conocimientos específicos del oficio, combinando saberes tradicionales del periodismo gráfico con otros más recientes del mundo digital. Aprenden a investigar, a cubrir, a comprender y a narrar de manera responsable hechos y situaciones de muy distinta naturaleza, integrando (como lo viene haciendo el periodismo en los últimos tiempos) lo verbal con lo visual. Porque en esa capacidad para lo diverso, en la precisión y en la ductilidad para dar cuenta de lo real, reside en parte la pericia del buen periodista. En tanto, en la Di Tella, con docentes destacados en las Ciencias Sociales y las Humanidades, se adquieren las herramientas analíticas y los hábitos de reflexión propios de disciplinas de interés periodístico como la Ciencia Política, la Historia, la Economía, las Relaciones Internacionales y la Literatura. Esta doble formación capacita a nuestros estudiantes de un modo único, ofreciéndoles un acercamiento periodístico a la realidad compleja de nuestras sociedades con una mirada sutil, plural e informada.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

En el año 2001, la Universidad Torcuato Di Tella y el Diario La Nación, en función de la carencia de oferta académica de posgrado en la formación de periodistas acordaron desarrollar una Maestría en Periodismo dirigida a graduados universitarios que deseen dedicarse a la actividad periodística. En ese momento, los posgrados se orientaban exclusivamente a la teoría de la comunicación, mientras que la práctica periodística se

estudiaba a nivel terciario o universitario de grado. Con esta Maestría, ambas instituciones se han propuesto proveer una formación profesional a la vez que académica, basada en una intensa práctica. El plan de Estudios profundiza en los medios gráficos, televisivo y radial y en aspectos vinculados con nuevos medios electrónicos, Internet, versiones on-line de periódicos y otros desarrollos. Con esta conjugación práctico-tecnológica y académica, la Maestría ha logrado abrir un campo inédito de aprendizaje en el área del periodismo ya que la oferta educativa existente hasta 2001 o bien se centraba en aspectos eminentemente teóricos o bien impartía una enseñanza práctica pero sin crear las exigencias de una redacción ni la formación académica necesaria para la práctica periodística. Para el logro de estos objetivos, la Universidad Torcuato Di Tella cuenta con un cuerpo de profesores e investigadores de tiempo completo y de una reconocida trayectoria en el campo de la enseñanza y la investigación. Por su parte, el Diario La Nación es uno de los más prestigiosos e influyentes del país y su redacción está compuesta por periodistas que se encuentran entre los más reconocidos del país. Siete promociones, cuyos egresados logran insertarse satisfactoriamente en los medios de comunicación son prueba del logro de estos objetivos.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría tiene como objetivo el desarrollo y perfeccionamiento del conocimiento y la práctica del periodismo, en un marco de excelencia académica y práctica profesional que permita al egresado desempeñarse en cualquier medio periodístico. Debe conducir a la obtención de verdaderos aportes periodísticos que serán evaluados a través de las diversas etapas que componen la Maestría.

En función de la carencia de oferta académica de posgrado en la formación de periodistas y la brecha existente entre la formación de un graduado en periodismo y las exigencias que se requieren en el ámbito profesional, con esta Maestría, se logra proveer una formación profesional a la vez que académica, que focaliza en el periodismo gráfico, pero también profundiza en los medios televisivo y radial y en aspectos vinculados con nuevos medios electrónicos e Internet.

Su fin último es realizar un aporte que permita elevar la excelencia del medio periodístico y a trabajar en la ética que impone la profesión. Ese objetivo posibilitará, entre otros aspectos:

- Elevar la calidad de la profesión.
- Mejorar la formación académica de los periodistas.
- Formar periodistas con principios y valores respetados por la sociedad.

- Contribuir al desarrollo de proyectos de investigación conjuntos con otros centros de investigación y docencia superior.
- Difundir, a través de seminarios y publicaciones, los trabajos que se realicen, las alternativas y métodos que se propongan, los proyectos que se diseñen o evalúen.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Maestría está diseñada para formar profesionales con conocimiento y experiencia en el campo periodístico además de otorgarles una sólida formación académica. Por lo tanto, el título certifica que los graduados han adquirido una formación teórica y práctica en las diferentes expresiones del periodismo moderno, en los siguientes aspectos:

- Formación periodística
- Tecnología utilizada en los medios periodísticos
- Ética periodística
- Empresa periodística
- Formación académica

El graduado deberá ser capaz de transmitir al público los hechos de manera objetiva, atractiva y analítica, facilitando la comprensión de los lectores (incluso de los oyentes y los televidentes) con las diferentes herramientas adquiridas (textos escritos y gráficos, en medios tradicionales y electrónicos, entre otros). A su vez deberá ser capaz de insertarse en cualquier medio, conociendo las peculiaridades vinculadas con el funcionamiento de la empresa periodística.

36. CARRERA: Especialización en Periodismo Digital

UNIVERSIDAD: Universidad Abierta Interamericana

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

A 20 años de la creación del primer sitio web, el desarrollo de los medios de comunicación digital y de las nuevas tecnologías en los medios tradicionales ha consolidado una nueva forma de concebir la comunicación y la relación con los públicos. Esta convergencia ha generado nuevas herramientas y modos de comunicación a través del manejo de nuevos formatos, rutinas y productos surgidos a partir de la unión de los procesos de digitalización y participación en los productos periodísticos y/o comunicativos. Las Redes Sociales, los nuevos medios y las narrativas emergentes son algunos de los fenómenos más significativos que redefinen la forma en que nos comunicamos en el escenario actual.

Los cambios generados por el entorno digital comprometen a los procesos de producción y gestión de la información. Los roles y tareas de quienes se desempeñan en el ámbito de la comunicación digital, también se ven implicados, hecho que demanda una formación específica de los profesionales del periodismo y de la comunicación. La capacitación profesional debe, por lo tanto, profundizar en las nuevas tecnologías disponibles y en su aplicación, atendiendo a las transformaciones que éstas aportan a los procesos de comunicación.

La especialización en Periodismo Digital tiene como propósito contribuir a la formación de recursos humanos calificados que enriquezcan sus concepciones en torno del paradigma de la virtualidad, que dimensionen su incidencia sobre el conocimiento, la ciencia, la educación y las comunicaciones y desarrollen competencias para operar críticamente sobre éstas.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Área de Fundamentos de la Comunicación en Medios Digitales: Tiene como objetivo que el alumno reconozca formas tecnológicas de vida y su impacto en el desarrollo social y cultural. Se focaliza particularmente en la transición producida en la Web, desde los sitios estáticos tradicionales, a las aplicaciones Web dinámicas e interactivas y en su incidencia sobre la actuación en dichos contextos.

Área de Organización y Producción de Contenidos para Medios Digitales: procura que el alumno analice, redacte y estructure contenidos en diferentes géneros periodísticos para un

medio digital; reconozca el aspecto visual y tecnológico del discurso y desarrolle la capacidad para editar en diferentes formatos y distintas estructuras de sitios.

Área de Gestión de Proyectos Digitales: se orienta a que el alumno reconozca las transformaciones que genera la extensión del uso de Internet en la comunicación y en la gestión de la información como insumo básico del periodismo digital. Se espera que el estudiante diseñe y gestione proyectos de periodismo digital y reconozca la importancia de constituir Redes Sociales que favorezcan la integración y la interacción en la comunicación periodística.

Área de Aplicación y Transferencia: enfatiza la consolidación de competencias y la transferencia de saberes a través de la aplicación en terreno de los contenidos y herramientas abordados a lo largo de la carrera.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Generar un espacio de reflexión e investigación sobre los modos de comunicación en la sociedad –y en especial en el campo del Periodismo –, desde la perspectiva de los nuevos paradigmas imperantes en la sociedad de la información.
- Capacitar a los periodistas digitales para generar producciones hipermedia, poniendo énfasis en el proceso y la construcción dialógica.
- Formar especialistas capaces de atender al desafío que genera el proceso de globalización, favoreciendo el desarrollo de habilidades que permitan promover la difusión y accesibilidad a la información.
- Formar especialistas que conozcan y desarrollen la potencialidad del hipermedia en los géneros periodísticos, incorporando habilidades de comunicación para trabajar en un medio digital.
- Capacitar especialistas que se integren en equipos interdisciplinarios, que gestionen proyectos de Periodismo Digital y puedan dinamizarlos a través de Redes Sociales.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El ámbito de aplicación profesional del especialista en Periodismo Digital, encuentra en Internet el escenario privilegiado para la gestión, creación y difusión de la información.

En el área de comunicación más del 85% de las búsquedas laborales exigen poseer conocimientos del entorno Web y saberes digitales. (diseño, multimedia, búsquedas, etc.)

En la actualidad tanto los medios tradicionales (diarios, radio, tv, revistas) como las empresas, ONG`s y organismos oficiales necesitan tener presencia y producir contenidos

eficaces para comunicar en la web. Frente a esa necesidad el especialista en Periodismo digital viene a dar respuesta, manejando las comunicaciones en los nuevos medios, el marketing y la gestión en Internet, el diseño y la edición de sitios Web.

La perspectiva multimedial del especialista en Periodismo Digital lo habilita para trabajar tanto en medios tradicionales como en nuevos medios con presencia en la web.

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Las competencias definidas para el Especialista en Periodismo Digital son:

- Comunicar e informar a través de los nuevos soportes multimediales.
- Producir los contenidos periodísticos a través del desarrollo de rutinas propias de un proceso de comunicación multimedia e interactiva.
- Integrar equipos interdisciplinarios que gestionen proyectos comunicacionales multimedia por Internet.
- Responder en forma adaptativa ante la irrupción de nuevos dispositivos de comunicación multimediales.
- Participar activamente en el desarrollo de un medio digital en la Red.

37. CARRERA: Especialización en Planificación y Gestión del Periodismo

UNIVERSIDAD: Universidad de Buenos Aires

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El proyecto de un Programa en Periodismo, que albergara una Especialización y una Maestría se presentó en 2004 como una propuesta de formación académica e interdisciplinaria en un área de especial importancia, en la medida en que el rol de la información adquirió un lugar central en la sociedad contemporánea. Tal fenómeno no ha cesado en su desarrollo, dándose lugar a nuevas demandas de la ciudadanía respecto de la información en general y los medios de comunicación en particular. El periodismo es hoy uno de los formadores privilegiados de opinión pública y generador de representaciones sociales con un peso sustantivo en la producción y la circulación de información pública. A su vez, para las Ciencias Sociales, el periodismo resulta una fuente, una zona de producción de conocimiento, de mediaciones y una instancia de problematización de lo social. Reviste, para los científicos sociales, un interés tanto epistemológico como político y cultural. Dentro de la Universidad de Buenos Aires, los posgrados con nivel de maestría no abordan la problemática periodística como principal objeto de estudios. En el sector privado, por su parte, existen maestrías específicas, pero cuyas currículas tienen por objetivo la capacitación de periodistas y editores con características profesionales particularmente pensadas para medios de comunicación determinados. Con esta propuesta de posgrado, la Facultad de Ciencias Sociales se propone contribuir a que los problemas, fenómenos y prácticas del periodismo se constituyan en objeto de estudio, campo de formación especializada, investigación e intervención crítica.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Ofrecer una formación de carácter interdisciplinario destinada a reflexionar, profundizar y generar los conocimientos sobre las tendencias y problemáticas actuales del periodismo, la producción de investigación en el tema y la generación de proyectos innovadores.

Esta formación pretende una mayor articulación con las prácticas periodísticas y los campos de conocimiento propios de las ciencias sociales y humanas (economía, relaciones internacionales, sociedad, política, literatura, etc) para la lectura e interpretación de tendencias y necesidades emergentes.

- Formar magísteres en el ámbito del periodismo a partir de una propuesta con calidad académica e integradora desde el punto de vista interdisciplinario.

- Promover la adquisición de saberes acerca de las dimensiones actuales de la actividad periodística en el país y en el mundo, en lo referido a la gestión, los contenidos u el diseño.
- Incentivar la producción de investigación sobre temas en relación al periodismo sobre problemáticas de relevancia social, cultural y política.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Formar especialistas en un área profesional de fundamental importancia en la sociedad contemporánea.
- Favorecer la producción de saberes y criterios para la optimización del trabajo periodístico.
- Fortalecer los conocimientos que permitan la planificación y gestión de nuevos proyectos y emprendimientos periodísticos.
- Promover la exploración y experimentación de distintos soportes y formatos en relación con la práctica periodística.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El egresado será un profesional con una excelente formación académica, capaz de insertarse en los ámbitos periodísticos, universitario y empresarial para realizar investigación, docencia y asesoramiento y la formulación de políticas en el área.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Los graduados de la Carrera de Especialización en Planificación y Gestión del Periodismo serán profesionales capaces de analizar, desarrollar y auditar productos y servicios periodísticos. Podrán insertarse en ámbitos de actuación profesional, sea en emprendimientos periodísticos públicos, en empresas periodísticas privadas o nuevos proyectos y servicios.

38. CARRERA: Especialización en Comunicación y Salud

UNIVERSIDAD: Universidad Maimónides

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La comunicación constituye el principal medio de interrelación humana. Actualmente ha crecido la publicación de noticias referentes a la salud. Hay una necesidad por parte de la población de conocer el abanico de patologías, su prevención y posibles tratamientos.

He aquí el problema que se nos presenta; dicha labor se encuentra por un lado en manos de periodistas sin conocimientos sanitarios sumados a profesionales de la salud que incursionan en los medios sin ninguna formación académica, lo que termina influyendo negativamente en la opinión pública.

Los medios de comunicación necesitan un grupo de profesionales responsables y capacitados para formular, desarrollar y expresar las noticias que protagonizan al hombre y sus enfermedades.

Con la integración sincrónica del periodismo al equipo de salud se reducirán los riesgos de padecer enfermedades (mayor prevención) y así el ahorro obtenido permitirá invertirse en las áreas más críticas. Por ello resulta imprescindible la formación en comunicación del profesional médico y afín. Este tipo de capacitación es inexistente en el presente en nuestro país.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

- Gestión en cargos directivos de la sección de Prensa y Comunicación de diferentes empresas de salud públicas y privadas.
- Transmitir correctamente los mensajes inherentes al terreno sanitario utilizando un lenguaje claro, comprensible y ético enlazado a la arquitectura periodística.
- Comprender el desarrollo y funcionamiento de los medios masivos de comunicación. Manejar las herramientas de información en Internet, Radio, Televisión y Prensa Escrita aplicados al ámbito de la salud y su entorno.
- Formar un sitio web, programa de radio, televisión y multimedia.
- Diagramar estrategias de comunicación en prevención y diagnóstico oportuno, campañas de prevención

Formar un nuevo paradigma laboral dentro de la salud y la comunicación, como así también fortalecer la relación médico- paciente de consultorio.

- La importancia del lenguaje gestual en los diagnósticos. Comunicación de malas noticias.
- Manejo de conferencias de prensa, discurso periodístico, gacetillas de prensa, convocatorias.
- Mejorar la comunicación personal y exposición en congresos a través de la oratoria y el marketing.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La especialidad es un programa académico que tiene por objeto proporcionar una formación integral e interdisciplinaria sobre la comunicación en el campo de la salud y la ciencia. Sus principales metas académicas y profesionales son:

- Otorgar la arquitectura periodística para transmitir al público las noticias de salud con lenguaje llano y apropiado.
- Conocer la trascendencia de las fuentes periodísticas, su utilización práctica y puesta en marcha en cada tipo de noticia.
- Descubrir el manejo operativo de cada medio de comunicación posicionando una estrategia informativa ante cada circunstancia.
- Articular el vínculo entre los multimedios y los profesionales de salud, mediante el aporte de graduados capacitados.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Inmediata Salida Laboral en medios de comunicación; áreas de prensa de universidades públicas y privadas, instituciones de salud, laboratorios de productos medicinales, Carrera profesional del Gobierno de la Ciudad para cargos jerárquicos.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Conocer las pautas para el armado la noticia.
- Desempeño profesional en los distintos medios de comunicación radio, televisión, prensa escrita e internet.
- Articulación entre el lenguaje clínico y periodístico.
- Manejo de los tiempos en radio y televisión.
- Sentar las bases para chequear la información. Asumir los riesgos de no hacerlo.
- Difundir los nuevos tratamientos (biológicos, oncológicos) sin manipular la integridad psíquica de quienes lo padecen.
- Diferenciar y clasificar los distintos géneros periodísticos.

- Articular la investigación clínica con la difusión periodística de la misma.

39. CARRERA: Especialización en Lenguaje y Comunicación Digital

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Córdoba

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La comunicación digital se caracteriza por sus capacidades de interactividad, hipertextualidad, multimodalidad, multimedialidad y transmedialidad. Todas ellas admiten el despliegue de variados lenguajes bajo diferentes modalidades y recursos. Los modos de comunicación han permitido la ampliación del número de usuarios que se apropian de estas potencialidades de enunciación y exposición pública, es preciso potenciar también las competencias comunicativas vinculadas con el uso de la diversidad de lenguajes implicados en la comunicación digital.

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

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El lenguaje, en los nuevos entornos digitales, ha complejizado sus formas de producción y su semiosis. Nuevos códigos lingüísticos afectan la hegemonía del texto verbal cuyo significado se construye ahora en la interacción de signos de procedencia múltiple. Frente a la magnitud de estos cambios, los profesionales del lenguaje y la comunicación (docentes, traductores, licenciados en Lengua, en Ciencias de la Información, en Comunicación social, Gestores culturales, entre otros) necesitamos reconsiderar estos objetos de estudio atravesados por la tecnología, volver a plantear y redefinir las principales nociones disciplinares a la luz de una reconfiguración discursiva que es también cultural. La diversidad de habilidades y de destrezas de uso y procesamiento de la lengua en entornos digitales ha llevado a algunos autores a acuñar el concepto de multialfabetizaciones o lectoescrituras múltiples (multiliteracies) con el fin de dar cuenta de las nuevas competencias que la era digital requiere y que incluyen lectoescritura digital, lectoescritura televisiva, lectoescritura computacional (Rocap 2003, Cope y Kalantzis 2000). En esta cultura convergente la comunicación digital participa como el tejido conectivo de un organismo. Tomando los aportes de Igarza (2008), entendemos la comunicación digital como los procesos de interconexión entre usuarios que utilizan una plataforma que depende de componentes físicos aptos para representar, almacenar y distribuir información interactivamente, todas ellas

capacidades asociadas a dispositivos de naturaleza digital denominados genéricamente TIC. La comunicación digital se caracteriza por sus capacidades de interactividad, hipertextualidad (Nelson 1965; Landow1996), multimodalidad (Kress & Van Leeuwen2001), multimedialidad y transmedialidad. Todas ellas admiten el despliegue de variados lenguajes bajo diferentes modalidades y recursos. Esta especialización se orienta, entonces, a fortalecer competencias comunicativas vinculadas con el uso de la diversidad de lenguajes implicados en la comunicación digital. A la luz de los considerandos anteriores, creemos necesario que la UNC, como institución formadora de excelencia, ofrezca una carrera de posgrado que actualice los debates y habilite nuevos modos de intervención profesional. La organización de la carrera y sus docentes, se sitúan en el desarrollo de dos trayectos de capacitación en sendas unidades académicas: el postítulo en Lenguajes y Comunicación y el Curso Internacional de Posgrado en Comunicación, TIC y Educación. El Programa de Postitulación –implementado a partir de 1997 y durante doce años- fue diseñado para docentes en ejercicio en diferentes niveles del sistema educativo y significó una instancia de formación y actualización en un campo del saber que comenzaba a visualizarse como un terreno cruzado por disciplinas que se ocupaban del lenguaje y de los medios de comunicación.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Generar un espacio académico donde se pueda reflexionar sobre las transformaciones sociales y las prácticas cotidianas de los sujetos, en los nuevos escenarios comunicativos.
- Propiciar el análisis y la comprensión de las mediaciones de las TIC y del lenguaje en la construcción de subjetividad,
- Contribuir a la adquisición de herramientas metodológicas fundamentadas teóricamente, que permitan a los cursantes intervenir profesionalmente en los actuales escenarios docentes y comunicativos, enfatizando las dimensiones estética e ideológica como rasgos significativos en la producción de nuevos lenguajes.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El egresado de la Especialización estará capacitado para:

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

- Identificar problemáticas y realizar diagnósticos e intervenciones en espacios educativos, institucionales públicos y/o privados .
- Tomar decisiones que contribuyan a la creación o mejoramiento de medios o productos multimediales.
- Integrar equipos profesionales interdisciplinarios para el mejor funcionamiento de procesos discursivos diversos (en escalas diversas, en ámbitos diversos, ambientes tecnológicos diversos).
- Adquirir competencias, habilidades y destrezas necesarias para enfrentar las transformaciones que ocurren actualmente en el campo discursivo.

40. CARRERA: Especialización en Gestión y Producción de Medios Audiovisuales

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Córdoba

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La confluencia de transformaciones normativas y tecnológicas sustantivas en el campo de los medios de comunicación audiovisual durante los últimos años, impone a quienes se dedican a la producción, realización y gestión de medios televisivos y radiales, el dominio de nuevos conocimientos y capacidades técnicas, acordes a esas nuevas condiciones de planificación, producción, gestión y realización de prácticas comunicativas de carácter masivo.

Ambas transformaciones habilitan la proyección, creación y/o reformulación de medios de comunicación audiovisuales como medios con perspectiva ciudadana; esto es, de medios, fundados en el respeto por los derechos humanos y la promoción de una cultura democrática, plural y participativa.

La Especialización en Gestión y Producción de Medios Audiovisuales es un espacio de formación que busca dar respuesta a un área de vacancia en los estudios de comunicación: la gestión y la producción en medios audiovisuales sustentada en el reconocimiento de la comunicación como derecho humano y de los medios audiovisuales como servicios de interés público mediante los cuales se ejerce ese derecho humano inalienable.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La creación de la carrera se originó en las condiciones comunicativas particulares que se produjeron a partir de la promulgación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en octubre de 1999 y su reglamentación en 2010. Desde entonces, el desarrollo de medios audiovisuales sin fines de lucro dentro de marcos de legalidad, el incremento de medios públicos y locales y la promoción de producción de contenidos para dichos medios a partir de diferentes políticas públicas, convirtieron al sistema audiovisual en un campo propicio para promover, como lo destacaba esa norma legal, los derechos a la comunicación en nuestra sociedad. Sin embargo, esa potencialidad podía frustrarse si esos medios audiovisuales no lograban instalarse en la escena mediática existente como espacios que integraran las ideas de acceso plural a la información y expresión de diversos sectores de la población, con la calidad de sus programaciones. Por esa razón, desde el Área de Comunicación del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba (CEA-UNC) asumimos el desafío de diseñar una especialización orientada a cualificar a graduados de comunicación y disciplinas afines que se desempeñaran o aspirasen a desempeñarse en esos tipos de medios audiovisuales, conjugando la problemática de los derechos ciudadanos a la comunicación y

las estrategias aptas para garantizarlos desde las tareas de gestión y producción teniendo en cuenta los desarrollos abiertos por los procesos de digitalización y convergencia tecnológica. El Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del Área de Comunicación del CEA-UNC creado en 2005, y en cuyo marco se desarrollaban investigaciones y experiencias de formación y extensión que habían puesto de manifiesto las necesidades antes mencionadas, fue la base para la creación del proyecto. También constituyó un antecedente significativo el desarrollo académico alcanzado en el CEA por la Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Objetivo general:

Formar profesionales con competencias y capacidades específicas para la producción y gestión de medios de comunicación audiovisual con perspectiva ciudadana.

Objetivos específicos:

- Promover el análisis de las condiciones y posibilidades ofrecidas por el marco normativo vigente para el desarrollo de medios audiovisuales con orientación ciudadana, especialmente medios sin fines de lucro y medios públicos.
- Brindar herramientas para el reconocimiento y la indagación de las condiciones y posibilidades establecidas por las reestructuraciones tecnológicas para la gestión y la producción de medios audiovisuales.
- Desarrollar competencias específicas para la gestión integral de medios de comunicación audiovisuales con perspectiva ciudadana, en especial medios públicos y sin fines de lucro, abordando la consideración de aspectos técnicos, organizacionales, y comunicativo-culturales.
- Aportar nociones y técnicas para la producción de contenidos audiovisuales con perspectiva ciudadana en diferentes géneros y formatos.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El egresado estará en condiciones de:

- Elaborar proyectos para la creación de medios audiovisuales con perspectiva ciudadana tomando en consideración dimensiones normativas, tecnológicas y culturales-comunicativas.

- Gestionar integralmente medios de comunicación audiovisuales y/o productoras de contenidos audiovisuales desde una perspectiva ciudadana, en sus aspectos organizacionales, técnicos y culturales-comunicativos, o desempeñarse como responsable específico de alguna de esas áreas.
- Producir contenidos audiovisuales con perspectiva ciudadana en diferentes géneros y formatos (informativo, educativo, ficcional, de entretenimiento, etc).

41. CARRERA: Especialización en Periodismo Gráfico

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Córdoba

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Especialización ha sido pensada y diseñada en función de las demandas de actualización y adquisición de nuevas competencias profesionales de los egresados de la Carrera de Comunicación Social y afines. El trayecto de formación en un área específica procura ampliar la capacitación profesional y brindar competencias en el campo del periodismo gráfico a través de prácticas profesionales intensivas fundadas en la reflexión sobre las continuidades y las vertiginosas transformaciones en la prensa actual. El área es problemática por cuanto requiere el examen del campo periodístico con el objetivo de brindar y actualizar competencias profesionales que permitan al egresado desarrollar las tareas de producción en nuevos ámbitos de trabajo como así también proponer políticas, planes de acción y encarar las particularidades de la tarea periodística en los escenarios actuales. Sin embargo, no se trata simplemente de elecciones técnicas. Las continuidades, las rupturas y aun la aptitud para asumir el cambio requieren de una formación integral que articule conocimientos teóricos pertinentes con el ejercicio profesional que hoy plantean los espacios ocupacionales. Al respecto, la Especialización propone un recorrido que contempla tanto la comprensión del campo vinculada a problemáticas sustantivas como la práctica intensiva en determinadas áreas. Se espera que tanto la perspectiva crítica sobre cuestiones significativas como las prácticas periodísticas intensivas otorguen formación conceptual y destrezas para los actuales escenarios periodísticos en su vinculación con diversos sectores y actores sociales. La propuesta plantea la vinculación entre conocimientos teóricos y prácticas profesionales respecto de las competencias y habilidades que se necesitan en el campo profesional.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Proponer un programa de estudios que permita la consolidación de saberes y adquisición de nuevas competencias y habilidades para un ejercicio eficiente en el campo profesional.
- Reflexionar sobre los conocimientos teóricos que permiten la comprensión del universo de la prensa actual y su papel en la sociedad.
- Brindar espacios de prácticas profesionales que garanticen la competencia de los profesionales en la producción, redacción y edición de los contenidos de información.

- Desarrollar competencias profesionales para las nuevas destrezas requeridas por los cambios tecnológicos en el periodismo gráfico.
- Brindar conocimientos profesionales necesarios para planificar, diseñar y gestionar políticas y estrategias para las organizaciones informativas.
- Capacitar en las prácticas profesionales requeridas en el contexto de la globalización de los recursos de la información, la comunicación y la cultura.
- Ofrecer un espacio de práctica especializada a todos los egresados de las carreras de grado de la región vinculadas al periodismo.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- El egresado de la carrera propuesta deberá:
- Desempeñarse con eficiencia en el campo del periodismo gráfico.
- Identificar problemáticas y realizar diagnósticos e intervenciones en el ámbito de las empresas de comunicación.
- Tomar decisiones que contribuyan al mejoramiento o creación de productos o medios gráficos.
- Integrar equipos para el funcionamiento de medios gráficos.
- Proponer, desarrollar y producir proyectos periodísticos.
- Adquirir competencias, habilidades y destrezas necesarias para enfrentar las transformaciones que ocurren actualmente en el campo periodístico.
- Reconocer las permanencias en el campo profesional actualizando sus contenidos.
- Producir contenidos periodísticos de calidad en el marco de la ética profesional.

42. CARRERA: Especialización en Comunicación Pública de la Ciencia y Periodismo Científico

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Córdoba

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Comunicación Pública de la Ciencia es un área que adquiere paulatinamente mayor relevancia social. En nuestro medio se trata de un área de vacancia en cuanto a la formación de profesionales con capacitación específica, de nivel Universitario. Al mismo tiempo es evidente que existe una enorme brecha entre la generación de conocimiento científico y la apropiación social del mismo. Esa brecha adquiere características dramáticas si se tiene en cuenta el grado en el cual los avances científico-tecnológicos condicionan y modifican la vida cotidiana. Es así que hoy en día bien se puede afirmar que vivimos en una sociedad tecnológica y por ende con una extensa base científica, pero en la cual la mayoría de la población no tiene posibilidades de ejercer en forma amplia su derecho a participar de una verdadera cultura científica.

Esta Especialización intenta ser un aporte para comenzar a cerrar dicha brecha, mediante la formación de posgrado de profesionales que sean capaces de comprender la dinámica de la producción científica y la de los medios y procesos comunicativos.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La carrera tiene por objetivo formar profesionales capacitados para desempeñarse en comunicación pública de la ciencia en diversos ámbitos: científicos, periodísticos, institucionales, entre otros.

Metas específicas:

- Contribuir a mejorar la calidad de las interacciones entre los organismos universitarios y científicos y los medios de comunicación masivos a través de una perspectiva integradora de sus respectivas lógicas.
- Satisfacer necesidades del medio local y regional en cuanto a capacitación en comunicación pública de la ciencia.
- Promover la actuación de profesionales que faciliten los procesos de alfabetización científica de la población.
- Fomentar la interacción sistemática de profesionales de las comunicaciones con investigadores de diferentes disciplinas.

- Promover una visión integradora de las ciencias como elemento central de la cultura contemporánea.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Comprender, analizar y transmitir en forma contextualizada la dinámica de la investigación científica a través de diferentes medios y estrategias.
- Comprender e interactuar en forma creativa con los sistemas de comunicación e información pública en todo lo que se refiere a divulgación de la ciencia.
- Planificar y llevar a la práctica estrategias creativas de comunicación pública de la ciencia, desde instituciones científicas, de promoción, o desde medios de comunicación o agencias de noticias.
- Comprender la diversidad de la problemática científica actual y proponer estrategias de comunicación diferenciadas, adaptadas a esa diversidad.
- Facilitar los procesos comunicativos entre investigadores y comunicadores sociales.
- Reflexionar en forma creativa acerca de las interacciones entre ciencia y comunicación.
- Valorar en forma crítica las posibilidades y limitaciones de la ciencia y la tecnología en el mundo actual, y contribuir a facilitar los procesos comunicativos que las vinculan con las grandes mayorías.

43. CARRERA: Especialización en Comunicación Digital

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Esta propuesta se propone analizar de manera crítica e integral la relación entre Comunicación y Nuevas Tecnologías a partir de la profundización teórica-epistemológica del campo disciplinar desde la cual se abordarán la producción, el diseño y el desarrollo de la Comunicación Digital.

En este sentido, tiene por objeto profundizar en el dominio de conocimientos teóricos, técnicos y metodológicos en el área de la Comunicación Digital, un campo disciplinar profesional que complejiza la formación en la Comunicación, el Periodismo, la Planificación, la Docencia y la Investigación, así como en las distintas áreas de las Ciencias Sociales.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El crecimiento y la complejización de los procesos sociales, el desarrollo de nuevas tecnologías y las transformaciones del escenario histórico actual desafían la producción de conocimientos y la formación de profesionales. Es desde este lugar que se plantea la necesidad de incorporar a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) en todas las etapas del trayecto educativo. En este sentido la Facultad de Periodismo y Comunicación Social ha sido precursora en el estudio e implementación de proyectos que involucran a TICs, en el marco de cada una de las áreas que la UNLP reconoce fundamentales para el desarrollo de la educación superior pública: Enseñanza, Investigación y Extensión.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Desarrollar un espacio formativo en Comunicación Digital que contemple la gestión, la producción y el análisis de las tecnologías.
- Analizar la articulación Comunicación, Tecnologías, Cultura.
- Constituir un espacio de investigación, producción y capacitación en Comunicación Digital, sus usos, significaciones y apropiaciones desde la comunicación.
- Contribuir a la resolución de las demandas actuales de los comunicadores en el campo profesional.
- Promover la producción de contenidos y proyectos multimediales y transmedia desde una metodología de abordaje integral, colaborativa y de participación colectiva.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El egresado de la Especialización estará capacitado para:

- Gestionar la Comunicación Digital en ámbitos públicos y privados.
- Analizar la relación Comunicación/Nuevas Tecnologías/Cultura.
- Diseñar, producir y evaluar materiales y producciones comunicacionales en lenguaje multimedial.
- Producir conocimiento científico para el desarrollo y la profundización del campo de la Comunicación y las Nuevas Tecnologías.
- Realizar diagnósticos de la Comunicación Digital.
- Desarrollar estrategias comunicacionales/pedagógicas en el marco de la Educación a Distancia.
- Conformar equipos interdisciplinarios para la producción de proyectos digitales.

44. CARRERA: Especialización en Comunicación Radiofónica

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Es una propuesta de Posgrado que se desarrolla como resultado de demandas existentes en el plano de los procesos, prácticas y saberes de la comunicación en radio, y de las instituciones y profesionales que median con sus producciones en ella.

La Especialización es un compromiso con la perspectiva profesional y comunicacional para generar herramientas académicas perdurables, que cooperen en sistematizar experiencias y crear un dispositivo que promueva y potencie el abordaje científico de la investigación y la capacitación en el campo del periodismo y la planificación y gestión informativa.

El plan de estudios ha sido organizado a partir de una definición de los objetivos de la carrera y de las competencias requeridas por el perfil del campo profesional de la misma, el que se encuentra determinado en torno al dominio académico, profesional, ético-axiológico y social a desarrollar en la especialización.

De este modo la Especialización en Comunicación Radiofónica se propone trabajar sobre la base de un modelo pedagógico fundamentado en el interaprendizaje, la interdisciplina y la transdisciplina.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Especialización en Comunicación Radiofónica de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de la Plata, de ahora en más FPyCS UNLP, contó con una trama institucional de vinculaciones que respaldó su creación en el año 2003. En el año 1995 cuando la Escuela Superior pasa a ser Facultad de Periodismo y Comunicación Social, la radio adquiere una fuerte identidad como objeto de estudio. Son numerosos los proyectos que construyen e indagan a la radio desde las rutinas de producción, el análisis del discurso, las radios comunitarias, los géneros y formatos, la convergencia digital y las nuevas tecnologías, la planificación y gestión radiofónica y las políticas de comunicación radiofónica. Pasados más de diez años, continúa un gran crecimiento y desarrollo de nuevas y actualizadas propuestas que dialogan permanentemente de manera conceptual y en la práctica. Acompañando la formación de Periodistas y Comunicadores Sociales en la FPyCS UNLP, la radio es abordada en distintas instancias en sus diferentes etapas y planes de estudios como en el Plan de Estudios vigente (1998) que contiene un Área de Producción, que contempla tres asignaturas anuales denominadas Taller de Producción

Radiofónica I,II y III. Estos espacios de formación, se complementan con una oferta de seminarios de Locución Periodística, de Géneros y Estilos Radiofónicos Contemporáneos, un Taller de Edición Digital de Sonido, un seminario de Radio Arte, y una Radio Itinerante. Asimismo, la Tecnicatura Superior en Periodismo Deportivo y la Tecnicatura en Comunicación Popular de la Institución dictan contenidos radiofónicos. A su vez articula en posgrado con la Maestría en Comunicación y Gestión de Procesos comunicacionales y la Maestría en Periodismo y Medios de Comunicación.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

- Ofrecer una formación de alta capacitación en el campo del periodismo, la planificación y gestión informativa. Como toda práctica, la comunicación radiofónica tiene para el profesional que la ejerce un sentido informado por una teoría.
- Objetivar qué teoría informa esas producciones, preguntarse sobre la especificidad periodística y comprender la práctica profesional posibilitando, el necesario acoplamiento del pensar y el hacer en torno a los distintos aspectos que la constituyen, desde su materialidad técnica hasta su dimensión simbólica son objetivos centrales del proyecto.
- Proporcionar a sus egresados una actualización complementada de sus habilidades profesionales, del conocimiento y de las actitudes requeridas para producir y realizar en radio e interactuar con la Empresa Mediática y el sistema de instituciones que ofrece y demanda periodísticamente de La Radio.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Los objetivos formativos de la carrera son:

- Promover y fortalecer una formación de alta capacitación en el campo del periodismo, la planificación y gestión informativa.
- Propiciar el desarrollo de conocimientos sólidos sobre campo radiofónico, para intervenir en los productos y actividades periodísticas.
- Contribuir a la actualización de las habilidades profesionales, del conocimiento y de las actitudes requeridas para producir y realizar en radio.
- Fomentar el diseño de políticas de comunicación informativa, de planificación, y gestión de la programación periodística, aplicables a posibles audiencias.
- Promover la investigación que permitirá elaborar estrategias que contribuyan en las acciones para intervenir y mejorar el medio.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El especialista desarrollará una actualización y profundización de sus habilidades para:

- Dar a la radio una entidad compleja donde el pensar y el hacer no sean categorías y momentos disociados, sino momentos distintos pero convergentes.
- Distinguir el conjunto de supuestos, nociones y tradiciones que modelan y diseñan las propias prácticas profesionales.
- Identificar las radios que existen en el contexto de producción del comunicador y los modos de constituir sus audiencias y relacionarse con ellas.
- Imaginar, proyectar, analizar y evaluar, procesos y productos periodísticos radiofónicos.
- Planificar, observar, elaborar y coordinar, proyectos y servicios informativos radiofónicos.
- Identificar, formular y resolver problemas relacionados con la comunicación radiofónica.
- Desarrollar, adaptar y utilizar nuevas herramientas y técnicas para producir y realizar noticias en radio.
- Valorar la factibilidad económica de los proyectos de comunicación radiofónica.
- Actualizarse permanentemente, reconociendo la necesidad y habilidad para permanecer aprendiendo toda la vida y demostrar un conocimiento de los asuntos contemporáneos que afectan su actividad profesional y su participación democrática.

45. CARRERA: Especialización en Comunicación Social, Periodismo y Género

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Es una carrera de posgrado que profundiza la formación académica sistemática de los profesionales que intervienen en el campo de la comunicación y el género. Propone la formación de graduados y graduadas, en el análisis y producción de relatos que deconstruyan discursos sexistas y construyan discursos no sexistas, creativos, en las prácticas comunicacionales del periodismo, la planificación comunicacional y la elaboración de contenidos educativos.

Es el momento histórico indicado para proponer a periodistas, comunicadoras y comunicadores, así como a egresados y egresadas de las ciencias sociales, un espacio académico de formación, en el que se promueva el ejercicio de una comunicación social construida desde una forma de abordar la realidad que contemple la dimensión de género, en un pos de una sociedad inclusiva y democrática, en el marco de un enfoque de protección de derechos humanos de las mujeres y de los colectivos LGTBI (lesbianas, gays, transexuales, bisexuales, intersexuales), históricamente vulnerados.

Se abordarán dos ejes complementarios, uno teórico, de análisis histórico y comunicacional acerca de las estructuras del patriarcado, y un acercamiento teórico-práctico al género vinculada a la comunicación, la producción y el lenguaje, que tenga en cuenta los derechos humanos y las políticas públicas, y que, a través de convenios con organizaciones e instituciones vinculadas a la temática, se exprese en el desarrollo de experiencias concretas.

Se pretende que las y los egresados adquieran una herramienta de trabajo y una forma de mirar el mundo, que transformará sus prácticas profesionales, completándolas y enriqueciéndolas

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La política institucional de Posgrado de esta Unidad Académica en los próximos años se concentró en una estrategia de focalización y especialización de su oferta académica, la cual se ha ido desarrollando atendiendo tanto al crecimiento y expansión de los campos de conocimiento como a los procesos sociohistóricos y políticos, que se han complejizado y transformado profundamente.

La presente especialización se propone, por un lado, atender esta vinculación teórico-práctica con la actualidad focalizando, en la producción teórica que el feminismo aportó al campo de las ciencias sociales en general y a la formación profesional desde finales de la década del 70,

con el surgimiento del concepto de género, sus múltiples lecturas y resignificaciones, como así también la etapa previa durante la cual no se utilizaba aún dicho concepto pero sí su significado.

Por otra parte, se propone abordar las prácticas profesionales desde el análisis y construcción de lenguajes periodísticos no sexistas, la transversalidad del género en relación a la planificación comunicacional y en la producción de materiales educativos.

La Especialización se enmarca en el actual contexto socio histórico con la sanción de la Ley 26485, de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra la Mujeres en los ámbitos en que desarrolle sus relaciones interpersonales, que estableció por primera vez en el ámbito normativo, la tipología de violencia simbólica y la modalidad de la violencia mediática, y sumó la obligación por parte del Estado de fomentar la capacitación de periodistas y comunicadoras/es con el objetivo de eliminar de los medios de comunicación los estereotipos sexistas que promueven la violencia hacia las mujeres.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La carrera apunta a que los egresados profundicen en instrumentos teóricos y prácticos para comprender los procesos históricos, sociales y culturales desde el género y sus implicancias teóricas y operativas en el campo de la comunicación social.

Se trabajará especialmente en vincular los conocimientos adquiridos con la aplicación en prácticas periodísticas, en estrategias de planificación comunicacional y en elaboración de contenidos educativos.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Ofrecer instrumentos teóricos y prácticos para comprender los procesos históricos, sociales y culturales desde el género.
- Reflexionar sobre la categoría de género y sus implicancias teóricas y operativas en el campo de la comunicación social.
- Contribuir al establecimiento de una mirada crítica, desde los derechos humanos, sobre la sociedad patriarcal en general y los medios de comunicación en particular.
- Vincular los conocimientos adquiridos con la aplicación en prácticas periodísticas, en estrategias de planificación comunicacional y en elaboración de contenidos educativos.
- Brindar un panorama de los distintos abordajes teórico-metodológicos para la incorporación del enfoque de género a las prácticas profesionales.

- Entrenar en el uso de herramientas técnicas apropiadas para la planificación, gestión y evaluación de políticas comunicacionales de y para la equidad de género.
- Contribuir al análisis de discursos reproductores de estereotipos sexistas y estimular su utilización como agentes de transformación social y política en los ámbitos de inserción laboral que prevé la carrera de grado.
- Promover la práctica comunicacional con enfoque de género.
- Desarrollar un trabajo interdisciplinario.
- Contribuir al currículum académico con materias y herramientas conceptuales y prácticas a partir de la articulación comunicación y género.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El/la profesional que egrese de la Especialización en Comunicación Social, Periodismo y Género estará capacitado para:

- Constituirse como agentes del campo de la comunicación social, con una mirada de género, participando de las disputas por la significación y las reglas que estructuran dicho campo.
- Adquirir herramientas teóricas y prácticas para producir contenidos periodísticos, comunicacionales - educativos desde el género.
- Analizar y problematizar contenidos comunicacionales y periodísticos desde ésta perspectiva.
- Adquirir herramientas teóricas y prácticas para elaborar programas comunicacionales en políticas públicas, así como metodología para analizar programas existentes y estructuras organizacionales.
- Analizar desde el género la construcción de la agenda periodística.
- Reconocer, redimensionar y de construir, lenguajes sexistas.
- Adquirir técnicas de producción y técnicas de narración en lenguajes no sexistas.

46. CARRERA: Especialización en Comunicación y Ambiente

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Esta propuesta de posgrado trabaja en dos vías: la comunicación y el ambiente. El reconocimiento de la problemática ambiental se articula con la práctica comunicacional de manera que la especialización se constituye como un espacio de formación de profesionales con una mirada crítica y constructiva acerca de los temas y problemas ambientales; integrando variables sociales, económicas y culturales. Esto implica contemplar una perspectiva regional y su correlato en lo global, nacional y local.

El desafío de la especialización es formar profesionales con un conocimiento profundo sobre los diferentes aspectos que involucra la relación biodiversidad/sociedad, el manejo sustentable de los recursos naturales y una responsabilidad ética frente al desafío de ayudar a construir ciudadanía responsable.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Especialización se inició en el año 2007 y en la actualidad, se integra a las propuestas de formación de Posgrado a nivel nacional y de América Latina. Aborda la comunicación ambiental como campo de estudio y plantea el afianzamiento y sistematización de conocimientos sobre comunicación y ambiente junto con una intervención comunicacional compleja, crítica y fundamentada. La Especialización comparte ámbitos institucionales para la formación profesional con las otras especializaciones dictadas en la Facultad, y es conducente hacia la integración con niveles académicos superiores de formación con las carreras de Maestría y Doctorado. Además, busca abrir el debate sobre el campo en formación y construir nuevos espacios de enunciación y propone pensar en las principales transformaciones económicas, los hechos históricos y la orientación de la producción científica y tecnológica local y latinoamericana, a la hora de plantear un perfil de profesional enfocado en las temáticas ambientales.

Asimismo, la especialización se inserta en un contexto donde la comunicación adquiere un lugar central en los debates y las intervenciones del espacio social, político, económico y cultural. En esta última década se expresan y quedan visibles las enseñanzas del pasado reciente pero, especialmente, los límites y las tensiones que se generan en el marco de un escenario de recuperación económica para el país y de definición de políticas públicas en materia ambiental.

Para avanzar en la concreción de esta Especialización tuvo que existir una rearticulación sobre los objetivos fijados desde la facultad, una focalización en los planes y en políticas públicas del Estado y una definición de una coyuntura posible para llevar adelante la comunicación ambiental como teoría y como práctica.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Promover y fortalecer una formación de alta capacitación en el campo del periodismo, la planificación y gestión de la comunicación y el ambiente.
- Propiciar el desarrollo de conocimientos sólidos sobre campo, para intervenir en los productos y actividades propias de la especialización.
- Contribuir a la actualización de las habilidades profesionales, del conocimiento y de las actitudes requeridas para producir, realizar y gestionar prácticas y procesos en comunicación y ambiente.
- Fomentar el diseño de políticas de comunicación informativa, de planificación y de gestión de la comunicación y ambiente.
- Promover la investigación que permitirá elaborar estrategias que contribuyan en las acciones para intervenir y mejorar las prácticas en comunicación y ambiente.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El egresado estará capacitado en la gestión comunicacional en instituciones, organismos, agencias de cooperación, programas y proyectos que articulen procesos de desarrollo ambientales. Podrá desempeñarse con una mirada crítica y constructiva acerca de los temas y problemas ambientales que comprendan la problemática global, y desde una perspectiva nacional y su correlato regional y local. Se desarrollará con responsabilidad ética frente al desafío de ayudar a construir ciudadanías responsables.

El egresado de la carrera es formado como Especialista en:

- Identificar las principales características del impacto de la comunicación ambiental como problema y solución.
- Elaborar estrategias para la prevención de desastres, puesto que su rol de comunicadores es clave en la acción comunicativa y luego de un acontecimiento extraordinario.

- Con una mirada crítica y constructiva acerca de los temas y problemas ambientales que comprendan la problemática global,
- Con una perspectiva nacional y su correlato regional y local,
- Con un conocimiento profundo sobre los diferentes aspectos que involucran la relación biodiversidad/sociedad, el manejo sustentable de los recursos naturales y con responsabilidad ética frente al desafío de ayudar a construir ciudadanías responsables.

47. CARRERA: Especialización en Comunicación y Juventudes

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La propuesta articula una mirada latinoamericanista, por la cual plantea la importancia de regionalizar los abordajes, enfatizando la producción local en torno a las juventudes y sus respectivas discusiones. Por ello que la Especialización se abre a la incorporación de profesionales de distintas regiones, en tanto que los estudiantes provenientes de otros países podrán desandar unos mismos recorridos problemáticos y herramientas conceptuales, tendientes de ser apropiados en la diversidad de contextos en que se inscriben las juventudes.

En los últimos años hemos asistido a una gran problematización en torno al lugar de la juventud, ocupando un espacio prioritario no sólo en las agendas sociales sino también en los medios y en las investigaciones académicas. A su vez, observamos cómo desde múltiples cauces las juventudes son convocadas e interpeladas como sujeto histórico por el Estado y por las políticas gubernamentales. Los procesos de politización, el crecimiento y la mayor visibilidad de los espacios de participación y asociatividad de los jóvenes que se vienen produciendo, dan cuenta de la integración de rasgos novedosos que refieren en sus diversas expresiones y modos de vivenciar lo social.

En este contexto signado por grandes transformaciones, el interés por las juventudes abre al desafío de construir una mirada compleja de las juventudes desde desiguales territorios como enclaves culturales de configuración de discursos acerca de las juventudes, como también desde la problematización de las dinámicas de asignación de sentidos, experimentación y prácticas por parte de los y las jóvenes.

Como aporte diferencial, el diseño de la presente Especialización se inscribe en el campo de comunicación/cultura, lo que implica desarrollar una mirada específica ligada a los procesos socio históricos de construcción de sentido, articulando comunicación, cultura y sociedad: la comunicación vinculada a los modos de estar juntos que implican unos sentidos específicos del mundo pero sobre plataformas materiales e históricas determinadas, y la cultura comprendida como dimensión significativa de lo social, como arena de lucha por los sentidos legítimos que una comunidad da al mundo en que vive, entendida entonces como doble dimensión: por un lado, como creación e innovación en las prácticas sociales; por otro, como terreno de dominación y reproducción.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Especialización en Comunicación y Juventudes apunta a profundizar y ampliar la capacitación profesional a través de un entrenamiento intensivo en los estudios y prácticas que intervienen sobre la condición juvenil contemporánea. Dentro del campo de la comunicación social, los jóvenes han sido construidos como actores visibles en lo político/cultural, en tanto productores de escenarios y discursos sociales.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Tiene como objetivo la formación en el campo de comunicación y juventudes de profesionales capacitados para analizar, diseñar y/o gestionar, mediante saberes críticos y comprometidos, proyectos desde y para las industrias culturales y las políticas públicas destinados a jóvenes en el contexto contemporáneo.

- Construir un espacio de excelencia y referencia académica, para la formación y consolidación de diversos actores sociales preocupados por las problemáticas del campo de la Comunicación y la Juventud.
- Formar profesionales críticos y comprometidos con la generación de condiciones políticas y de justicia social desde perspectivas plurales e inclusivas de género y de derechos.
- Generar espacios de discusión en torno al conjunto de instituciones, discursos y experiencias que constituyen el estatuto de lo juvenil en América Latina, haciendo énfasis en la producción y reflexión asociada a la práctica.
- Colaborar con la formación de profesionales con herramientas para la planificación y puesta en marcha de proyectos en Comunicación y Juventud, desde las políticas públicas y la sociedad civil.
- Colaborar con la formación de profesionales con herramientas para el diseño de estrategias y productos en diferentes textualidades de las industrias culturales que interpelen a la juventud.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El profesional que egrese de la Especialización en Comunicación y Juventudes estará capacitado para:

- Reconocer, analizar y problematizar la complejidad de la conformación de las juventudes de acuerdo a diversos contextos de intervención, haciendo énfasis en la producción y reflexión asociada a la práctica.

- Dar cuenta de los procesos sociales y culturales latinoamericanos que delimitan el estatuto de lo juvenil.
- Identificar las reformulaciones de los procesos de subjetivación contemporáneos y a las juventudes como agentes con capacidad de (re)crear ámbitos de socialización heredados y emergentes.
- Contribuir a la formulación de políticas y al diseño de programas que impacten en la calidad de vida e inclusión de los jóvenes en articulación con diversos recortes problemáticos y perspectivas disciplinares que configuran el campo de estudio de las juventudes en América Latina.
- Evaluar el impacto de las políticas públicas desde una perspectiva generacional y diseñar estrategias de intervención social específicas para los segmentos poblacionales que conforman las juventudes.
- Diseñar y producir materiales en los diferentes campos de la industria cultural, con herramientas para desempeñarse en los distintos lenguajes de las mismas.
- Elaborar contenidos para jóvenes en diversos soportes que permita enlazar la perspectiva juvenil con una articulación comprensiva de los marcos de producción, desnaturalizando y sorteando todo lo posible el riesgo de interpelaciones morales, adulto céntricas, contra históricas y/o reproductoras del sentido común distribuido en las agendas sociales.

48. CARRERA: Especialización en Comunicación y Salud

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La propuesta toma los aportes de la salud colectiva del movimiento sanitarista brasilero, la medicina social Latinoamérica y por supuesto, las tradiciones críticas de la comunicación en América Latina.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Especialización es un ámbito de investigación, práctica y generación de conocimientos interdisciplinarios y transdisciplinarios con el objetivo de construir elementos teóricos, herramientas metodológicas y estrategias de comunicación que permitan abordar los procesos que involucran a los campos de la salud y la comunicación. La Especialización tiene como objetivo ofrecer una formación profesional de alta capacitación que habilite a sus egresados para el análisis y la intervención en el campo de la Comunicación y la Salud. La Especialización es una propuesta académica, profesional y de investigación de nivel de posgrado, realizada en conjunto con la organización no gubernamental Médicos en Prevención a través del correspondiente convenio, que surge como respuesta a demandas en el plano de la investigación, de la acción en el sector salud tanto asistencial como de planificación de políticas y de la producción periodística específica, que en muchos casos denotan una falta de conocimientos teóricos, una falta de herramientas suficientes para el análisis de procesos y formas de divulgación.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Especialización en Comunicación y Salud propone como principal meta académica formar docentes, investigadores y profesionales en el campo de la comunicación y la salud. El objetivo de la carrera es, por lo tanto, aportar los elementos conceptuales para profundizar los conocimientos tanto de salud como de comunicación y lograr tener un dominio práctico y teórico del área ampliando la capacitación profesional. Son objetivos de la carrera:

- Formar especialistas en el campo de la Comunicación y la Salud.
- Estimular a profesionales de Comunicación Social y Ciencias Médicas a adquirir las herramientas para poder utilizarlas con una mirada comunicacional para entender las problemáticas de la salud.

- Introducir a graduados y especialistas en comunicación y periodismo en temas, técnicas y conceptos del vocabulario médico y del periodismo especializado.
- Posibilitar que los graduados tanto de nuestra facultad como de Ciencias Médicas puedan acceder a conocimientos de salud y comunicación, respectivamente.
- Producir profesionales de sólida formación en comunicación/salud tomando como punto de partida una enseñanza transdisciplinaria.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Comunicador en Salud es el profesional que identifica, en un contexto determinado, temas y problemas de salud, pero con el firme propósito de promover prácticas sociales que favorezcan la calidad de vida y por ende, que se atiendan de manera integral los factores de incidencia. Un profesional del periodismo en salud ha de difundir crítica, ética y responsablemente la información sobre los temas o dificultades que enfrentan amplios o reducidos sectores de la población; pero invariablemente se ha de concebir la trascendencia de realizar un seguimiento sistemático en torno al tema que le ocupa e incorporar aquellos contenidos que están en la línea de interés de las audiencias o de las comunidades a las que llega con su labor. Un trabajo de esta naturaleza exige sólidos conocimientos y habilidades para planear, diseñar, efectuar y evaluar el trabajo comunicacional, así como la participación de los actores que intervienen en los distintos ámbitos de la salud.

49. CARRERA: Especialización en Periodismo Cultural

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Destinada a formar profesionales que puedan reconocer los fenómenos culturales y estéticos en el marco de campos artísticos conflictivos, constituidos por tensiones y relaciones de fuerzas, negociaciones y divergencias respecto de la significación.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Esta propuesta de posgrado aborda desde géneros periodísticos las prácticas culturales de la vida cotidiana y la producción de fenómenos estéticos en el campo social. Apunta a otorgar herramientas específicas para el ámbito laboral del profesional. La formación especializada de periodistas en la producción de relatos que construyan y reconstruyan experiencias creativas en los campos de las bellas artes, las bellas letras, la cinematografía, las culturas populares y la vida cotidiana.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Promover un espacio académico dirigido a la consolidación y profundización de la formación permanente de los profesionales del campo de la comunicación en el conocimiento y la intervención en prácticas, medios y ámbitos periodísticos - culturales.
- Crear espacios de reflexión para la construcción de una agenda profesional en periodismo cultural desde puntos de vista formados por nociones complejas, que permitan interpretar la producción tradicional de las bellas artes y las bellas letras como así también otras prácticas sociales.
- Contribuir a la formación de periodistas orientados hacia temáticas culturales con una formación académica sistemática que retome los problemas teóricos constituidos en el campo de las ciencias sociales y las bellas artes a lo largo del siglo XX.
- Fomentar la capacidad interpretativa de los profesionales hacia los productos culturales, para establecer sus condiciones de producción, sus pertenencias a tradiciones y/o sus grados de innovación en la cultura y las prácticas sociales.
- Promover un perfil profesional con una formación crítica en géneros y estilos mass-mediáticos vinculados al periodismo y la producción cultural, como así también la creación de nuevos géneros y estilos para el periodismo cultural.

- Focalizar en la lectura crítica, que les permitan analizar y cuestionar cómo funciona el campo del periodismo cultural.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El profesional que egrese de la Especialización en Periodismo Cultural estará capacitado para:

- Generar materiales culturales en los campos de las artes, las culturas populares y la vida cotidiana entre otros, con herramientas para desempeñarse en los distintos lenguajes de la comunicación masiva.
- Promover la escritura como práctica social, profundizando en el periodismo narrativo y en la lectura crítica en múltiples lenguajes.
- Reconocer y redimensionar el impacto comunicacional de las producciones culturales de vanguardia o del under que no integren el circuito massmediático.
- Aportar una mirada crítica al debate sobre las diversas matrices culturales desde las que se producen los fenómenos culturales, reconociendo la tensión entre la mercantilización de la cultura y las experiencias populares orientadas a hacia formas de identificación por fuera de los mercados.
- Reconocer los fenómenos culturales y estéticos en el marco de campos artísticos conflictivos constituidos por tensiones y relaciones de fuerzas, negociaciones y divergencias respecto de la significación.
- Constituirse como agentes de esos campos conflictivos participando de las disputas por la significación, transformándose en actores legítimos para discutir las reglas que estructuran el campo e intervenir en el periodismo cultural como motor de políticas culturales.
- Adquirir técnicas narrativas que abonen los géneros constitutivos dentro del periodismo cultural.
- Desarrollar un registro escritural que pueda consolidarse como un estilo que logre incorporar y profundizar las tensiones y los debates contemporáneos en relación a los fenómenos culturales y sus modos de producción y consumo.

50. CARRERA: Especialización en Edición

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La incorporación de la formación editorial a los estudios universitarios es relativamente reciente en el mundo de habla hispana. En América Latina, sólo hay dos ofertas de estudios de grado y, tanto en nuestros países como en España, es incipiente el desarrollo de posgrados en Edición. La mayoría de ellos están focalizados en los aspectos económicos de la actividad editorial y suelen desatender las cuestiones referidas al proceso de edición. En este, se pone acento en los procesos desarrollados en el campo profesional y su relación con el campo de la comunicación y la cultura.

En ese contexto, deben destacarse por lo menos cuatro elementos innovadores de esta propuesta:

- Foco en la edición: se trata de la única oferta de posgrado que apunta a formar al editor como un experto en lectura y escritura, y articula directamente, con la formación de Grado.
- Énfasis en la dimensión comunicacional de las publicaciones, con una perspectiva que coloca al lector y la lectura en el centro de sus intereses.
- Interrelación entre la universidad y el campo editorial vistos como espacios de articulación y enriquecimiento mutuo.
- Política de impacto en el mejoramiento de procesos y resultados de las editoriales y las organizaciones en las que los graduados se desempeñen.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Existe un reconocimiento de la trayectoria de la institución en la formación de profesionales del periodismo y la comunicación, capacitados en distintos saberes teórico-prácticos en relación a esas disciplinas. En relación con este proceso de consolidación que llega hasta hoy, desde 1995, se comenzó a desarrollar una importante revisión curricular que culminó con la implementación del nuevo Proyecto Curricular y Plan de Estudios 98. Desde esta nueva propuesta, además de la inclusión de las Orientaciones en Periodismo y en Planificación, se innovó con la carrera de Profesorado en Comunicación Social como una de las nuevas orientaciones de la carrera de grado. En el caso de Periodismo y Planificación, las áreas profesionales en las que un graduado en ellas podía insertarse empezó a reclamar aún más, una especial preparación en las herramientas fundamentales de un periodista o un

planificador: lectura y escritura. Mucho más teniendo en cuenta los avances constantes a nivel tecnológico.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Especialización en Edición se enmarca en una estrategia de focalización y especificidad de la oferta académica en lectura y escritura en comunicación, ampliando la capacitación profesional a través de un entrenamiento intensivo. Tiene por objeto, profundizar en el dominio de conocimientos teóricos, técnicos y metodológicos en el área de la edición, un campo disciplinar profesional emergente y cada día más necesario de formar, en la Comunicación, el Periodismo, la Planificación, la Docencia y la Investigación.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Los egresados de esta Especialización (Especialistas en Edición) habrán desarrollado a lo largo de los módulos los saberes y las competencias necesarias para desempeñarse en las siguientes tareas:

- Trabajar en la lectura, corrección y escritura de originales con la especificidad de la formación en el campo de la comunicación.
- Editar originales cuyos textos e imágenes sean eficaces en función del propósito, los destinatarios y el tipo de publicación.
- Desarrollar proyectos editoriales cuyos procesos y resultados respondan a estándares internacionales de calidad.
- Estar al corriente de las prácticas y los debates socioculturales vinculados con el campo editorial, la circulación de publicaciones, la lectura y la escritura.
- Trabajar en conjunto con otros profesionales del campo de la edición e integrar editoriales en diversos ámbitos que realizan publicaciones.
- Desarrollar tareas en el campo de la docencia y la investigación en el área de la edición.

51. CARRERA: Especialización en Prácticas, Medios y Ámbitos Educativos Comunicacionales

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La Especialización en Prácticas, Medios y Ámbitos educativo–comunicacionales es una carrera de posgrado que profundiza la formación académica sistemática de los profesionales que intervienen en el campo de la comunicación y de la educación en las instancias que articulan ambas prácticas. Desde el campo educativo cada vez más, se requiere la puesta en juego de la mirada comunicacional para comprender el carácter comunicacional y cultural de los procesos educativos.

Esta Especialización realiza un acercamiento a distintas temáticas tomando como vertebradora la relación Comunicación/Cultura/Educación, intentando desarrollar una mirada compleja e integradora de los procesos educativos, culturales y comunicacionales, reconociendo su coextensividad y mutuo involucramiento.

Desde esta perspectiva, se constituye en un espacio de investigación y por tanto, de generación de conocimientos desde donde repensar esta articulación y por ende construir nuevos procesos de intervención.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Las propuestas de formación de Posgrado en Comunicación y Periodismo son relativamente recientes en Argentina y en América Latina. Esta realidad tiene que ver centralmente con una tardía constitución e institucionalización del campo académico de la comunicación en las ciencias sociales, sin dejar de considerar el impacto que en el mismo tuvieron determinados hechos históricos que lo atravesaron medularmente.

La propuesta de formación de Posgrado de la Facultad ha sido desarrollada en este marco. En tal sentido, la decisión institucional de crear esta carrera de Especialización se articuló esencialmente con a) el reconocimiento de la existencia de un campo de experiencias y desarrollos teóricos interdisciplinarios entre Comunicación y Educación, en el que la Facultad venía desarrollando una trayectoria b) la presencia en la Facultad de graduados de la carrera de grado de Profesorado en Comunicación Social, prácticamente inédita en el país en el año de su creación (1998), con inquietudes de profundización de su formación profesional en el campo y c) la necesidad, al interior de la propia institución, de formar cuadros académicos dentro de su cuerpo docente, capaces de afrontar problemáticas referentes a la formación universitaria en Comunicación. Todos estos elementos se sintetizan en la creación de un

posgrado interdisciplinario, complejo, dinámico y especialmente práctico, que recupera la reflexión para la intervención en la formación de profesionales involucrados en el campo antes mencionado. Se ha ido consolidando por ello como un espacio académico que busca canalizar estas líneas de desarrollo institucional.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La carrera apunta a que los egresados profundicen en sus capacidades para intervenir en los distintos ámbitos y modalidades en que se desarrollan prácticas educativo-comunicacionales, abordando el análisis, la reflexión y puesta en acción de los principios, criterios y procedimientos que hacen a la configuración de una intervención pedagógico-comunicacional compleja, crítica y fundamentada.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Las principales metas de la carrera son:

- Desarrollar un espacio académico dirigido a la consolidación y profundización de la formación permanente de profesionales en el campo de la comunicación en el conocimiento y la intervención en prácticas, medios y ámbitos educativo/comunicacionales.
- Propiciar y fortalecer el desarrollo de una mirada pedagógico-comunicacional compleja.
- Promover el desarrollo de propuestas educativas innovadoras y/o alternativas fundamentadas.
- Fomentar la capacidad de sistematizar conocimientos sobre las prácticas, medios y ámbitos educativo/comunicacionales.
- Contribuir a la profesionalización de la intervención en la producción de proyectos de comunicación/educación.
- Fomentar la integración de los profesionales del campo de la comunicación en ámbitos interdisciplinarios desde el manejo de la dimensión comunicacional de las prácticas educativas.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El egresado de la carrera es formado como Especialista en:

- El manejo de las diversas perspectivas teóricas pedagógicas y comunicacionales y los modos en que impactan y configuran las prácticas y proyectos sociales.

- El desarrollo de proyectos de intervención en distintos ámbitos educativo/comunicacionales reconociendo su complejidad y especificidad.
- El análisis y la producción de materiales, medios y lenguajes en prácticas que involucren procesos culturales, educativos y comunicacionales en diversos contextos y ámbitos sociales e institucionales.

52. CARRERA: Especialización en Periodismo Económico

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Mar del Plata

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Con la presentación de las carreras de Especialización, se propone satisfacer una extensa e ininterrumpida demanda por parte de los graduados vinculados a las ciencias económicas y de la comunicación, abarcando tanto a los que reúnen una formación académica como especializada y post-profesional.

Es importante destacar que la región que incluye entre sus ciudades más importantes a Mar del Plata, Balcarce, Tandil, Partido de la Costa, Miramar, Necochea- no posee profesionales en la especialidad de “Periodismo Económico”. La carrera de Licenciatura en Economía solo se dicta en la región en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la UNMDP, siendo el perfil del graduado orientado hacia el ejercicio de la profesión en forma independiente o en el sector público. Por otra parte, la carrera de Comunicación Social se dicta en Mar del Plata desde el año 1997 en una universidad privada y desde 2000 en institutos de nivel terciario, y cuyos perfiles profesionales están orientados a la amplia gama de especializaciones de un graduado en comunicaciones, desde el periodismo hasta la publicidad o la comunicación institucional, no teniendo en la curricula ninguna materia de profundización en temas económicos.

Los pocos análisis económicos que se realizan en los medios de comunicación local son en general incursiones esporádicas, sin un análisis profesional permanente de la problemática regional o local. Los medios locales, que son altamente concentrados, no tienen una sección especializada o suplementos orientados a este tipo de información.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Formar especialistas en el campo del Periodismo y la Economía Política.
- Estimular a economistas y profesionales en Comunicación Social y de Ciencias Económicas a adquirir conceptos técnicos del periodismo económico y poder utilizarlos profesionalmente.
- Introducir a graduados y especialistas en comunicación y periodismo en temas, teorías y técnicas de análisis de la realidad económica.
- Posibilitar que graduados de diferentes disciplinas accedan a conocimientos económicos y de comunicación aplicada en la práctica periodística.

- Formar profesionales con conocimientos sólidos en periodismo económico, desarrollando la capacidad de búsqueda, interpretación y análisis crítico de información económica.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Especialización es una propuesta académica, profesional y de investigación de nivel de posgrado, que surge como respuesta a demandas en el plano de la investigación y de la producción periodística específica, que en muchos casos denotan una falta de conocimientos teóricos, una falta de herramientas suficientes para el análisis de procesos y formas de divulgación.

La Especialización apunta a ser un ámbito de investigación, de práctica y de generación de conocimientos interdisciplinarios para una difusión pública de cuestiones relacionadas a la economía. No solo contempla la investigación en el campo de la Economía Política sino también la práctica específica en los medios de comunicación, en el área de economía.

53. CARRERA: Especialización en Comunicación Digital Audiovisual

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Quilmes

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Busca generar herramientas académicas perdurables, que aporten a la actualización de los debates y describa los nuevos contextos de la comunicación audiovisual, desde los nuevos contextos legislativos, de políticas públicas y de nuevos procesos de transformación tecnológica.

Las políticas de Comunicación en Argentina y en América Latina atraviesan uno de los momentos de transformación más importante de su historia. En nuestro país, desde la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que incorpora al espectro de producción audiovisual a innumerable cantidad de nuevos actores. La Televisión Digital Terrestre representa un cambio cultural y tecnológico a la hora de producir, emitir y recibir contenidos televisivos, que incluye un nuevo panorama en los usos tecnológicos, las narrativas audiovisuales y nuevas formas de producción.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Especialización en Comunicación Digital Audiovisual se incluye dentro de un conjunto de iniciativas de formación de pregrado, grado y posgrado, investigación científica, extensión universitaria, gestión y otras actividades académica. Es por ello, que se trata de una propuesta de formación superior que articula con la formación de grado de Licenciatura en Comunicación Social, de pregrado como la Tecnicatura en Gestión de Medios Comunitarios, con Programas y Proyectos de Investigación y Desarrollo vinculados específicamente a la comunicación audiovisual, programas y proyectos de Extensión universitaria con vasta trayectoria de inserción territorial junto a medios de comunicación regionales y organizaciones sociales, el Programa Transversal de Televisión Digital Terrestre, como así también la realización de jornadas académicas sistemáticas que abordan específicamente la comunicación audiovisual.

Por último, es oportuno mencionar que dicha formación específica es considerada de vacancia, ya que no existe en la oferta de carreras de posgrado del sistema universitario nacional una carrera que aborde este campo específico.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

- Ofrecer una formación de alta capacitación en el campo del periodismo, la planificación, la realización y gestión audiovisual. Como toda práctica, la comunicación

audiovisual tiene para el profesional que la ejerce un abordaje compuesto por la teoría y las prácticas.

- Proporcionar a sus egresados una actualización complementada de sus habilidades profesionales, del conocimiento y de las actitudes requeridas para producir y realizar en medios.
- Consolidar competencias para intervenir en productos y actividades.
- Capacitar en el diseño de políticas de comunicación informativa, planificar y gestionar la programación periodística, la producción y las posibles audiencias,
- Analizar productos, para estudiar y comprender la oferta y la competencia informativa a la que deben enfrentarse,
- Promover líneas de investigación, que permitirá pensar mejores acciones para intervenir y mejorar el medio.

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Especialización en Comunicación Digital audiovisual tiene como objetivo ofrecer una formación de alta capacitación en el campo del periodismo, la planificación, la realización y gestión audiovisual. Como toda práctica, la comunicación audiovisual tiene para el profesional que la ejerce un abordaje compuesto por la teoría y las prácticas.

Reconocer los nuevos campos de acción, los nuevos panoramas de investigación y producción y los nuevos aportes teóricos, otorgan herramientas para que el profesional y/o investigador puedan reconocer el campo con una mirada crítica y reflexiva y puedan intervenir productivamente sobre el mismo.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El graduado de la Especialización en Comunicación Digital Audiovisual estará en condiciones de:

- Producir contenidos audiovisuales para distintos medios y formatos, como televisión digital, internet, dispositivos móviles, etc. Y distintos géneros informativos, educativos, ficcionales y de entretenimientos.
- Gestionar medios y proyectos audiovisuales tanto de producción como de organización de grillas, contenidos, procesos de producción, tecnologías, técnicas, etc.
- Diseñar y desarrollar proyectos de investigación, extensión y gestión con temáticas audiovisuales.

54. CARRERA: Especialización en Comunicación Ambiental

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Rosario

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Ambiente y sustentabilidad son problemáticas ya instaladas en las agendas públicas y privadas del desarrollo. Esta Carrera de posgrado de Especialización en Comunicación Ambiental ofrece a diversos dominios profesionales la posibilidad de acceder a una formación específica para desempeñarse e intervenir en escenarios complejos de cambio social conversacional.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Desde la década del 80 se comenzó a desplegar desde la Universidad Nacional de Rosario, Escuela de Comunicación Social, Cátedra de Teorías de la Comunicación II, una metodología para la implementación de programas de comunicación en organismos internacionales vinculados al medioambiente y al desarrollo (FAO, IICA, ONUDI, Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, Ministerios provinciales). Esto generó proyectos de investigación y de extensión que fueron consolidando a lo largo de una década una metaperspectiva teórico-metodológico específicamente comunicacional de abordaje de problemáticas ambientales y desarrollo la cual obtuvo premios internacionales en 2013 y 2014 a la Innovación en investigación ambiental (INNOVA Santa Fe, Comunicare (México). Esto cristalizó en más de 20 proyectos. Los resultados fueron significativos y motivaron la concurrencia de nuevos organismos de ciencia y tecnología interesados en implementar proyectos con esta metodología. Aunque en este período se coordinaron desde la UNR más de un centenar de instancias de capacitación para investigadores y extensionistas en distintos organismos de los sistemas de ciencia y técnica, no existía ningún ámbito de posgrado para la capacitación sistemática de profesionales que pudieran llevar a cabo esta estrategia. En el año 2003 se inscribe la metaperspectiva de la teoría de la "Comunicación estratégica enactiva" y la metodología de "investigación enactiva en comunicación" en una tesis doctoral en la UBA. Este posgrado surge en 2004 a demanda de la GIZ (Corporación Alemana para la Cooperación Internacional) con el objetivo de capacitar con una metodología transdisciplinar y participativa a profesionales sudamericanos de distintas disciplinas en temática de Comunicación Ambiental. Las primeras cohortes de la carrera tuvieron participantes de distintos países.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

- Contribuir a la formación teórica y metodológica en comunicación estratégica ambiental de profesionales insertos en el área de la comunicación y desarrollo.
- Promover la convergencia de distintos dominios disciplinares en una situación de reflexión y construcción académica transdisciplinar en torno a aspectos socioambientales.
- Habilitar un espacio de construcción colectiva para promover una cultura de la sustentabilidad y del buen vivir como nuevo estilo profesional en el área de planificación de procesos de desarrollo, a partir de la consideración de problemáticas emergentes, significativas para los actores, en distintos contextos atravesados por las tecnologías de la información y la comunicación.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El Especialista en Comunicación Ambiental es un profesional universitario con formación de posgrado y experiencia profesional en problemáticas de desarrollo relacionadas con los aspectos socioambientales, capaz de abordar situaciones complejas de cambio y gestionar estrategias comunicacionales en perspectiva de una cultura de la sustentabilidad.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El egresado en Comunicación Ambiental está capacitado para:

- Comprender lo socioambiental desde un enfoque de complejidad
- Operar en los procesos comunicacionales como dispositivos de cambio social conversacional.
- Gestionar las comunicaciones en instituciones, organismos, agencias de cooperación, programas y proyectos que lleven a cabo procesos de desarrollo.

55. CARRERA: Especialización en Comunicación Digital Interactiva

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Rosario

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

Los cambios producidos por las innovaciones tecnológicas influyen cada vez más en diferentes esferas de nuestras actividades, el trabajo, el consumo, la recreación, la educación, la percepción, la comunicación, la sociabilidad, el conocimiento. La digitalización de los medios ha implicado un profundo impacto en nuestro sistema comunicativo, la cual debe ser pensada desde dimensiones tanto técnicas como culturales.

El objeto de estudio se encuentra definido por el conjunto de conocimientos científicos que configuran la comunicación digital, el reconocimiento de las particularidades del lenguaje hipertexto, la incorporación de los nuevos modos de producción en entornos digitales, la interacción, junto con la necesaria reflexión que oriente el hacer profesional hacia la construcción de espacios de comunicación democráticos, participativos, desjerarquizados y colaborativos.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Escuela de Comunicación Social comenzó en el año 2003, con el Postítulo en Periodismo, asignaturas que abordaron por primera vez la producción digital de contenidos multimedia, a partir de tres niveles de laboratorio. Dos años más tarde de esta experiencia, en la licenciatura en Comunicación Social, la cohorte que había comenzado con el cambio de plan de estudio, inauguraba en el último año de la carrera el Seminario de Integración y Producción, un espacio de experimentación y desarrollo de contenidos multimedia.

Anteriormente en el año 2000, la escuela creó el Área de Desarrollo Multimedia para comenzar a producir materiales multimediales en CD y uno de los primeros edublogs, donde esta área de producción conjuntamente con la cátedra de Redacción I, fueron pioneros en el uso de tecnología multimedia para la enseñanza dentro de la universidad, generando varios proyectos de investigación que fueron base para esta carrera de especialización y que se anexan con las fichas de investigación. También es importante remarcar que la Facultad creó el único Laboratorio Multimedia, equipado con 20 máquinas de alta prestación con conexión de banda ancha dedicada de la universidad.

Pero fue la creación de la Red ICOD (Red Iberoamericana de Comunicación Digital) a través del Proyecto Alfa “Comunicadores Digitales”, que tuvo como resultado un libro sobre las competencias y desafíos profesionales de los comunicadores, la instancia que potenció en

mayor medida el desarrollo de este proyecto de carrera, a través del intercambio de experiencias, investigación y conocimiento entre las universidades pertenecientes a la misma.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El objeto de estudio de la carrera de se encuentra definido por el conjunto de conocimientos científicos que configuran la comunicación digital, el reconocimiento de las particularidades del lenguaje hipermedia, la incorporación de los nuevos modos de producción en entornos digitales, la interacción, junto con la necesaria reflexión que oriente el hacer profesional hacia la construcción de espacios de comunicación democráticos, participativos, desjerarquizados y colaborativos.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El Especialista en Comunicación Digital Interactiva, será un profesional universitario con formación de posgrado y experiencia profesional capacitado para:

- Diseñar, producir y evaluar proyectos hipermedia.
- Gestionar proyectos hipermedia digitales para diferentes áreas institucionales: informativas, educativas, culturales, económicas, etc.
- Promover un modelo de producción colaborativo, abierto, cooperativo, distribuido y no jerárquico.
- Generar nuevos escenarios de diálogo y redes participativas en entornos virtuales.
- Promover proyectos de investigación en comunicación digital.
- Conformar equipos interdisciplinarios para la producción de proyectos digitales hipermedia.
- Operar críticamente en la dimensión comunicativa de la trama social compleja.

56. CARRERA: Especialización en Comunicación Política

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Rosario

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

La vida democrática necesita especialistas en comunicación política. La publicidad de productos para las necesidades más triviales se convirtió en una rama muy dinámica de la economía y ocupa el tiempo - espacio de la comunicación masiva hasta saturarlo.

Por ello, la comunicación de los asuntos públicos, de los temas de la sociedad y sus instituciones, necesita estrategias para no pasar desapercibida.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

La Facultad de Ciencia Política de la Universidad Nacional de Rosario tiene en funcionamiento desde 2003 los Doctorados en Ciencia Política, Relaciones Internacionales, Trabajo Social y Comunicación Social. En la Facultad se dictan las licenciaturas en Comunicación Social y Comunicación Política que tienen en común la materia Comunicación y Discurso Político. Sin embargo, sigue vacante una oferta de posgrado que permita profundizar en este campo de conocimientos. Como una primera experiencia en este sentido, en mayo del 2007 se organizó de manera conjunta con The Graduate School of Political Management de la George Washington University un Seminario Internacional de Comunicación Política en el cual tanto por la cantidad de asistentes como por las evaluaciones finales de la actividad se registró un amplio e intenso interés por una formación en Comunicación Política que brinde el espacio de reflexión sobre fenómenos actuales y a la vez brinde herramientas a quienes se desempeñan laboralmente en el tema. Entre estos últimos se encuentran numerosos egresados de la propia Facultad que se desempeñan en tareas de comunicación en instituciones públicas, privadas y de la sociedad civil.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

Está destinada a proporcionar una formación específica en el campo de la Comunicación Política, privilegiando la profundización del análisis teórico y práctico en diversos contextos institucionales.

La formación especializada que brinda esta carrera está orientada a desarrollar y fortalecer un conjunto de competencias, con el objeto de abordar los desafíos actuales de la Comunicación Política, dando cuenta de las transformaciones que operan en nuestras sociedades.

Se propone desarrollar en los alumnos habilidades y destrezas para la producción de conocimiento y para su aplicación en el campo profesional en las áreas que son objeto de estudio dentro de la especialización; a la vez, la Especialización promueve el desarrollo de capacidades para diseñar e implementar estrategias de Comunicación Política, con la finalidad de contribuir a la formación de profesionales para nuestro medio.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB:

El desafío para los comunicadores políticos es enorme: instalar temas esenciales para la vida en común en una época de saturación informativa. A quienes afrontan este desafío en organizaciones públicas, privadas y de la sociedad civil va dirigida esta propuesta de formación de posgrado.

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El Especialista en Comunicación Política es un posgraduado con una sólida formación teórica y habilidades prácticas en este campo de estudio. Es capaz de innovar, utilizando críticamente las posibilidades teóricas y metodológicas según las diferentes necesidades institucionales.

Posee una actitud flexible que lo lleva a la actualización permanente de su formación y a la integración productiva en equipos de trabajo interdisciplinarios en el área de la Comunicación Política.

De este modo, tendrá la capacidad de aplicar de forma confiable conocimiento científico y tendrá habilidades para:

- Desempeñar funciones en el proceso de comunicación de las instituciones políticas, y en relación con los diferentes actores sociales tanto en los espacios públicos estatales como no estatales.
- Diseñar y/o coordinar las relaciones con la prensa y la publicidad en las instituciones en las que se desempeñe.
- Diseñar estrategias de comunicación política y campañas electorales.
- Dirigir campañas de comunicación y campañas electorales.
- Evaluar los efectos de los procesos de comunicación política.

57. CARRERA: Especialización en Comunicación y Culturas Contemporáneas

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional del Comahue

PERFIL DE LA CARRERA

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El campo de la comunicación social ha experimentado importantes cambios en las últimas tres décadas. Por un lado, las transformaciones sociales y culturales han llevado a pensar la Comunicación Social desde nuevas perspectivas teóricas. La puesta en tensión respecto de las miradas tradicionales implica desafíos novedosos para quienes se desempeñan en este ámbito del conocimiento. No se trata sólo de nuevos paradigmas epistémicos sino también políticos, que obligan a dar cuenta del contexto geo-situado en el cual emergen las prácticas comunicacionales para pensar, desde los escenarios regionales del sur, las diferencias históricas y culturales en las que se desenvuelven estos procesos.

Por otro lado, el desarrollo de la tecnología y sus posibilidades de apropiación individual constituyen un nuevo escenario para el estudio de las interacciones mediáticas que obliga a volver a discutir qué son los medios y cuáles son las relaciones entre tecnología y sociedad. Los hábitos de producción, distribución y consumo de contenidos culturales se han modificado en este contexto. Los contenidos se generan y distribuyen en forma cada vez más móvil, social y en tiempo real.

Estos profundos cambios culturales obligan a actualizar conocimientos y a repensar el rol de los profesionales de las ciencias sociales en general y de la comunicación en particular, para reconocer esas transformaciones, planificar y producir contenidos e intervenir reflexivamente en el espacio comunicacional y social.

OBJETIVOS

INFORMACIÓN DEL SITIO WEB Y PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El programa de Especialización y Culturas Contemporáneas aspira a constituir un espacio académico que provea oportunidades de reflexión, capacitación e investigación en dos áreas específicas que se encuentran fuertemente vinculadas y que se materializarán en dos orientaciones: el de las Políticas y Estrategias en Comunicación y el de la Comunicación Transmedia.

Las principales metas académicas y profesionales del posgrado son:

- Actualizar los debates en torno de la comunicación y las culturas contemporáneas.
- Poner en relación las tradiciones teóricas de la comunicación con las más recientes transformaciones sociales, culturales y tecnológicas.

- Brindar un marco referencial para comprender y analizar las interrelaciones de la comunicación, la tecnología y la cultura en las sociedades contemporáneas.
- Proporcionar herramientas para el ejercicio de la práctica profesional en los contextos actuales.

PERFIL DEL GRADUADO

INFORMACIÓN PRESENTADA ANTE LA CONEAU:

El graduado/a Especialista en Comunicación y Culturas Contemporáneas estará en condiciones de:

- Producir, gestionar y evaluar proyectos comunicativos transmedia en el marco de los nuevos escenarios comunicacionales digitales e interactivos.
- Experimentar e innovar en el campo del periodismo a partir del conocimiento sobre las nuevas narrativas, los hábitos de consumo y participación de los usuarios.
- Participar en proyectos y equipos de investigación interdisciplinarios aportando reflexiones críticas actualizadas sobre los procesos comunicacionales y culturales en las sociedades contemporáneas.
- Intervenir en distintas organizaciones e instituciones para diseñar y planificar políticas y estrategias de comunicación que contemplen las transformaciones y discusiones propias del campo.