

# LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES. EL ESTADO DE LA CUESTIÓN EN ARGENTINA

María Lucrecia Reta, Nadia Fernández y Valdivielso y  
María Emilia Pugni

## RESUMEN

Esta presentación intenta dar cuenta del estado de la enseñanza y el aprendizaje de la comunicación en la Educación Superior Argentina.

Relevos en la web, notas de campo confrontadas luego con la voz de autores, entrevistas a estudiantes y bibliografía clásica nos permiten abordar la temática que nos preocupa y ocupa.

Partiremos de la mención del tipo de instituciones de educación superior existentes en nuestro país, luego localizaremos las casas de altos estudios en las que se imparten carreras de comunicación, tipo de institución y títulos ofrecidos. La voz de los representantes de las Carreras de Comunicación afiliadas a la Federación Argentina de Carreras de Comunicación aportará consideraciones acerca de los planes de estudio, su duración, sus orientaciones. Mientras que los estudiantes brindarán indicadores respecto de prácticas pre-profesionales, inserción en proyectos de investigación y extensión durante su tránsito institucional.

**Palabras clave:** Educación Superior Argentina - Títulos y planes de estudio - Prácticas docentes y estudiantiles.

## ABSTRACT

**STATE OF THE COMMUNICATION SKILLS TRAINING IN ARGENTINA.** This presentation aims to take stock of the current



state of Media Studies teaching and learning in Argentina's higher education sector.

Internet forums, field notes and statements by researchers, student interviews and traditional scholarship allow us to approach this field, our preoccupation and occupation.

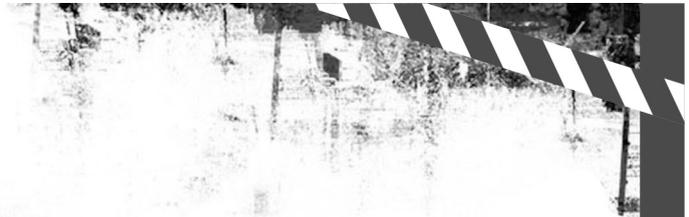
We will start with a consideration of the types of higher education institutions that exist in the country, and go on to pinpoint those study centers which offer degrees in Media Studies, identifying the type of institution and the qualifications available. Representatives of Media Studies degrees affiliated with the *Federación Argentina de Carreras de Comunicación* will provide us with information on the structure, length and focus of courses. Meanwhile students will offer feedback on pre-professional practical work and involvement in research projects during their time in the institution.

In conclusion, we will put forward some suggestions that combine teaching and student practice as signposts for the university teaching sector.

**Keywords:** Higher Education in Argentina - Degrees and syllabuses  
- Teaching and student practices.

### ***Origen del artículo***

La formación de comunicadores. El estado de la cuestión en Argentina es fruto de una investigación en curso llevada a cabo por Lucrecia Reta, Nadia Fernández y Valdivielso y Ma. Emilia Pugni pertenecientes a la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue, Patagonia, Argentina. Fue presentado como Conferencia en *la V Conferencia National Communication Association-FELAFACS sobre formación de comunicadores en las Américas*, que tuvo lugar durante el XIII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, en La Habana en octubre 2009.



## LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES. EL ESTADO DE LA CUESTIÓN EN ARGENTINA

“Para quienes tenemos la responsabilidad de formar comunicadores sociales que se van a desempeñar en la vida pública, en sectores públicos o privados, resulta relevante relacionar la Universidad, la ética y la comunicación, especialmente en estos tiempos. ... Es un asunto que... toca las fibras y el sentido mismo de la Universidad y de su responsabilidad en tiempos de una crisis moral que asola nuestros países”

(Quirós 2001: 64).

### *Introducción*

La presentación siguiente es una aproximación al estado de la cuestión de la enseñanza y el aprendizaje de la comunicación en el contexto de la educación superior argentina. No pretende ser una descripción exhaustiva, ni retoma información estadística elaborada por otras fuentes que pueden ser consultadas en la *web*. Procuran ser pinceladas iniciales de un cuadro que a futuro podrá ser completado con los interesados en dicha cuestión en vistas a tomar decisiones.

Partiremos de la mención del tipo de instituciones de educación superior existentes en Argentina, luego localizaremos las casas de altos estudios en las que se imparten carreras de comunicación según zonas en el país, tipo de institución y títulos ofrecidos.

La voz de los actores nos ocupará más tarde. En un primer momento, serán los representantes de las Carreras de Comunicación afiliadas a la Federación Argentina de Carreras de Comunicación quienes aportarán consideraciones acerca de los planes de estudio, su duración, sus orientaciones y en un segundo momento, serán los estudiantes quienes nos brindarán indicadores respecto de prácticas pre-profesionales, inserción en proyectos de investigación y extensión durante su tránsito institucional.



## 1- La Educación Superior en la Argentina

Como en el resto de América, existen en la Argentina diversos tipos de instituciones, cada uno de los cuales tiene propósitos, funciones y estructuras organizativas específicas.

Este mapa complejo puede representarse como un sistema binario, compuesto por el sistema universitario y el sistema superior no universitario.

El *Sistema universitario* cuenta con dos tipos de instituciones:

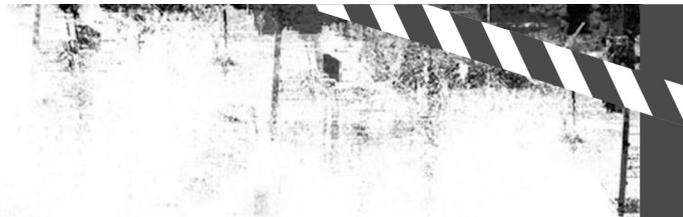
- Las Universidades cuya oferta educativa se diversifica en un conjunto de áreas y disciplinas. Existen 40 Universidades estatales y 45 Universidades privadas.
- Los Institutos universitarios que se abocan a un solo campo de formación (Instituto Universitario Escuela Argentina de Negocios, Aeronáutico, Naval, de la Policía Federal argentina, Ciencias de la salud de la Fundación Barceló). Existen siete institutos universitarios estatales y 14 privados.

Dentro de este sistema existen tres tipos de carreras:

- Carreras de Pregrado o Tecnicaturas Universitarias que pueden ser carreras independientes o intermedias de una carrera de grado.
- Carreras de Grado: Licenciaturas, Profesorados y titulaciones profesionales (ingeniero, médico, abogado, odontólogo, contador) que se imparten en una universidad, tienen una carga horaria mínima de 2.600 horas y una duración básica de cuatro años.
- Carreras de Posgrado: Especializaciones, Maestrías y Doctorados que deben ser acreditadas por la Comisión Nacional de Evaluación y acreditación universitaria (CONEAU)

En el *Sistema Superior no universitario* los denominados Institutos de Educación Superior - IES - ofrecen formación docente o técnica y dependen de los Ministerios de Educación de las provincias.

Coexisten en este mapa heterogéneo instituciones de gestión pública y gestión privada, confesionales y laicas, con un notable



crecimiento a partir de los noventa de instituciones privadas no confesionales de carácter lucrativo.

## 2- Las carreras de Comunicación en la Argentina

La Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación Argentina lista en su página *web* las carreras de grado y pregrado de Ciencias de la Información y de la Comunicación aprobadas en el país.

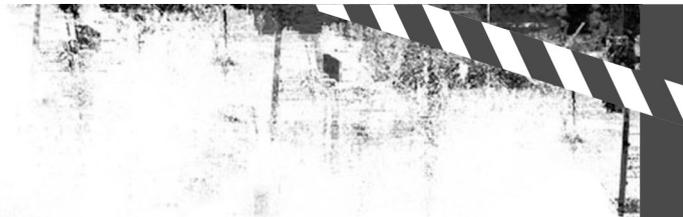
La carrera se dicta en 31 de las 40 Universidades de gestión estatal, en una universidad dependiente de un gobierno provincial -Universidad Provincial Autónoma de Entre Ríos- y en 27 de las 45 universidades de gestión privada.

El relevo que realizáramos para esta oportunidad nos ha permitido localizar, hasta el momento, las siguientes instituciones de educación superior y verificar los títulos que otorgan:

Universidad Pública	Provincia	Título
Universidad Nacional de La Rioja	La Rioja	Licenciatura en Comunicación Social/Tecnicatura en Comunicación Social
Universidad Nacional del Nordeste	Chaco/Corrientes	Licenciado en Comunicación Social/Tecnicatura en Periodismo
Universidad Nacional de Chilecito	La Rioja	Licenciatura en Comunicación Social
Universidad Nacional del Litoral	Santa Fe	Licenciatura en Diseño de la Comunicación Visual
Universidad Nacional de Entre Ríos	Entre Ríos	Licenciado en Comunicación social/Técnico en Comunicación Social
Universidad Nacional de Salta	Salta	Licenciado en Ciencias de la Comunicación con orientación en Periodismo/Comunicación Institucional/Comunicación Comunitaria y Alternativa
Universidad Nacional de Jujuy	Jujuy	Licenciado en Comunicación Social/Tecnicatura en Comunicación Social
Universidad Nacional de San Juan	San Juan	Licenciatura en Comunicación social con orientación en Comunicación Educativa/Opinión Pública/Políticas de Comunicación/Tecnicatura Universitaria en Periodismo
Universidad Nacional de Catamarca	Catamarca	Licenciatura en Comunicación Social
Universidad Nacional de Rosario	Santa Fe	Licenciatura en Comunicación Social
Universidad Privada	Provincia	Título
Universidad Abierta Interamericana	Santa Fe	Licenciatura en Periodismo/Técnico Universitario en Periodismo
Universidad Adventista del Plata	Entre Ríos	Licenciatura en Comunicación Social
Universidad Católica de Sgo. del Estero	Santiago del Estero	Licenciado en Comunicación Social/Tecnicatura en periodismo
Universidad Católica de Salta	Salta	Licenciatura en Comunicaciones Sociales/Tecnicatura en Comunicaciones Sociales/Licenciatura en periodismo/Tecnicatura en Comunicación periodística



Univ. Pública	Provincia	Título
Univ. Nac. de Río Cuarto	Córdoba	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación con orientación en Medios de Comunicación Social/Comunicación Institucional/Comunicador Social con orientación en Medios de Comunicación Social/Comunicación Institucional.
Univ. Nac. de Villa María	Córdoba	Licenciatura en Comunicación Social
Univ. Nac. de Córdoba	Córdoba	Licenciatura en Comunicación Social
Univ. Nac. de Cuyo	Mendoza	Licenciatura en Comunicación Social
Univ. Nac. de la Plata	La Plata/ Buenos Aires	Licenciatura en Comunicación Social con orientación en Periodismo/Comunicación Institucional/Planificación/Profesorado en Comunicación Social
Univ. Nac. del Centro de la Provincia de Buenos Aires	Olavaria/ Buenos Aires	Licenciatura en Comunicación Social con orientación en Comunicación Mediática/Profesor en Comunicación Social/Técnica Universitaria en Producción Mediática/Técnica Universitaria en Comunicación Institucional/Licenciatura en Comunicación Social con Orientación en Comunicación Institucional/Licenciatura en Comunicación social con orientación en Investigación
Univ. Nac. de Gral. Sarmiento	Buenos Aires	Licenciatura en Comunicación Social
Univ. Nac. de San Luis	San Luis	Licenciatura en Comunicación Social/Periodismo Universitario/Locutor Nacional
	Buenos Aires	Licenciatura en Comunicación Social con orientación en Comunicación y Cultura/Producción Periodística y Audiovisual
Univ. Nac. de Lomas de Zamora	Buenos Aires	Licenciado en Comunicación Social/Licenciado en Periodismo
Univ. Nac. de la Matanza	Buenos Aires	Licenciatura en Comunicación Social/Técnica Universitaria en Periodismo
Univ. de Buenos Aires	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Licenciatura en Comunicación Social con orientación en Periodismo/Comunicación y Educación/Opinión Pública y Publicidad/Comunicación Comunitaria/Políticas y Planificación
Univ. Privada	Provincia	Título
Univ. FASTA	Mar del Plata/ Buenos Aires	Licenciado en Comunicación Social/Técnica en Comunicación Social/Técnica Universitaria en Medios Audiovisuales
Univ. del Norte Santo Tomás de Aquino	Buenos Aires	Licenciatura en Comunicación Social/Técnica Universitaria en Periodismo
Univ. Austral	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Comunicación Social
Univ. de Ciencias Empresariales y Sociales	Buenos Aires	Licenciatura en Comunicación Social/Técnica en Comunicación Social/Licenciatura en Periodismo
Univ. de Palermo	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Licenciatura en periodismo con orientación en Periodismo General/Comunicación Institucional/Periodismo Deportivo
Univ. Argentina de la Empresa (UADE)	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación/Técnica en periodismo
Univ. de Morón	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación/Técnica en Comunicación Institucional/Licenciatura en Periodismo/Periodista
Univ. Abierta Interamericana	Ciudad Autónoma/Buenos Aires	Licenciatura en Periodismo/Técnico Universitario en Periodismo/
Univ. CAECE	Ciudad Autónoma de Buenos Aires/Mar del Plata	Licenciatura en Comunicación Social/Técnica en Comunicación Social/Licenciatura en Periodismo
Univ. del Salvador	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Comunicación Social/Licenciatura en Periodismo/Licenciado en publicidad/Licenciado en Relaciones Públicas
Univ. San Andrés	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Comunicación con orientación en Comunicación Institucional/ Estudios Culturales/Periodismo
Univ. John Kennedy	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Licenciatura en Periodismo y Comunicación/Bachiller Universitario en Periodismo y Comunicación
Univ. Belgrano	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación con orientación Periodismo/Comunicación Institucional/Técnica en Comunicación
Univ. Adventista del Plata	Entre Ríos	Licenciatura en Comunicación Social
Univ. de Flores	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación/Técnica en Ciencias de la Comunicación
Pontificia Univ. Católica Argentina	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Licenciatura en Comunicación Periodística/ Título Intermedio: Cronista Redactor/Licenciatura en Comunicación Publicitaria e Institucional /Título Intermedio: Asistente en Publicidad
Univ. Juan Agustín Maza	Mendoza	Licenciatura en Comunicación Social
Fundación Walter Benjamin	Ciudad Autónoma /Bs. As. Buenos Aires	Comunicación e Imagen
Instituto Educ. Superior	Provincia	Título
Instituto Universitario ESEADE	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Licenciatura en Ciencias Sociales con orientación en Periodismo
COSAL-Instituto Superior de Comunicación Social	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Técnica en Comunicación Social/Profesor en Comunicación Social
TEA	Buenos Aires	Técnica Superior en periodismo/Técnica Superior en Periodismo
Eter	Buenos Aires	Técnica Superior en periodismo/Periodismo Deportivo



Universidad Pública	Provincia	Título
Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco	Chubut	Licenciatura en Comunicación Social
Universidad Nacional del Comahue	Río Negro	Licenciatura en Comunicación Social con orientación en Periodismo/Gestión y Producción/Locución/Profesor en Comunicación Social
Universidad Nacional de la Patagonia Austral	Santa Cruz	Licenciatura en Comunicación Social
Universidad Nacional de Río Negro	Río Negro	Licenciatura en Comunicación Social con orientación en Comunicación Institucional/ Medios de Comunicación/Tecnatura en Comunicación Social
Universidad Privada	Provincia	Título
Universidad FASTA	Bariloche/Río Negro	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación/Tecnatura en Ciencias de la Comunicación
Instituto Educ. Superior	Provincia	Título
Sáncra	Neuquén	Tecnatura Superior en Periodismo Deportivo e Institucional

**Cuadro N° 1.** Zona Norte.

### ***3- La perspectiva de los representantes de carreras miembros de Fadeccos***

El VII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación se desarrolló en la ciudad de General Roca, provincia de Río Negro, Argentina en el mes de septiembre de 2009. Fue organizado por FADECCOS -Federación Argentina de Carreras de Comunicación- y por el Departamento de Comunicación Social de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue.

El evento contó con la presencia de miembros de carreras de Comunicación Social de las universidades públicas y privadas que debatieron acerca de la formación profesional de los comunicadores sociales. El intercambio de ideas se llevó a cabo durante el panel *Desafíos en la formación del comunicador actual*.

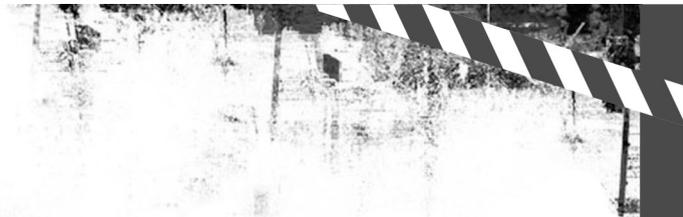
Las universidades que estuvieron representadas fueron: Universidad Nacional de Entre Ríos, Universidad del Salvador, Universidad Nacional de San Luis, Universidad Nacional de San Juan, Universidad Nacional de Misiones, Pontificia Universidad Católica Argentina, Universidad Católica de Santiago del Estero -sede Jujuy- y Universidad Nacional de Jujuy, Universidad Nacional de Río Negro, Universidad Nacional de Río Cuarto, Universidad Nacional del Comahue, Universidad Nacional de Cuyo, Universidad Nacional General Sarmiento,



Universidad Nacional del Centro de Buenos Aires-sede Olavarría, Universidad Nacional de Córdoba, Universidad de Flores.<sup>1</sup>

El siguiente cuadro condensa los tópicos abordados durante el debate:

Universidad	Antigüedad de la carrera	Título de grado	Título de pregrado	Orientación de la carrera	Duración	Plan de estudios
Universidad Nacional de Entre Ríos	30 años 6 años	Lic. en Comunic. Social/ Profesorado en Comunic. Social	Tecnicatura en Comunic. Social	Comunicación y Educación/ Comunicación y Procesos Culturales/ Periodismo	Licenciatura 5 años	Año 1998
Universidad del Salvador	31 años 50 años 5 años	Lic. en Periodismo/ Lic. en Publicidad/ Lic. en Relaciones Públicas/	Bachillerato Universitario en Comunicación Social	Periodismo/ Publicidad/ Relaciones públicas/	Licenciatura: 4 años	Año 2002
Universidad Nacional de San Luis	11 años 17 años 18 años	Lic. en Comunicación Social/  Periodismo Universitario/ Locutor Nacional	-----	Promoción Cultural y Educativa/ Producción Medial y Multimedial	5 años 4 años 4 años	Año 2007
Universidad Nacional de San Juan	54 años	Lic. en Comunic. Social	Tecnicatura Universitaria en Periodismo/ Tecnicatura Universitaria en Publicidad y Propaganda	Com. Educativa/ Opinión pública/ Políticas de comunicación	Licenciatura: 5 años Tecnicatura 3 años	Año 1993
Universidad Nacional de Misiones	20 años	Lic. en Comunic. Social/ Tecnicatura en Comunic. Social.	-----	Investigación/ Periodismo	Licenciatura: 5 años	Año 2005
Pontificia Universidad Católica Argentina	23 años	Lic. en Comunicación Publicitaria e Institucional  Lic. En Comunicación Periodística	-----	Comunicación Periodística/ Comunicación Publicitaria/ Comunicación Institucional	Licenciatura: 4 años	Año 2009
Universidad Católica de Santiago del Estero Departamento Académico San Salvador de Jujuy	9 años	Lic. en Comunicación Social	Tecnicatura en Periodismo/ Tecnicatura en Diseño Gráfico	Investigación/ Periodismo/ Diseño	Licenciatura: 4 años	Año 2000
Universidad Nacional de Río Negro	Creada en 2009	Lic. en Comunic. Social con examen de nivelación no excluyente	Diplomatura en Humanidades /Tecnicatura Universitaria en Comunic. Social	Comunicación institucional / Medios	Licenciatura 4 años	Año 2009
Universidad Nacional de Río Cuarto	37 años	Comunic. Social/ Lic. en Cs. de la Comunic.	Comunicador Social	Medios de Comunicación/ Comunicación Institucional y Desarrollo	Comunicador 4 años Licenciatura: 5 años	Año 1997
Universidad Nacional del Comahue	36 años	Licenciado en Comunic. Social	-----	Periodismo/ Gestión y Producción/ Profesorado/ Locución	Licenciatura: 4 años	Año 2003
Universidad Nacional General Sarmiento	15 años	Lic. en Comunic.	Diploma Universitario con mención en Cs. Sociales y en Cs. Humanas	-----	Licenciatura: 5 años	Año 2003
Universidad Nacional del Centro de Buenos Aires	21 años	Lic. En Comunic.Social/ Profesorado en Comunic. Social	Tecnicatura en Comunicación Institucional = Producción Mediática	Comunicación Institucional/ Investigación/ Producción Mediática	-----	Año 1997
Universidad Nacional de Córdoba	37 años	Lic. en Comunicación Social	Tecnicatura en Comunicación Social.	Gráfica/ Audiovisual/ Institucional/ Planificación de la Comunic.	Licenciatura: 5 años	Año 1993



Universidad de Flores	2 años	Lic. en Cs. de la Comunicación	Tecnicatura en Cs. de la Comunicación	Comunicación Institucional/ Medios/ Investigación	Licenciatura: 4 años	Año 2008
Universidad Nacional de Jujuy	17 años	Lic. en Comunic. Social	Tecnicatura en Comunic. Social	-----	Licenciatura: 4 años	Año 1992
Universidad Nacional de Cuyo	25 años	Lic. en Comunicación Social	-----	Medios /Comunicación Organizacional	Licenciatura 5 años	Año 1999
Universidad de Buenos Aires	24 años	Lic. en Cs. de la Comunicación Social	-----	Periodismo/Educación/ Planificación/ Comunicación institucional/ Investigación	Licenciatura 5 años	Año 1985
Universidad Agustín Maza	30 años	Licenciado en Comunicación Social/	Técnico en Periodismo/ Técnico en	Comunicación / Periodismo/ Medios / Gráfica Audiovisual/ Publicidad/ Institucional / Investigación	Licenciatura 4 años	Com 2003
		Licenciado en Publicidad	Locución/ Técnico en Publicidad			Publ. 2001
Universidad del Litoral	7 años	Licenciatura en Periodismo y Comunicación	No hay, es requisito de ingreso: tecnicatura en Periodismo o Com. Social	Medios/ Investigación/ Comunicación	Licenciatura: 2 años y medio	Año 2003
Universidad Nacional de Salta	7 años	Lic. en Ciencias de la Comunicación	-----	-----	Licenciatura: de 4 años	Año 2006

**Cuadro Nº 2.** Zona Centro.

De los aspectos mencionados comentaremos los relacionados con los planes de estudio, sus orientaciones, su duración.

Las carreras de comunicación son proclives a los cambios en sus *planes de estudio*. Los representantes afirmaron que los planes están en permanente actualización, en proceso de renovación. Uno de los vigentes pertenece a 1985. Siete son de la década del '90 - '92, '93, '93, '97, '97, '98, '99 – y once del 2000 - '01, '02, '02, '03, '03, '03, '05, '06, '06, '08, '09 -

Trabajar en el plan de estudios implica a veces cambiar las orientaciones y las materias, ajustar las designaciones docentes, incorporar equipamiento técnico y bibliografía ad hoc, establecer nuevos perfiles del graduado, definir identidades profesionales, delimitar o no la inserción laboral y profesional.

Muchas veces al interior de las carreras no se alcanza a dilucidar dónde radica la necesidad de tanto cambio, ajuste, renovación, actualización: si en el diseño curricular o en la implementación de dicho diseño, es decir, en el Plan o en su aplicación. Muchas veces, sucede también que los cambios se operan sin considerar los saberes



y parece de todos los sectores involucrados en los mapas curriculares: docentes, no docentes, graduados, estudiantes.

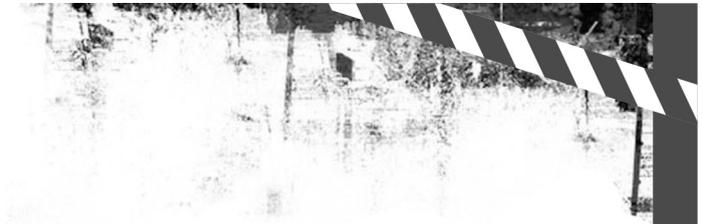
Ocurre, además, que no siempre hay consenso al interior de las carreras ¿debemos formar un licenciado en comunicación social que pueda desempeñarse en todas las áreas de la comunicación o un licenciado en comunicación social que se especialice en un área determinada? Y entonces definir qué área privilegiar suele dejar heridas de difícil tratamiento que resquebrajan los climas institucionales.

Agrava este problema -o enriquece la formación- las nuevas demandas que surgen día a día para los comunicadores. Citemos como ejemplo una exigencia reciente a los comunicadores: quien quiera insertarse en los medios ha de ser capaz de redactar una noticia para la *web*, ha de poder subirla a la red, ha de poder trabajar con programas de edición de imagen, video y audio. Por ello, algunas carreras con planes de estudio recientemente actualizados, los han renovado teniendo en cuenta dichas demandas del mercado laboral. Y es así que los ajustes a veces desajustan a las instituciones y a quienes trabajan en ellas.

Otra arista tratada durante el debate al que aludimos: desde las universidades es necesario pensar qué clase de profesionales estamos formando y para qué. Profesionales con una marcada impronta teórica, sin relacionarse con su realidad o su contexto social o profesionales que trasciendan las aulas, que establezcan lazos con su medio social, con la comunidad. Como utopía se planteó la necesidad de propender durante la formación a la tensión justa entre los saberes teóricamente fundados y las prácticas socialmente comprometidas en un marco que no descuide la impronta ética de la labor del comunicador.

Los planes de estudio desde las reformas implementadas a partir de los 90 ofrecen las siguientes *orientaciones y/o titulaciones*:

- Opinión Pública
- Políticas de Comunicación
- Promoción Cultural y Educativa
- Producción Medial y Multimedial



- Investigación
- Comunicación
- Profesorado en Comunicación/ Profesorado en Comunicación Social / Profesorado Universitario en Periodismo
- Comunicación Periodística
- Comunicación Publicitaria / Publicidad
- Comunicación Institucional
- Comunicación Institucional y Desarrollo
- Planificación de la Comunicación
- Comunicación y Educación
- Comunicación y Procesos culturales
- Periodismo
- Medios de Comunicación/ Medios
- Producción Mediática
- Diseño Gráfico / Gráfica
- Producción Audiovisual
- Comunicación Social
- Relaciones públicas
- Gestión y Producción
- Investigación
- Locución

Acorde con la identidad profesional definida en el Plan de estudios las carreras:

- priorizan la constitución de Centros de Producción multimedia, Estudios de Producción de Medios, Implementación de Agencia, Centro de Producción en Comunicación y Educación, Radios Universitarias, *Web*. (Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Universidad Nacional del Comahue, Universidad Nacional de Jujuy)
- focalizan las prácticas pre-profesionales en la inserción de sus estudiantes en organizaciones sociales, comunitarias, empresariales (Universidad Nacional de Entre Ríos, Universidad Nacional de San Luis, Universidad Nacional de Misiones, Universidad Nacional de Río Cuarto, Pontificia Universidad



Católica Argentina Universidad Católica de Santiago del Estero)

- centran en la constitución de equipos de investigación compuestos por docentes, graduados y estudiantes (Universidad Nacional General Sarmiento).

Si bien algunas universidades cuentan con estudios, centros o agencias que posibilitan el contacto con las nuevas tecnologías, la mayoría de las casas de altos estudios no tienen presupuesto para invertir en tecnología (computadoras, cámaras de video digitales) para que los alumnos puedan realizar sus trabajos acorde a los cambios tecnológicos impuestos en el mercado laboral.

En cuanto a la *duración básica* contemplada en los planes de estudio si bien las carreras fluctúan entre cuatro y cinco años, desde los noventa se ha impuesto la reducción de cinco años, que la tradición establecía para las Licenciaturas y Profesorados, a cuatro.

Uno de los motivos esgrimidos para dicha reducción es que la mayoría de los alumnos que cursaban la carrera con cinco años, abandonaban sin la consecución del título.

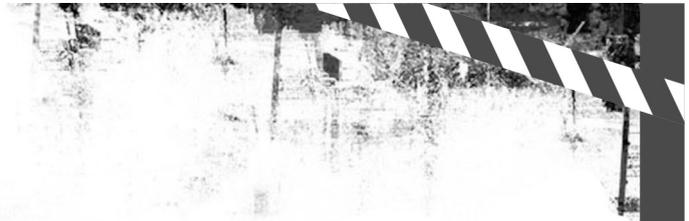
Otros consideraron la reducción, como un resultado de la moda impuesta por el neoliberalismo de acortar las carreras de grado y ofrecer posgrados o postítulos arancelados a continuación.

Algunos planes de estudio ofrecen *títulos intermedios* como alternativa. Ello permite una salida laboral rápida y además que los alumnos terminen al menos la Tecnicatura.

El consenso generalizado a la hora de evaluar el escaso número de egresados es la dificultad que ofrece la realización de la Tesis de Grado que aparece como requisito en las Licenciaturas. Muchas carreras han implementado Talleres de Tesis, Sistema de docentes Tutores, Colectivos de escritura.

A la hora del cierre del debate las ideas siguientes fueron las que prevalecieron respecto del profesional de la comunicación.

- Se necesita un profesional que se relacione con su contexto, con organizaciones e instituciones.



- Un profesional que pueda defenderse con las herramientas otorgadas desde la universidad en el mercado laboral actual.
- Un profesional que sea responsable, con valores, compromiso, coherente con lo que dice y lo que hace.
- Que desde las universidades podamos determinar el campo de acción del comunicador social y la especificidad de las ciencias de la comunicación.
- Que es imprescindible abrirnos a otras áreas y no sólo al campo del periodismo. Nuestras carreras nacieron ligadas al campo del periodismo pero actualmente las orientaciones son otras y están ocupadas por otros profesionales (psicólogos, sociólogos).

#### ***4- La perspectiva de los estudiantes de diversas carreras***

Con la intención de conocer el testimonio de los estudiantes de Comunicación Social, se diseñó un protocolo de entrevista, que incluyó un análisis cuantitativo, con tres variables, y otro cualitativo, con cinco.

Lo que sigue surge de 33 entrevistas realizadas a estudiantes avanzados, que actualmente están cursando la carrera, y graduados de nuestro país. Participaron alumnos de: la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires; Universidad Nacional de La Plata; Universidad de Buenos Aires; Universidad Católica de Buenos Aires; Instituto TEA; Universidad Nacional de San Juan y de la Universidad Nacional del Comahue.

#### ***Lo cualitativo***

De los 33 entrevistados, 21 han ejercido *prácticas estudiantiles-profesionales* disímiles y 12 no recibieron ninguna oferta desde sus facultades para realizar este tipo de actividad.



Muchos de las actividades que desarrollaron aquellos que lograron tener contacto con el mundo profesional antes de graduarse tuvieron que ver con la *radio* de su universidad y con otras radioemisoras estatales que tienen acuerdos con las facultades. Los estudiantes generalmente estuvieron involucrados con los móviles de exteriores y asistieron a la realización de programas. Así lo señala uno de ellos (23 años, no graduado): “Durante los últimos dos años en las materias Radio II y Radio III se llevaron a cabo salidas al aire en FM Radio Universidad (107.5) de La Plata, en el marco de un programa de una hora cada 15 días”.

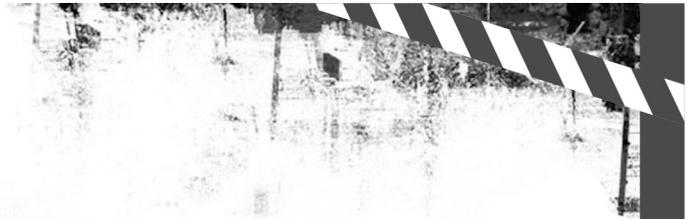
Otra práctica común fue la participación en *periódicos*. Es llamativa la expresión de uno de los entrevistados (26 años, no graduado): “Sólo pude acceder a una pasantía rentada de 300 pesos por mes en donde terminaba redactando casi por completo un periódico local”.

Uno de los entrevistados comentó que realizó un proyecto en conjunto con el diario de su localidad y su facultad para editar un *suplemento juvenil*.

También encontramos que el trabajo en las *editoriales universitarias* son otras de las prácticas estudiantes-profesionales que se ponen a disposición de los estudiantes. Tal el caso que sigue (23 años, no graduada): “Nos dan la posibilidad de redactar o editar publicaciones de la página *web* o en semanarios de la editorial de la misma facultad”.

Las casas de altos estudios ofrecen actividades que están relacionadas con la *comunicación institucional*: “Realización de diagnóstico en una institución de la ciudad, como también diagnóstico e intervención de una agrupación mapuche de la ciudad” (23 años, no graduada).

Encontramos que algunas facultades tienen convenios con empresas privadas, como agencias de medios y de publicidad. En relación a esto una de las consultadas dijo: “Algunas de las ofertas tenían dudosa relación con la carrera, como la de atender el Centro de Atención Telefónica de la empresa de cable regional”.



Otras facultades involucran al estudiantado en la *concreción de eventos académicos* que se llevan a cabo en sus sedes.

Finalmente, una de las entrevistadas (26 años, no graduada) resaltó la siguiente experiencia: “Creo que la propuesta más interesante fue el Programa de Tutorías para Alumnos Ingresantes, un formato donde intentábamos relacionarnos con los chicos del primer año de la carrera y compartir técnicas de estudio, vincular conceptos y hablar desde la experiencia”.

De acuerdo a los entrevistados, las carreras de Comunicación Social argentinas tienen como *fortaleza*, en primer término, la formación teórica y las materias relacionadas a la redacción y al campo audiovisual.

En una menor medida, enunciaron como punto fuerte las que tienen que ver con las áreas gráficas, la radiodifusión, la psicología publicitaria y la comunicación institucional.

Finalmente, es importante destacar que algunos consideran que esta carrera “al pertenecer a la rama de las Ciencias Sociales, permite una interacción real con el mundo “real”; nos da una visión abarcativa (en múltiples aspectos) de aquello que vivimos cotidianamente (desde escuchar música hasta participar en un Congreso)”; “Ayuda a ampliar mi punto de vista con respecto a diferentes temas, es decir, a ver un poco más allá para poder analizar y comprender la realidad”; “Esta carrera te acerca al campo de los medios con una formación crítica, uno de los puntos importantes es que te prepara para dar una opinión con argumentos fundamentados y no ser un opinólogo más”.

La mayoría de los estudiantes interpelados para esta investigación coinciden en que la *debilidad* de su formación es principalmente la práctica, tanto en el dictado de talleres de radio, gráfica como en la insuficiencia del equipamiento tecnológico requerido para este tipo de actividades.

Otros opinan que no hay aplicación, *no se baja* de la teoría a la práctica, que no hay profundidad en la enseñanza de una segunda



lengua, que se ofrecen escasas prácticas profesionales y que no hay interacción suficiente con la sociedad.

No se pueden dejar de lado algunas reflexiones como las que siguen:

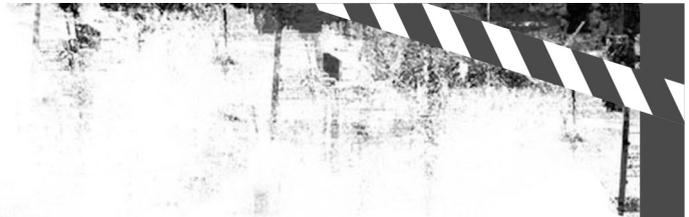
“Algunos de mis ex profesores poseen mucha experiencia pero no vocación de enseñanza, no lograron compartir sus conocimientos ni le dedicaron tiempo a la preparación de clases, prácticos o lecturas”, (estudiante, 26 años).

“Las debilidades refieren a los contenidos del plan de estudios de la carrera. Con esto quiero decir, la regularidad de cursadas (sistema por promoción de la mayor parte de las materias), la restricción de otras (bandas horarias para cursada) y también la amplitud en los programas. Es un ejemplo claro de este aspecto, la movilización estudiantil desde hace varios años en reclamo por la modificación del Plan de Estudios de la carrera en la Universidad de La Plata”, (estudiante, 23 años).

Frente a estos *baches*, los chicos que estudian Comunicación plantean en primera instancia *capacitarse por fuera del espacio universitario*: “Lo puedo resolver realizando cursos en academias privadas, pero por parte de la Universidad Pública no hay solución. Aquel que no tiene la posibilidad de pagar un curso en un ámbito externo a la facultad se queda con este vacío de aprendizaje”, (estudiante, 20 años).

Otra solución mayoritaria enunciada fue la *modificación del plan de estudios*: “Frente a la escasa formación práctica que nos aqueja a los estudiantes de la Facultad de Sociales de Olavarría se podría resolver desde el ámbito académico revisando el plan de estudios”, (estudiante, 22 años).

Finalmente, aquellos que opinaron que no existe interacción entre la carrera y la sociedad, proponen organizar actividades en relación y en conjunto con ella.



Intentar *definir la profesión* no es fácil, pero los entrevistados, de facultades y regiones disímiles, han coincidido en que fundamentalmente un *comunicador* es aquel que se encarga de analizar y transmitir contenidos, conocimientos, información con claridad, efectividad y empatía; democratizando la información, siendo crítico de los procesos sociales que se suscitan y contribuyendo al bienestar social.

Algunos hicieron hincapié en que el profesional debe “intentar un cambio social justo e igualitario”, debe ser “la voz de los que muchas veces no pueden ser oídos”.

Otros destacaron que dicha función se aplica a diferentes ámbitos laborales, mensajes y cargo que ocupe el profesional: “Un comunicador es una herramienta clave para la empresa, gobierno”.

Ahora bien, la descripción de qué *tipos de trabajos* se pueden encontrar según la profesión cambia entre aquellos que son estudiantes jóvenes y aquellos que están prontos a graduarse e insertos en el mercado laboral.

La mayoría considera que se pueden desempeñar como periodistas. También enunciaron las opciones de la investigación académica, de la producción en televisión y radio, y la comunicación institucional.

En menor medida, expresaron las tareas de la docencia, consultoría y publicidad.

Los testimonios que siguen hablan de la preocupación de los futuros comunicadores a la *hora de encontrar empleo*:

“La oferta es muy amplia aunque en realidad no hay suficiente trabajo. Podemos trabajar de muchas cosas pero en la práctica el campo está muy reducido. Esto tiene mucho que ver con que en la carrera nos preparan más que nada para el área de periodismo”, (estudiante, 20 años).

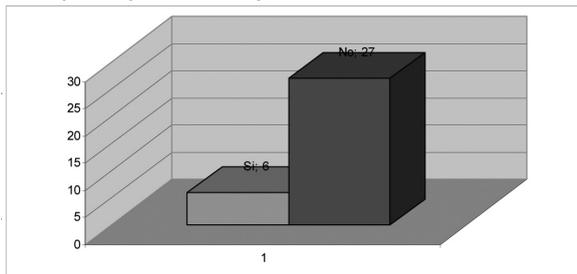
“Puede desempeñarme como cronista de papi-fútbol para un programa local y de bajo presupuesto, como también tener trabajo en producciones grandes en los medios más



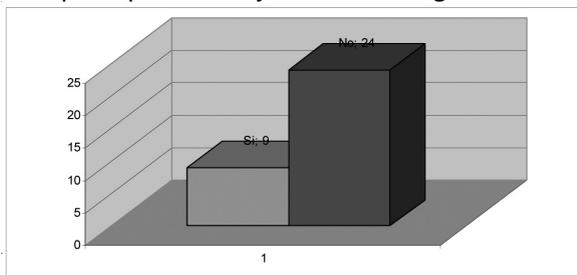
reconocidos. Ahora, conseguirlo... es una tarea por demás difícil", (estudiante, 22 años).

### Lo cuantitativo

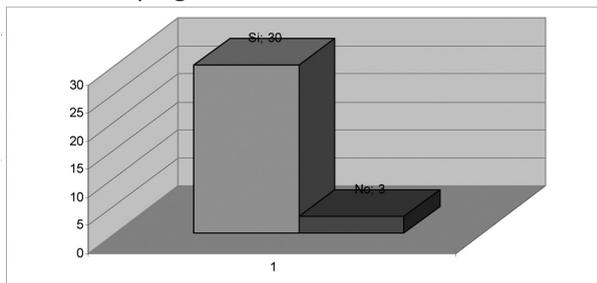
¿Has participado en Proyectos de Extensión?



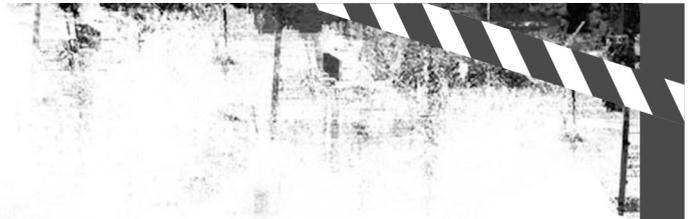
¿Has participado en Proyectos de Investigación?



¿Te interesa posgraduarte?



Cuadro N° 3. Zona Sur.



## 5- En clave de formación: entre desafíos y presupuestos

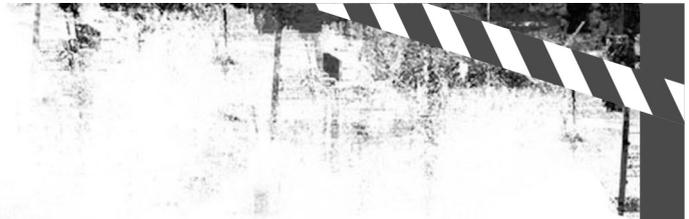
Mientras elaborábamos los párrafos precedentes -y durante su lectura- iban surgiendo reflexiones/presupuestos de otra índole vinculados al tema que nos ocupa. Creemos que compartir dichas reflexiones/presupuestos, que interpelan prácticas docentes y estudiantiles, profundiza nuestra mirada, abre canales para el diálogo, nos permite transitar alertas el camino de la pedagogía universitaria.

- *Concepción de la práctica educativa como práctica comunicativa.* El modelo de comunicación pedagógica a implementar tendría que tender a suprimir la unidireccionalidad asimétrica que convierte al estudiante en mero receptor recipiente y al docente en el iluminado que todo lo sabe y que -muchas veces- se complace en escucharse a sí mismo. Unidireccionalidad fuertemente imbricada en la propuesta pedagógica generalizada en la Universidad que ofrece el modelo clásico: dicotomía clase teórica-trabajo práctico. Propuesta que es sólo eso y es necesario revisar. Tal como lo propone Daniel Prieto Castillo la cuestión es que en todas las asignaturas se aprenda comunicacionalmente, se facilite la interacción, el interaprendizaje. (Prieto Castillo 2009:110)
- Como docentes formamos parte de instituciones de educación superior y debemos asumir decisiones respecto de un *campo de conocimientos*:  
“Este aspecto de la cuestión remite inmediatamente a la problemática constitución del campo de conocimientos sobre la comunicación, a su configuración histórica y a las sucesivas y conflictivas reconfiguraciones de los enfoques teóricos y las perspectivas de análisis que la han abordado en forma particular o como parte de los debates propios de la teoría social” (Chapato 2009:74)



¿Privilegiamos un criterio acumulativo en nuestras propuestas curriculares, es decir, consideramos el campo disciplinar como un zurrón elástico en el que todo cabe? ¿Optamos por fraccionamientos que dan lugar, entre otras cosas, al surgimiento de orientaciones, especializaciones en nuestras carreras?

- Somos docentes universitarios para comunicar, transmitir el *contenido* propio de ese campo, su sistema conceptual, a un estudiante que quiere aprender. Ello, a veces, implica la *transposición didáctica* para hacer comprensible al aprendiz aquello que se pretende enseñar. Cosa que no significa la banalización del contenido de cada área disciplinar, ni su pauperización. A veces, cierto prurito de intelectualidad asociado a la cripticidad del contenido temático expuesto convierte la temática transmitida en inalcanzable para los estudiantes. De esta manera, tanta cripticidad oculta para los legos el saber y lo reserva sólo a los escasísimos iniciados que han llegado preparados a la casa de altos estudios.
- Ser cultores de una *cultura académica* que permita la consolidación de *equipos pedagógicos* que rompan la fragmentación y el aislamiento de la cátedra tradicional de la institución universitaria, equipos que organicen itinerarios de “prácticas pensadas, propuestas y acompañadas en su realización por un colectivo de educadores” (Prieto Castillo 2009:116)
- Quien ingresa como estudiante a una institución educativa lo hace con una finalidad: la consecución de un título que lo habilite para insertarse laboralmente en determinado campo profesional. Responder a esta expectativa no implica que debamos organizar nuestros “*mapas curriculares* para conformar identidades técnicas y profesionales adecuadas sólo a lo que pide el mercado” (Puiggrós 2009: 56) Pero tampoco podemos conformar identidades cuyas competencias no encajen con la inserción laboral anhelada. Nos compete como institución formar para dicha *inserción* sin descuidar sentidos ético-políticos. La poca demanda de profesionales de la comunica-



ción<sup>2</sup> se debe según Zalba a “la falta de conocimiento de la existencia de la carrera o por lo menos al *desconocimiento de las competencias y calificaciones pertinentes* a su desarrollo profesional por parte de la sociedad y por ende del mercado laboral”. “También es necesario que los formadores de comunicadores realicemos un *concienzudo trabajo de análisis de los escenarios* de inserción profesional, así como las áreas de vacancia tanto de la investigación clásica como para la Investigación y Desarrollo” (Zalba 2009: 45)<sup>3</sup>

- Pensar el espacio del aula “como *espacio de interacción entre sujetos* en los que se verifican procesos de producción de sentido, de creación y recreación de significados, generando relaciones en las que esos mismos sujetos se constituyen individual y colectivamente” (Uranga 2001: 97) Si el aula es considerada espacio de interacción, entonces podrá posibilitar la acción y la participación del estudiante a través de la implementación de estrategias didáctico-pedagógicas que ejerciten las capacidades reflexivas y prácticas. Ello luego de aceptar la revisión del modelo clásico aludido más arriba.
- “Considerar el espacio universitario como espacio de *construcción de subjetividades*. Somos responsables de cómo se construye el sujeto-estudiante en la interacción que proponemos o que aceptamos dentro de los límites de la universidad. Un alumno recipiente que repite lo que le trasvasamos, que repite lo que un catedrático elevado y omnipotente dice, se educa en el acatamiento. Y..., *si lo modelo en el acatamiento, no podrá emprender el camino del cuestionamiento*, sentencia Marita Mata. Entonces, es lícito que nos preguntemos si estamos formando comunicadores sociales críticos, participativos y constructores de nuevas realidades” (Reta 2006:9)



## 6- A modo de cierre

Planes de estudio en constante revisión. Docencia universitaria con pactos pedagógicos poco convincentes. Tensión permanente en la búsqueda de equilibrio entre teoría y práctica, entre saberes teóricamente fundados y prácticas socialmente comprometidas. Encierro en la clausura del aula-jaula. Escaso número de egresados en relación a las matrículas de ingreso. Multiplicidad de titulaciones y orientaciones en la órbita nacional. Escasas modalidades de cooperación y articulación entre las carreras de comunicación. Fluctuante definición de la identidad profesional. Presencia vacilante de la impronta ética en la formación del comunicador. Desorientación de nuestros egresados a la hora de definir su identidad profesional. Precaria inserción laboral y profesional de nuestros graduados.

Notas de un diagnóstico desalentador si no lo conectamos con itinerarios, preocupaciones y ocupaciones de aquellos a quienes nos compete formar comunicadores en el marco de la educación superior.

Notas e itinerarios que nos convocan hoy y lo seguirán haciendo mientras compartamos espacios de discusión y construcción colectiva que pongan en la mira a la comunicación, su enseñanza, su aprendizaje en enclaves nacionales y latinoamericanos.

Notas, itinerarios y construcciones colectivas que posibilitarán tejer redes de intercambio y cooperación académica para favorecer y favorecernos. De nosotros depende.

## BIBLIOGRAFÍA

Chapato, María Elsa

2009. Conocimiento comunicacional y práctica docente. En: *Revista Argentina de Comunicación*, Año 3, N° 3 Debates en torno al conocimiento y a la enseñanza de la comunicación. Fadeccos. Prometeo Libros, Argentina.



Fuentes Navarro, Raúl  
2007. Prácticas Profesionales y Utopía Universitaria: Notas para repensar el modelo del comunicador. En: *Diálogos de la Comunicación* N° 74 Mayo –Agosto 2007. FELAFACS.

Mata, María Cristina  
1994. *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*. La Crujía. Buenos Aires.

Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación, Secretaría de políticas universitarias  
2007. Anuario 2006. Estadísticas universitarias. Buenos Aires, [www.me.gov.ar/spu](http://www.me.gov.ar/spu)

Prieto Castillo, Daniel  
2008. Hacer pedagogía en la enseñanza y el aprendizaje de la comunicación. En: *Revista Argentina de Comunicación*, Año 3, N° 3 Debates en torno al conocimiento y a la enseñanza de la comunicación. Fadeccos. Prometeo Libros, Argentina.

Puiggrós, Adriana  
2009. Échale la culpa a Bolonia, en *Caras y Caretas La revista de la Patria* Año 48 N°2. 232.

Quiroz, María Teresa  
2001. La formación del comunicador en tiempos de crisis. En: *Diálogos de la comunicación*. Número 63. <http://www.felafacs.org/diálogos/pdf>

Reta, María Lucrecia  
2006. Extender-nos y quebrar el encierro del aula-jaula. *IV ENACOM Encuentro Argentino de Carreras de Comunicación Social, Fadeccos 17 y 18 de octubre*, San Juan, Argentina.

Uranga, Washington  
2001. Gestionar desde la comunicación, gestionar procesos comunicacionales. En: *Revista Oficinas Terrestre* N° 9/10, año IV, La Plata, Argentina.

Zalba, Estela María  
2008. Desafíos y tendencias en la educación superior en América Latina. El caso de las carreras de comunicación en el sistema universitario argentino. En: *Revista Argentina de Comunicación*, Año 3, N° 3 Debates en torno al conocimiento y a la enseñanza de la comunicación. Fadeccos. Prometeo Libros, Argentina.



## Notas

Reta, María Lucrecia: Docente e Investigadora de la Universidad Nacional del Comahue, Río Negro, Argentina. Docente de la Universidad del Salvador, Buenos Aires Argentina. Profesora de Castellano y Literatura. Magíster en Planificación y Gestión Social con mención en Comunicación. Profesora Regular del Área de los Lenguajes. Dirige la publicación *Contracorriente*. Ha sido Miembro del Equipo Asesor del Programa de Mejoramiento de la Calidad Educativa y Retención Estudiantil y Directora de la Carrera de Comunicación Social. Es Presidenta de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social y Directora de la región Cono Sur de FELAFACS. Fue distinguida por una beca por International Reading Association. E-mail: lucreciareta@gmail.com

Fernández y Valdivielso, Nadia: Licenciada en Comunicación Social por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue, Argentina. Realizó su residencia laboral en el Departamento de la Licenciatura en Comunicación Social de la misma Universidad. Trabajó en distintos medios de comunicación de la Patagonia nadiafernandez@hotmail.com.

Pugni, María Emilia: Licenciada en Comunicación Social por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue, Argentina. Trabajó en medios de comunicación en México y en dicho país hizo una especialización en Derechos Humanos. Actualmente cursa la Maestría en Comunicación Audiovisual en la Universidad Católica, Buenos Aires, Argentina. milivenez@hotmail.com.

1 La Universidad de Buenos Aires, la Universidad Agustín Maza, la Universidad Nacional de Salta y la Universidad del Litoral si bien no estuvieron presentes en el 7° ENACOM fueron incorporadas a la Tabla que se inserta en este apartado.

2 FELAFACS se ocupó de ello en los '90 con la investigación Campos Laborales y Mercados profesionales.

3 Al respecto, se recomienda la lectura del artículo Prácticas Profesionales y Utopía Universitaria: utopías para repensar el modelo del comunicador de Raúl Fuentes Navarro.