

“Primera aproximación a las asignaturas de Comunicación Digital Institucional, en los programas de estudios de carreras de grado de Comunicación de Universidades Argentinas” - Presentación.

Lilian Viviane Páez y María Soledad Boiero.

Cita:

Lilian Viviane Páez y María Soledad Boiero (2019). *“Primera aproximación a las asignaturas de Comunicación Digital Institucional, en los programas de estudios de carreras de grado de Comunicación de Universidades Argentinas” - Presentación. XXI° Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Humanidades (UNSa), Salta.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/21redcom/86/1.pdf>

Título: “Primera aproximación a las asignaturas de Comunicación Digital Institucional, en los programas de estudios de carreras de grado de Comunicación de Universidades Argentinas”.

Mesa temática N° 9: *Comunicación institucional, publicidad y relaciones públicas.*

Autores:

- Lilian Viviane Páez, DNI: 12.157.336
lianpaez@yahoo.com.ar Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba.
- María Soledad Boiero, DNI: 33.609.851.
maria-soledad.boiero@gmail.com. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba.

Palabras claves: comunicación digital institucional - formación- grado.

RESUMEN

En la presente ponencia, vamos a exponer las asignaturas vinculadas a la Comunicación Digital Institucional y los principales ejes temáticos presentes en los programas de las carreras de grado de universidades nacionales.

Se trata de un avance descriptivo y una serie de consideraciones preliminares de la primera etapa del proyecto de investigación aprobado por Secyt para los años 2018-2021: COMUNICACIÓN DIGITAL EN INSTITUCIONES / ORGANIZACIONES: ANÁLISIS COMPARATIVO DE PROGRAMAS DE ASIGNATURAS AFINES DE CARRERAS DE GRADO Y DE POSGRADO DE DEPENDENCIAS UNIVERSITARIAS INTEGRANTES DE REDCOM[1] (Red de Carreras de Comunicación Social) Y FADECCOS[2] (Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social) DE ARGENTINA, EN LA ACTUALIDAD. El proyecto busca conocer las relaciones entre los programas de asignaturas de carreras de grado y de posgrado que abordan la comunicación digital en instituciones/organizaciones, respecto a los ejes temáticos y desarrollos teóricos de cada uno. El ámbito de estudio abarca inicialmente 46 dependencias universitarias integrantes de REDCOM¹ y FADECCOS² de Argentina en la actualidad. La duración del proyecto es de cuatro años y está pautado en cuatro etapas a desarrollarse en dicho periodo.

Para esta primera descripción trabajamos con las cuarenta y seis unidades académicas mencionadas explorando las asignaturas, los temas y/o ejes temáticos ofrecidos en los programas de las carreras de grado. Utilizamos la metodología cuantitativa a través de la técnica de revisión documental a fin de relevar datos básicos que aporten una descripción pormenorizada de lo antes mencionado.

Nuestro objeto de estudio es el campo de la enseñanza de la Comunicación Digital Institucional en contextos académicos de grado universitario nacional. Entendiendo al campo desde la perspectiva de Bourdieu (1991) como un espacio de lucha por definir lo legítimo en la producción/transmisión de conocimientos y en la forma de hacerlo. Se desarrolla en un

¹ <http://www.redcomargentina.com.ar>

² <http://www.fadeccos.org>

proceso histórico constituido por relaciones de desigualdad y conflictividad. Las relaciones de fuerza se establecen entre actores (individuos, grupos, organizaciones, niveles de formación, etc.) que luchan por la definición y posesión del capital específico: modo de producir/transmitir conocimiento y por las reglas de juego a establecer en el campo.

En este sentido, la Comunicación Digital constituye hoy en un ámbito de lucha por el reconocimiento científico y las universidades se reposicionan como los espacios de producción de conocimientos valiosos para el mundo profesional, al aportar reflexión académica sobre lo digital en el campo de la comunicación institucional, repensando sus usos.

En cuanto al ámbito profesional resulta evidente que se demandan cada vez más profesionales que dominen los conocimientos y técnicas de comunicación tanto tradicional como digital, como siempre el mundo del trabajo requiere un espacio de legitimación de sus competencias y saberes. A su vez, se reconoce que los contenidos digitales en las carreras tradicionales de Comunicación se han realizado en forma aleatoria, trabajando con la necesidad y la demanda sin haber definido claramente las competencias que exige la sociedad digital. Se han ido sumando en la medida que el ámbito académico recibe las demandas de alumnos, egresados y organizaciones en cursos, como asignatura al final del recorrido formativo y/o como ejes temáticos en asignaturas del plan de estudio³.

A partir de estas consideraciones, somos conscientes que es necesario reflexionar e interrogar a la realidad si con la Comunicación Digital alcanza, si se la valora como proceso comunicativo o como proceso de digitalización de la comunicación. Pensar los discursos y el poder que están presentes en lo digital, la cultura institucional que se está construyendo, las nuevas identidades de los participantes, entre otras temáticas que nos interpelan acerca de las respuestas que están ofreciendo las carreras de comunicación.

Por lo expuesto, nos resulta relevante en esta primera etapa trazar una serie de análisis preliminares sobre las asignaturas y ejes temáticos de Comunicación Digital Institucional para empezar a construir el panorama de la situación de la enseñanza de la Comunicación Digital Institucional en la educación superior Argentina.

Marco Teórico

A nivel institucional, la Comunicación Digital se configura hoy en un elemento imprescindible para la construcción de confianza a partir de la gestión de la identidad, la imagen y el conocimiento de las organizaciones (Egidos, et al, 2015; 2017). A su vez, a nivel social, el vertiginoso devenir del desarrollo y evolución de tecnologías digitales de comunicación se manifiesta en la magnitud del uso de las mismas por parte de la población. Entendemos se configura un escenario complejo que, a nivel académico requiere de nuevos posicionamientos teóricos y metodológicos para su abordaje general y en comunicación institucional en particular.

³ Red Iberoamericana de Comunicación Digital Proyecto “Comunicadores digitales” Carlos A. Scolari Coordinador de la Red ICOD
Primera edición: Abril de 2006

El campo académico nos interpela y nos invita a repensar cuáles son las construcciones que necesita para encaminarse a la adaptación de las carreras de grado a las demandas de la era digital, para Massoni (2006) se evidencia la necesidad de un abordaje transdisciplinario de lo comunicacional, aprovechando las evoluciones de las ciencias de este campo. Al respecto, explica que en las cátedras universitarias el mayor desafío quizás sea asumir que ya no alcanza con manejar éste o aquel cuerpo de teoría, sino que tenemos que aprender a incorporar formas de negociar la información que le va llegando a cada quien para continuar aprendiendo el resto de su vida. Esto implica muchas cosas, pero quizás como gran tarea, la de aprender a incorporar la teoría de manera no reproductiva y la práctica de manera no instrumental.

Así, desde el punto de vista de la inclusión de temas en los espacios educativos, consideramos el planteo de Aparici (2011) sobre el modelo «*feed-feed*» para redimensionar la normas de relación entre docentes y alumnos a partir de los cambios en el contexto social de las tecnologías de comunicación y su impacto en la formación. “En el proceso comunicativo los participantes intervienen activamente, se propicia lo comunicacional, lo informativo de todos con todos. Es un acto de construcción y de conexión (...).” (Aparici, 2011: 42). En este escenario digital, el autor identifica un ecosistema comunicativo e informacional que permite a las personas, encontrarse con posibilidad continua de crear contenidos y de interrelacionarse en procesos conversacionales que generan la participación de todos los interactuantes a través de las diferentes herramientas de la comunicación.

Marco Metodológico

A partir de lo expuesto la enseñanza de la Comunicación Digital Institucional en el contexto académico de grado y de posgrado universitario nacional tiene el desafío de plantear nuevos abordajes teóricos y metodológicos. Gómez (2002), en “*Hacia la construcción de una metodología para el estudio de las comunidades virtuales*”, afirma que los investigadores y los educadores deben asumir la responsabilidad de hacer comprender los cambios que están generando la tecnología, su estado y su uso actual y potencial. Advierte que los objetos de estudio se mueven más rápido de lo que lo hacen las personas dedicadas a estudiarlos, debido al defasaje entre las innovaciones técnicas y los recursos económicos y teórico-metodológicos destinados a investigarlos. Señala que los instrumentos están hechos y probados para los temas que se vienen estudiando y el desafío es cómo abordar los nuevos temas. La propuesta central del autor radica en una metodología que con rigurosidad científica pero flexible, aborde desde diversas perspectivas el fenómeno de las comunidades virtuales. Para su planteo parte de la experiencia acumulada en la utilización de metodologías compuestas o trianguladas, que permiten alcanzar una visión integrada de un fenómeno social particular, en este caso la comunicación digital.

En función de esto, pretendemos exponer la descripción de las asignaturas y los temas y/o ejes temáticos vinculados a la Comunicación Digital Institucional ofrecidos en los programas de las carreras de grado de las 46 dependencias universitarias integrantes de REDCOM (Red de Carreras de Comunicación Social) y FADECCOS (Federación Argentina de carreras de Comunicación Social) de Argentina. Los datos se recabaron de la información publicada por los sitios oficiales de las dependencias universitarias. Para tal fin se escogió una perspectiva metodológica cuantitativa recurriendo a la técnica de revisión documental que sirvió para

relevar los ejes temáticos de los programas y presentar los datos preliminares en la presente ponencia.

Bibliografía

- Bourdieu, P. (1991): El sentido práctico. Ed. Taurus.
- Egidos, D. et al (2015): Redes sociales digitales en contextos institucionales, en Revista CIENTIFICOM – EL CACTUS: Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba. AÑO 4. Nº 4. Pág. 110 a 119. ISSN: 2314-1581.
- Egidos, D. et Al (2017): Proyecto “Interacción y comunidades virtuales en el campo de la comunicación institucional: los usos comunicativos de redes sociales digitales por parte de los públicos-usuarios de organizaciones medianas en Córdoba, Argentina, en la actualidad” en ANUARIO DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (2015-2016). Fabiana Martínez [et al.] – 1era. ed. – 426. 124-136. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- Gómez, E. (2002): Hacia la construcción de una metodología para el estudio de las “comunidades virtuales”. Versión 12. UAM-X MÉXICO
- Massoni, S. (2006): “La enseñanza de la comunicación digital en la universidad: experiencias y propuestas” en Digital Communication. Professional skills and academic challenges. ICOD network, Red Iberoamericana de Comunicación Digital, ALFA EUROPEAID.
<http://cedal.org.co/es/revista-interaccion/la-ensenanza-de-la-comunicacion-digital-en-la-universidad-experiencias-y-propuestas>