

Mesa Temática: Comunicación y Educación

Título: “Exploración de la oferta educativa universitaria sobre Comunicación digital institucional. Avances descriptivos de la situación en carreras de grado y posgrado en Argentina.”

Resumen:

Nuestro campo objeto de estudio es la oferta educativa de Comunicación Digital Institucional en el contexto académico de grado y de posgrado universitario nacional, a partir del análisis de las propuestas curriculares existentes al año 2018.

Desde el marco del proyecto de investigación que venimos desarrollando, presentamos aquí una primera aproximación descriptiva. Ésta versa sobre cómo se presenta la oferta de enseñanza de la comunicación digital institucional en el conjunto de dependencias universitarias argentinas integrantes de REDCOM y FADECCOS.

Intentaremos dar cuenta de la sistematización descriptiva obtenida a partir de la exploración realizada hasta el momento.

Como aún no llegamos a la etapa de comprobación de hipótesis no daremos cuenta de conclusiones del estudio, sólo compartiremos algunos resultados preliminares. Por ejemplo que la mayoría de las carreras de grado cuenta con asignaturas que incluyen en su denominación los conceptos de comunicación digital, institucional u organizacional. Y también que la mayor parte de esas materias hacen referencia específicamente a “comunicación institucional”, “comunicación organizacional” o a ambas. Por su parte, en el nivel de posgrado, llama la atención que aparecen más carreras vinculadas a la comunicación digital institucional en facultades que no están directamente ligadas a la enseñanza de la comunicación y no en aquéllas que por su especificidad deberían ofrecerlas.

Palabras clave: oferta educativa; comunicación digital; instituciones, descripción

Autores:

Egidios, Dionisio FCC-UNC degidos@gmail.com

Cárcar, María Fernanda FCA-UNC mfcárcar@gmail.com

Ferrara, Bruno FCC-UNC brunoferrara7@gmail.com

Exequiel Ducart FCC-UNC exequielducart@gmail.com

A manera de contextualización

Esta investigación, que forma parte del proyecto aprobado por Secyt para los años 2018-2021, 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 REDCOM (Red de Carreras de Comunicación Social) y FADECCOS (Federación Argentina de carreras de Comunicación Social) de Argentina, en la actualidad.

Nuestro campo objeto de estudio es el de la oferta de enseñanza de la Comunicación Digital Institucional en el contexto académico de grado y de posgrado universitario nacional. Dicho campo –desde la perspectiva de Bourdieu (1991)- podría entenderse como un espacio de lucha por definir lo legítimo en la producción/transmisión de conocimientos y en la forma de hacerlo. 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 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.

Por todo ello, a nivel académico se requiere de nuevos posicionamientos teóricos y metodológicos a la hora de su abordaje general y en comunicación institucional en particular.

En función de darle continuidad al tratamiento de la temática de los tres proyectos de investigación anteriores (Tipo A) financiados por Secyt-UNC (2012-2013; 2014-2015; 2016-2017) en los que hemos abordado las distintas dimensiones de la comunicación institucional digital (prácticas de uso de redes sociales digitales en organizaciones educativas locales y abordajes teórico-metodológicos de su investigación en el contexto académico de nuestro medio) es que nos ha parecido importante incursionar ahora en el estudio de la oferta educativa superior –a nivel de grado y posgrado- y completar de este modo los pilares de la formación, investigación y prácticas profesionales en torno a nuestro objeto de estudio.

Con esta ponencia nuestra intención es mostrar una primera instancia o etapa de estudio descriptivo que nos facilitará el camino para luego poder responder nuestros interrogantes de investigación y dar cuenta de nuestros objetivos e hipótesis.

Sobre el proyecto de investigación en desarrollo

Nuestro objetivo general es conocer las características de los programas de asignaturas de carreras de grado y de posgrado de las dependencias universitarias -integrantes del corpus objeto de estudio- que abordan la comunicación digital en instituciones/organizaciones, respecto a los ejes temáticos y desarrollos teóricos de cada uno y la relación que se presenta entre ellos.

Como modo de guiar la investigación, nos planteamos las siguientes hipótesis:

1. Los programas de las asignaturas de las carreras de grado que incluyen la temática de la comunicación digital en instituciones/organizaciones presentan carencias o ausencias en su abordaje.
2. Los programas de las asignaturas de las carreras de posgrado dan respuesta a las carencias o ausencias de los programas de las asignaturas de las carreras de grado cuyos contenidos incluyen la temática de la comunicación digital en instituciones/organizaciones.

Las unidades de observación que integran el universo (o población) de estudio son los programas de asignaturas de carreras de grado y posgrado de las dependencias universitarias pertenecientes a REDCOM y FADECCOS que incluyen en sus contenidos a la Comunicación Digital en organizaciones o instituciones.

Se utiliza principalmente –pero no exclusivamente- la perspectiva cualitativa.

Se realiza una primera etapa de trabajo de relevamiento de datos cuantitativos a través de la aplicación de la técnica de revisión documental. En ella se están analizando contenidos de las denominaciones de las asignaturas y comenzando a reconocer los ejes temáticos en los programas. De esta etapa extraemos algunos resultados preliminares que aparecen como datos en la ponencia.

Luego del reconocimiento temático en dichos programas, en una segunda etapa se realizará un análisis de contenido cualitativo a partir de cuyos datos se facilitará el reconocimiento del desarrollo teórico de los programas y el establecimiento de tipologías de los mismos.

Con esos insumos, se estará en condiciones de llevar a cabo el análisis comparativo de los programas de ambos niveles de enseñanza para, finalmente, reconocer el grado de continuidad en el campo de conocimiento entre dichos niveles.

Antecedentes

En el XVII Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de Argentina, *realizado en la UNC en 2015*, las Dras. Echevarría, Viada y Pereyra expusieron su estudio sobre la Comunicación digital en la formación de comunicadores. Dicho trabajo –que nos sirve como antecedente- tuvo como objetivo poner en discusión una propuesta sobre el lugar de la comunicación digital en el nuevo plan de estudios de la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC.

Por su parte, el trabajo de Perlado y Saavedra (eds.): “Los estudios universitarios especializados en comunicación en España” se presenta como otro antecedente de investigación afín a nuestro tema. Si bien ese estudio hizo foco en el profesional abocado a la dirección de comunicación, el paralelismo que puede establecerse con nuestra investigación, es que se analizó el panorama de la enseñanza universitaria de grado y la oferta de posgrado sobre un aspecto formativo en particular.

Las conclusiones de dicho trabajo revelaron que para consolidar profesionales competentes para el tipo de rol que se estaba analizando, aún faltaba bastante. Existía poca oferta de grado que era compensada con una oferta mayor de posgrado (véase una de nuestras hipótesis ya que coincide con este resultado aunque nos referimos a otro tipo de formación en relación al comunicador institucional). Al igual que nosotros, ese estudio apostó a servir de orientación a las instituciones académicas, aportando a la conexión entre la Academia y las demandas reales de las organizaciones.

Algunos datos y resultados preliminares

Durante el proceso de análisis de un corpus de programas de asignaturas de las carreras de grado y posgrado de universidades miembros de REDCOM y FADECCOS, realizamos un primer acercamiento de tipo cuantitativo y general. A partir de él podemos decir que a nivel de carreras de grado y desde un reconocimiento por tipo de facultad, encontramos más carreras con materias vinculadas a la comunicación digital institucional en facultades de Ciencias Sociales. Contrariamente, es muy distinto este dato en las carreras de

posgrado, en las que observamos que la mayoría de las carreras con programas y materias vinculados a la comunicación digital institucional, pertenecen a facultades de Ciencias Económicas.

Asimismo, la mayoría de las carreras de grado cuenta con asignaturas que incluyen en su denominación los conceptos de comunicación digital, institucional u organizacional.

La mayor parte de esas materias hacen referencia específicamente a “comunicación institucional”, “comunicación organizacional” o ambas. Muy por debajo pero en segundo lugar, se encuentran las asignaturas que incluyen a la comunicación institucional u organizacional en relación a otras áreas de desempeño profesional.

Hay una escasa diferencia superior de universidades con posgrados con asignaturas afines respecto a las que no cuentan con ellas.

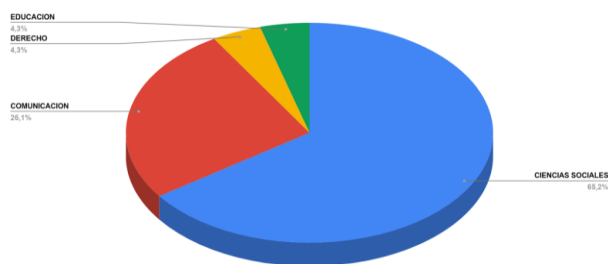
Más de la mitad de las carreras de posgrado con asignaturas afines corresponde a las maestrías. Le siguen las especializaciones y con mucha menor frecuencia los doctorados.

Entre las asignaturas de especializaciones y maestrías de carreras de posgrado de Ciencias Económicas en su denominación aparecen con más frecuencia los conceptos de “gestión”, “marketing”, “organizaciones/organizacional”. En cambio en las carreras con orientaciones en sociales, las palabras que más aparecen son “gestión”, “comunicación” y “estratégicas”.

Presentación en cuadros y/o gráficos

Grado

1. Distribución de carreras con asignaturas afines según el tipo de Facultades de enseñanza de ciencias sociales.



Las licenciaturas se concentran en un 91% en los tipos de facultades en Ciencias Sociales y en Comunicación.

2. Carreras de grado con o sin asignaturas en cuya denominación se incluye la temática de la comunicación digital/institucional/organizacional (Afines).

Con asignaturas afines	34	72 %
Sin asignaturas afines	13	28 %
Totales	47	100

		%
--	--	---

La mayoría de las carreras de grado cuenta con asignaturas que incluyen en su denominación los conceptos de comunicación digital, institucional u organizacional.

3. Asignaturas afines según su denominación.

En su denominación aparecen “comunicación institucional”, “comunicación organizacional” o ambas.	22	64 %
En su denominación se incluye a la com. institucional u organizacional pero siempre en relación a otras temáticas (por ej. “prensa”, “publicidad”, “planificación”, etc.)	6	18 %
En su denominación aparece “comunicación digital”	3	9 %
En su denominación no aparecen mencionadas la com. institucional, organizacional ni digital, pero por su nombre cabe suponer que las incluyen (por ej. “Com. Estratégica”)	3	9 %
Totales	34	100 %

La mayor parte de esas materias hacen referencia específicamente a “comunicación institucional”, “comunicación organizacional” o ambas. Muy por debajo pero en segundo lugar, se encuentran las asignaturas que incluyen a la comunicación institucional u organizacional en relación a otras áreas de desempeño profesional.

Posgrado

1. Existencia de carreras de posgrado con asignaturas afines en universidades nacionales adheridas a REDCOM y FADECCOS.

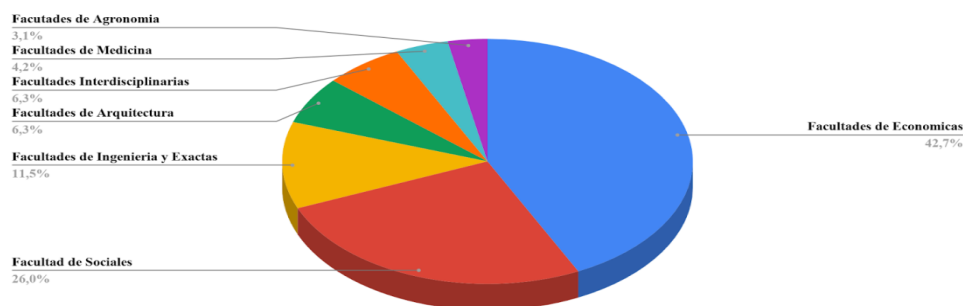
Universidades con Posgrados con asignaturas afines (1)	24	55 %
Universidades sin	20	45 %

Posgrados con asignaturas afines (2)		
Totales	44	100 %

- (1) UBA, UNER, UNCOM, UNC, UNGS, UNLP, UNLZ, UNQ, UNR, UNT, UNCUYO, UNM, UNSJ, UNSL, U. PONT. CAT. ARG, UNRN, UNFLORES, UNLITORAL, U AUSTRAL, UN CONC URUG.
- (2) UNAVELL., UNJU, UNLMAT., U. PAT.AUST., U. PAT. S.J.BOSCO, UNLR, UNMORENO, UNAS, UNSDE, UNLPAMPA, U. MADRES PZA. MAYO, U.CAT. SDE., U. DEL NORDESTE, U. DE BELGRANO, U. CS. EMP. Y SOC.

Hay una escasa diferencia superior de universidades con posgrados con asignaturas afines respecto a las que no cuentan con ellas.

2. Distribución de carreras con asignaturas afines según el tipo de Facultades.



Encontramos más carreras relacionadas a la comunicación institucional y a la comunicación digital en las facultades de Ciencias Económicas (42,7%), siguen las facultades orientadas a Ciencias Sociales (26%).

3. Tipología de los posgrados ofrecidos con asignaturas afines.

Doctorados	5	12,5 %
Maestrías	24	60 %
Especializaciones	10	25 %
Cursos	1	2,5 %
Totales	40	100 %

Más de la mitad de las carreras de posgrado con asignaturas afines corresponde a las maestrías. Le siguen las especializaciones y con mucha menor frecuencia los doctorados.

Bibliografía

- Bourdieu, P. (1985): Razones Prácticas. Ed. Anagrama.
- Bourdieu, P. (1991): El sentido práctico. Ed. Taurus.
- Egidios, 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.
- Egidios, 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.
- Egidios, D. y Páez, L. (2000): “Comunicación en instituciones y organizaciones: una aproximación teórico-analítica a su diversidad conceptual”. Revista Latina de Com. Social-Tenerife. España. Nº 35 – Diciembre.
- Perlado, M. y Saavedra, M. (eds.) (2017): Los estudios universitarios especializados en comunicación en España. Un análisis desde la perspectiva profesional de la dirección de comunicación (2014-2015). Edit. UOC. Barcelona.
- Viada, M. et al (2015): Comunicación digital en la formación de comunicadores, en XVII Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de Argentina “La Institucionalización de los debates, estudios e incidencia social del campo de la comunicación”. Córdoba: UNC
- http://www.redcom2015.eci.unc.edu.ar/files/REDCOM/EJE1/redcom_-_1_-_26%20sf_Viada,%20Pereyra,%20Echevarria.pdf