

Fundamentación

Desde mediados de siglo XX, Argentina y otros países de América latina han sido testigos del surgimiento y la consolidación de distintas experiencias de comunicación comunitaria, que implican el desarrollo de medios de comunicación de un carácter privado-colectivo, gestionados por organizaciones sociales sin fines de lucro. Con diferentes denominaciones y conceptualizaciones sobre sus prácticas, dichos proyectos de comunicación ¿comunitaria?, ¿educativa?, ¿popular?, ¿ciudadana?, ¿participativa? o ¿alternativa?, que suponen una participación de los actores de la comunidad local en la programación, operación, administración y financiamiento de los medios, han contribuido a amplificar el espacio público democrático de nuestras sociedades.

La construcción de un proyecto de comunicación sin fines de lucro y coherente con un proyecto político-cultural, así como la búsqueda de autonomía respecto del poder económico y de los gobiernos, hace a la administración de estos medios una práctica particular de gestión, que tiene aspectos en común con otros medios de comunicación pero también fuertes divergencias en cuanto a las metas, los modos de organización interna, el financiamiento, etcétera.

Sin renunciar a la idea de sustentabilidad, los medios comunitarios tienden a asumir la gestión como un proyecto integral que involucra una dimensión económica pero también otra política, una comunicacional y una organizacional, todas con características distintas a las de los medios privados-comerciales.

En las últimas décadas se han multiplicado las iniciativas de comunicación comunitaria en los medios gráficos y radiales, y han surgido interesantes proyectos de desarrollo en el ámbito de la televisión y en plataformas multimediales. Con el avance de las ¿nuevas tecnologías?, que tienden a hacer más accesible la producción y transmisión de contenidos comunicacionales, así como la nueva legislación para los servicios de comunicación audiovisual¹, es lógico prever un mayor crecimiento cuantitativo del sector, que plantea desafíos de largo plazo.

Los medios comunitarios podrían constituirse como espacios de comunicación ya no ¿alternativos? o ¿complementarios? en el espacio público mediático, sino activos y protagónicos. Esa posibilidad demanda enriquecer y consolidar sus modelos de gestión comunicacional, económica, legal y política. La Universidad pública puede contribuir a ese proceso con espacios de formación y de investigación/desarrollo específicos acordes a las necesidades de estos actores de la sociedad civil.

La Universidad Nacional de Quilmes tiene una trayectoria académica consolidada en relación a la formación en comunicación social, iniciada con la Licenciatura que dicta desde 1991. A nivel de posgrado, además de la mención específica sobre Comunicación en la Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades, desde 2009 desarrolla una Maestría en Industrias Culturales: políticas y gestión, que ha aportado a la capacitación de profesionales para el análisis y la intervención en un sector de creciente importancia económica, social y cultural. Por otra parte, además del área de Comunicación Social desde la cual se desarrolló el presente proyecto, las áreas de Economía y Administración de la UNQ han tenido un gran desarrollo específico ?en el campo de las prácticas de investigación y la extensión- en relación a experiencias de economía social y solidaria, desarrollando instrumentos vinculados a la planificación y la gestión en organizaciones sin fines de lucro.

Esta Tecnicatura Universitaria en Gestión de Medios Comunitarios asume un compromiso con el crecimiento de las organizaciones del sector y prevé brindar herramientas propias para el doble desafío de gestionar empresas de comunicación y gestionar empresas sociales (sin fines de lucro).

En otras palabras, propone una formación profesional que intersecta dos especificidades:

- la de una empresa comunicacional, que es un tipo de organización económica particular por el tipo de servicio que produce,
- la de la comunicación comunitaria, distinta a la comunicación empresarial con fines de lucro y también a la comunicación estatal o gubernamental.

Source URL: <http://www.virtual.unq.edu.ar/grado/medios/fundamentacion>