

**UNIVERSIDAD DE PALERMO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN**

Informe de Práctica Laboral

**Análisis de Caso:
Portal Universia
Argentina**

***Gastón A. Filardi
Abril de 2003***

El sentido y significado de una práctica laboral es poder tomar contacto con la tarea diaria y el quehacer profesional concreto. Tiene que ver, en nuestro caso, con el oficio y la profesión, más que con una actividad que brinde sólo experiencia.

Al querer analizar este proceso, muchas veces el inconveniente reside en tratar de realizar una mirada que indefectiblemente estará “intoxicada” por la cercanía con el objeto de análisis. Justamente en esto reside el análisis crítico: realizar un análisis lo más objetivo posible de la propia tarea cotidiana y de los factores que inciden en la misma.

En tal sentido, en el presente trabajo realizaré un análisis sistemático de la estructura en la cual trabajé y de la metodología laboral allí utilizada. A partir de esta esquematización se podrán realizar las críticas correspondientes.

Contextualización: “INTERNET”

El fenómeno de Internet tuvo sus primeros pasos en EE.UU. hace unos 35 años (1969) para uso de científicos e investigadores, y con fines militares. El proyecto llamado ARPANET, en referencia a la agencia del Ministerio de la Defensa de los Estados Unidos “ARPA” (Advanced Reserch Project Agency), pretendía poner en contacto una gran cantidad de computadoras pertenecientes al ejercito de EE.UU.

Al año siguiente de su creación, en 1970, se interconectaron las principales universidades y centros de investigación científica de EE.UU. Dos años más tarde, se desarrolló un estándar para el email, con la adopción de convenciones como la incorporación de la "@" en las direcciones de correo electrónico.

Recién en 1982, Inglaterra se conectó a Internet, actuando como puerta de acceso a los países europeos y marcando el comienzo de la globalización. Cuatro años más tarde (1986), Japón se conecta y la administración del segmento no militar de la red se transfirió a NSFnet (National Science Foundation Network), quien mejoró notablemente la velocidad.

Fue a comienzos de los 90, que se creó "Mosaic", el primer navegador con interfaz gráfica, en la Universidad de Illinois en Urbana-Champaign. Esto marca la aparición del color y la facilidad de uso de la Red, que hasta ese momento había permanecido limitada al ámbito profesional y académico.

En 1994 los módem de alta velocidad se encuentran al alcance de la mayoría de usuarios, y la aparición de grandes y pequeños proveedores de acceso, potencian la entrada del mundo comercial en Internet, a través de la publicidad y el comercio electrónico. Dos años más tarde, con más de 6 millones de hosts y más de 80 millones de usuarios conectados, Internet se convierte en el primer medio global que, por medio de la interconexión de miles de redes informáticas en todo el mundo, permite una comunicación virtual directa con capacidad de obtener y publicar información de manera sencilla y

económica. Esta información está disponible a millones de usuarios individuales y corporativos siendo así un poderoso instrumento para establecer contactos comerciales y hacer negocios en el ámbito mundial sin que la distancia geográfica influya en los costos.

Para entender la importancia de cómo Internet se incorpora a la sociedad, recordemos que la radio demoró casi 30 años en llegar a 40 millones de personas y la TV sólo tardó 10 años en llegar a la misma cantidad de gente. Hoy dichos medios tienen una llegada masiva. Internet apenas tardó 3 años en llegar al mismo número de personas y en la actualidad se considera un elemento de comunicación más en la vida cotidiana. Se calcula que en 1997 los usuarios de Internet eran aproximadamente 100 millones, mientras que en el año 2002, se estimó que la totalidad de usuarios conectados (Worldwide Internet Population) fue de 580 millones (Nielsen//NetRatings) / 655 millones (ITU). Para el 2004 se espera que sean entre 709.1 millones (eMarketer) / 945 millones (Computer Industry Almanac).

Introducción a Universia.net: Institucional y Conceptos Básicos

Antes que nada entendamos el concepto de Portal de Internet: megasitio web donde la mayoría de los internautas inician la navegación. Entre sus funciones se encuentra la de ser un gran directorio web, ayudando a los usuarios en el rastreo de información. Proporciona además, servicios como e-mail gratuito, grupos de noticias, chats, foros y otros servicios por suscripción. Hoy por hoy en nuestro país se sumó el concepto de Internet Gratis, donde los sitios, además de brindar un servicio a los usuarios, pueden obtener alguna ganancia económica a partir de un porcentaje de los pulsos telefónicos que consumen los usuarios cuando se conectan a Internet por medio de esta conexión.

En el caso de nuestro objeto de estudio, nos centraremos en el análisis del Portal Universia Argentina, donde en el año 2001 ingresé como becario del Área de Contenidos. En una primera instancia, mi tarea tenía que ver con la búsqueda, producción y elaboración de información cruda, para luego comenzar a armar el tronco fundamental del portal, ya en formato web. Una vez finalizada esta tarea, y ya habiendo lanzado el sitio en diciembre del 2001, se procedió a mantener, actualizar y pulir esta información. Si bien mi puesto es en el Área de Contenidos, más adelante detallaré puntualmente cuáles son mis actividades realizadas cotidianamente en el site. En este análisis intentaré explicar como la función en el área de contenidos de un sitio web, hoy por hoy, va más allá de la tarea puramente periodística.

En particular, el Portal Universia, pretende consolidarse como el mejor y más completo portal de los universitarios de habla hispana, tanto por la amplia información que ofrece como por la calidad de sus contenidos y la efectividad de sus servicios. Su principal objetivo es *convertirse en un directorio de enlaces que facilite la comunicación entre un público muy diverso: estudiantes, docentes, investigadores y empresas*. A su vez, Universia intenta asociarse con la mayoría de las universidades de cada país donde está presente, para hacerlas miembro del proyecto desde lo institucional. Es decir, que las universidades

forman parte como socias participantes sin que esto les implique algún tipo de inversión: se incorporan para funcionar como una unidad en el proyecto.

Universia.net es una iniciativa del Grupo Santander Central Hispano (SCH), uno de los grupos económicos españoles más importantes del mundo. A pesar que esto implica una vinculación más directa con la parte empresarial - económica, el proyecto pretende ser de carácter netamente universitario. Las universidades son quienes dirigirán Universia.net desde su origen y obviamente continuarán en su posterior desarrollo y proyección. *El único fin que tiene el portal consiste en favorecer los fines y objetivos que tienen todas y cada una de las universidades.*

Se trata de un proyecto único y excepcional que no tiene referente en el mundo anglosajón, y mucho menos en el ámbito iberoamericano. En el mercado universitario norteamericano, por ejemplo, las universidades no se necesitan tanto entre si como lo requieren las latinoamericanas para subsistir y tomar fuerza. Por eso, otro de sus objetivos consiste *en desarrollar la sociedad de la información en el ámbito universitario hispánico lo cual implica fomentar la participación de las universidades y el desarrollo de proyectos universitarios; facilitar y estimular la incorporación del profesorado y demás personal perteneciente a la comunidad universitaria dentro del ámbito de la información y las nuevas tecnologías; propiciar desarrollos específicos de gran relevancia para el futuro de la educación y gestión universitaria como son la formación on line, campus virtuales, administración on line, etc; y por supuesto facilitar la apertura e intercambio cultural.*

Este carácter excepcional es positivo ya que le da al proyecto el carácter de pionero en el desarrollo de un emprendimiento de este nivel, aunque, también tiene un aspecto negativo vinculado a la dificultad de elaborar y desarrollar un proyecto interuniversitario a nivel mundial.

Dentro de Universia.net, concurren distintos tipos de culturas e ideologías que se ponen de acuerdo para desarrollar un proyecto en común. En este aspecto, Universia España, como país pionero y casa matriz, colabora para favorecer la fluidez de relaciones entre todos los países donde está presente: Argentina, España, Brasil, Colombia, Chile, México, Perú, Portugal, Puerto Rico y Venezuela.

El éxito del portal y la mayor fuerza del mismo está precisamente en ser el mayor colectivo universitario del mundo, sin que exista otro proyecto de características similares. Su gran ventaja es ser para su propia comunidad y para el resto del mundo el lugar donde se encuentra “todo” lo universitario, pero de una manera ordenada.

Universia no pretende competir con las universidades sino que, al contrario, va a complementar todos los servicios e informaciones aportadas por ellas. Debe ser concebido como un proyecto que sirve de vidriera hacia el resto de la comunidad universitaria iberoamericana.

Estructura del portal

De su estructura podemos decir que es bastante sencilla. Se trata de una Home Page Presentación que reúne a todos los “Universias”, luego la homepage específica de cada país (por ej. Universia Argentina, Universia Brasil, etc.) y finalmente las páginas internas. A esto hay que sumarle los diferentes “minisites” que cada país pueda realizar: producciones propias sobre temáticas destacadas por la importancia cultural¹ que tiene determinada temática en cada país. En Argentina, por ejemplo, se realizó el minisite “Universidad Solidaria²” justamente por la cantidad de acciones que emprendieron las universidades, a partir de la situación delicada por la que atravesaba nuestro país. En España, en cambio, se realizó otro minisite donde se recababa información sobre el derrame de Petróleo del Buque "Prestige"³. Es decir que en cada Universia, se está atento a las necesidades propias de la comunidad donde se inserta el portal, más allá de la intención de “universalizar” los contenidos (Gráfico 1).

En la Home Page de cada Universia se puede encontrar más o menos la misma información y estructura. En este sentido, orientaremos nuestro análisis fundamentalmente sobre Universia Argentina. Al ingresar al sitio, el usuario se encuentra con un módulo central en donde se ubica la información más importante, la que diariamente se redacta y actualiza. La noticia principal del día ocupa un espacio destacado (parte superior), y, debajo del “banner⁴” principal se encuentra la nota principal secundaria, utilizada muchas veces para difundir información institucional o para publicar convocatorias a programas de becas y similares. Para el resto de las informaciones, se dispone un módulo dividido en dos cuerpos del mismo tamaño. En estos bloques se encuentran el resto de las noticias de actualidad universitaria y la recopilación de las noticias universitarias más importantes que han sido publicadas en las diferentes ediciones web de los diarios del día. En la botonera de navegación, se sitúan los contenidos generales del portal, divididos por los botones Universidades, Noticias, Estudios, Centros, Bibliotecas, Investigación, Estudiantes, Empleo, Cultura, Internet, Internacionales, Gestión, Servicios, y Amigos (Gráfico 2).

En cada uno de los botones se desarrolla toda la inmensa data contenida en el portal, la cual incluye información institucional de cada universidad; agrupaciones, asociaciones y organizaciones universitarias; estadísticas básicas; informes y documentos; agenda de eventos; noticias científicas; servicios de información; buscador de carreras; cursos on line y educación a distancia; cursos de posgrado; secretaría virtual; centros y departamentos; recursos bibliotecarios; revistas digitales; bibliotecas virtuales; biblioteca de recursos y utilidades; editoriales; directorio y recursos de investigación; hemeroteca científica; revistas digitales; apuntes; alojamientos universitarios; cartelera de mensajes; extensión universitaria; departamento de empleo y pasantías de las universidades; asesoría legal;

¹ Teniendo en cuenta el concepto de cultura que utiliza García Canclini

² <http://www.universia.com.ar/contenidos/solidaridad.html>

³ <http://www.universia.es/contenidos/gestion/Prestige.htm>

⁴ Así se conoce al espacio de publicidad en Internet

formas jurídicas; financiación; servicio a empresas; actividades culturales; museos; cursos de extensión; tecnología e internet; nuevas tecnologías; programas de becas y cooperación; estudios en el extranjero; asociaciones internacionales; directorio de universidades; gestión y programas de calidad; portafolio jurídico; servicios y recursos de gestión; plataformas tecnológicas; servicios on-line; formación permanente; ex-alumnos; club de padres; centros de estudiantes; empresas y fundaciones; ONG's; y acciones solidarias.

Dichos contenidos están dispuestos a manera de directorios o listados, y básicamente contienen vínculos a diferentes recursos, informaciones, datos, temas, instituciones, etc., que existen en otros sitios web, fuera del portal. Por ejemplo, en la sección Internacionales se puede acceder a mucha información relacionada con el tema, como por ejemplo el directorio de Departamentos de Relaciones Internacionales y de Cooperación Internacional de cada universidad. Al acceder al mismo tenemos a disposición un listado con los departamentos, y al elegir alguno de ellos, nos remitimos directamente a la sección donde se encuentra dicho departamento en el sitio de la institución en cuestión. Esto es una parte importante de Universia: *ser un gran directorio que recopila temáticamente distintos recursos ofrecidos por las universidades en la web.*

Podríamos decir que este tronco principal de contenidos del portal el cual contiene la mayoría de la información, maneja datos más bien atemporales y más informativos que noticiosos. La contracara de este volumen de contenidos, es la publicación diaria de las noticias de actualidad universitaria, además, del servicio de Agenda, de Agenda Personalizada (mailing quincenal con los eventos más importantes) y del Newsletter Semanal (resumen de noticias semanal).

Tengamos en cuenta que la actualización y desarrollo permanente de estas secciones es una cuestión bastante importante, ya que si se descuida puede dañar el prestigio del Portal. Aunque se ofrezcan contenidos y servicios de óptima calidad a sus usuarios, el principal problema es que toda esta información debe estar permanentemente chequeada, analizada, estructurada y dispuesta criteriosamente, sin descuidar el lenguaje de Internet.

Desde la estructura y diseño, se intenta no confundir al Internauta, facilitándole la navegación y, sobre todo, agilizándole el acceso a la información para que quede satisfecho con el servicio y vuelva a visitar el Portal. Todo esto se intenta estructurando los elementos del website de una manera lógica y sencilla, ofreciendo al usuario una buena legibilidad para facilitar la comprensión del contenido, agilizar la localización de la información y ofrecer una imagen positiva: un portal moderno, actual y dinámico.

El diseño del website corresponde a un esquema bastante habitual en la Red. No destaca excesivamente por su creatividad ni por su originalidad pero está muy en sintonía con la línea tradicional universitaria. En el diseño aparecen bloques bastantes amplios de información que distan mucho de los contenidos que se pueden apreciar en la mayoría de los portales estilo Terra, Starmedia, Ciudad o Yupi. Se asemeja más con el estilo clásico de sitio Web, como puede ser la página institucional del Ministerio de Educación, Ciencia y

Tecnología⁵ o con el del que ha sido (hasta la caída del gobierno de De La Rúa) su principal competencia "Educ.ar"⁶. Cabe aclarar que esta competencia sería sólo en cuanto a los contenidos de nuestro país, ya que como ya se dijo, Universia.net pretende reunir la información de todas las instituciones a nivel iberoamericano, y este no es precisamente el caso de Educ.ar.

Se intenta en esta instancia, tratar de no disgustar ni "asustar" a usuarios como pueden ser docentes o directivos de universidades que no estén muy a tono con la estética, dinámica y estructura propia de Internet. Para los más jóvenes el diseño puede ser más monótono y aburrido, aunque se tiene en cuenta que en general estos son más tolerantes a este tipo de "obstáculos", en comparación con la franja de docentes / directivos de 40 años o más. Cabe destacar, que los lineamientos del diseño están standarizados para los portales Universia de todos los países.

En Universia se intenta evitar un lenguaje demasiado formal, y se emplea un estilo ameno y un tono directo. Se trata de huir de frases complicadas y excesivamente largas. Las informaciones que se publican se segmentan en bloques para permitir una cómoda lectura y favorecer, de este modo, la retención de los contenidos.

La renovación diaria del contenido del Portal es una de las premisas básicas que se tienen a la hora de trabajar. La variedad de temas, su actualización y su análisis ofrecen como resultado un producto de mayor calidad. A su vez, siempre se brinda al "internauta" la oportunidad de contactar con el Portal y si lo desea, realizar sugerencias.

Uno de los desafíos que se plantea Universia es como "fideliza" usuarios. Es importante conseguir que los usuarios de Internet visiten el Portal con frecuencia, teniendo en cuenta que, en realidad, la temática propia del sitio no es la indicada para captar a una comunidad muy amplia de "internautas". Este último reto se intenta realizar con herramientas como el Newsletter Semanal, la agenda personalizada de eventos y/o las casillas gratuitas de correo electrónico, entre otros servicios.

Metodología y Lógica del Trabajo en Universia

Internet es un medio de comunicación que constantemente está en desarrollo. En la edición de contenidos de este tipo, se goza de cierta libertad de estilos y normas. Afortunadamente, en el día a día, se puede definir y redefinir el estilo, siempre pensando en los usuarios, aunque, el objetivo es trabajar lo más ordenadamente posible.

En general, las novedades que se publican en el portal, no se van a buscar, sino que más bien se publica lo que se conoce por gacetillas recibidas via mail o lo que se conoce a partir de una nota publicada en algún otro medio. La información que se recibe tiene que ver fundamentalmente con actividades que se llevarán a cabo en las diferentes universidades, acuerdos con empresas, hechos destacados vinculados con la investigación o

⁵ <http://www.me.gov.ar>

⁶ <http://www.educ.ar>

nuevos logros académicos. Se intenta reflejar la actividad de las universidades pero, al menos en esta instancia, desde el punto de vista institucional, y más aún, dándole prioridad a aquellas actividades llevadas a cabo por las universidades miembro del portal. Además, es con estas instituciones con las que se mantiene un contacto más fluido de ida y vuelta de información. Ya sea por una necesidad de completar algún tema con el que ya se está trabajando, así como para solicitar espontáneamente alguna información, la permanente comunicación con estas universidades permite que estos procesos se aceleren. Además, en cada una, un integrante de la universidad actúa como “Coordinador de Universia”: persona que funciona como nexo permanente de comunicación entre el portal y la universidad, y viceversa.

En este sentido, y aunque el concepto de lo que es noticia y/o novedad se mantiene mas o menos inalterable, hay un factor muy preponderante a la hora de publicar ciertos contenidos. El hecho que una universidad sea o no miembro del portal influye notablemente en la publicación de la información, dando prioridad a las instituciones que son miembros, por sobre las que no lo son. Desde su origen, el proyecto está dirigido a crear el mejor portal educativo universitario que responda primordialmente a las expectativas de todas las universidades socias del proyecto, colaborando en hacer las mejores alianzas educativas y motivar la generación de ideas e innovaciones educativas y tecnológicas, desde y hacia esas instituciones.

En cuanto al criterio de lo que se publica o lo que es noticia o no para nuestro portal, influye desde ya el hecho que un suceso sea novedoso y por supuesto que esté relacionado con el mundo universitario. Sin embargo también entra en juego el hecho que la actividad esté relacionada con una universidad que pertenezca a nuestro portal.

Universia tuvo varias fases de desarrollo. Esto determinó la manera de trabajar, impuso las prioridades y organizó el flujo de la información. En la Fase de Formación (a lo largo del año 2001), se armó el árbol principal que se ve reflejado en los 15 botones del portal y que deben ser comunes a cada uno de los países. En esta instancia se relevaron los “sites” de las 90 universidades oficiales de nuestro país: universidades e institutos universitarios privados reunidos en el Consejo de Rectores de Universidades Privadas (CRUP) y los institutos universitarios y universidades nacionales reunidos en el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN). No se trabajó más que con la información dispuesta on line o publicada mediante otros medios de las universidades. Se realizó un trabajo “de hormiga”, recopilando, ordenando, catalogando y disponiendo la información de cada universidad y ordenándola en cada botón/sección del portal. Esta etapa ya está finalizada en Argentina, aunque se requiere de un permanente relevamiento y una actualización constante de dicha información.

En la instancia actual, además de mantener, completar y actualizar la información propia del site, se publican diariamente noticias relacionadas con la actualidad universitaria. También se recopila el mismo tipo de información pero publicada en distintos medios

periodísticos, principalmente en los diarios Clarín, La Nación, Página 12, Cronista Comercial, InfoBAE, Ámbito Financiero, Diario La U y los principales del interior del país como El Día (La Plata), La Voz del Interior (Córdoba), Los Andes (Mendoza), o La Capital (Rosario) por nombrar algunos. En todos los casos, se citan las versiones digitales.

La información publicada en la sección de actualidad universitaria se obtiene a partir de las gacetillas de prensa recibidas en nuestras oficinas, la información enviada por el coordinador de las instituciones y de la información que se puede conocer a través de otros medios. Actualmente, para realizar esta tarea, el área de contenidos estaría conformada por la editora, yo y una diseñadora Web. Gracias a esta escasez de recursos, no se puede realizar un trabajo puramente periodístico en el sentido de ir a buscar la noticia, de realizar alguna entrevista, escribir un reportaje, etc. Por eso, la actividad que se realiza, se basa en la redacción a partir de gacetillas, a partir de un contacto via mail, o algún llamado telefónico. En muy pocas ocasiones hubo un trabajo de campo o algo similar.

A partir de las noticias que se publican en el portal, se va actualizando la información contenida en el site. Es decir, que si publicamos que tal universidad lanza un nuevo curso, esta información se agrega tanto en la agenda como en la sección de estudios; o si otra universidad organiza un nuevo instituto de investigación o firma un acuerdo de colaboración con una empresa, esto se agrega también en la sección / botón correspondiente. Además, se incorporan las diferentes carreras al buscador, así como también se chequea que las carreras de las cuales se publican fechas de inscripción por ejemplo, estén contenidas en el portal.

En este sentido, y a raíz de los cambios producidos por Internet en la labor de periodistas o profesionales de la comunicación, mi tarea diaria en Universia no se resume solamente con lo relacionado a la escritura o producción de contenidos. Como otros redactores de Internet, y más en nuestro país, debo manejar por ejemplo, código HTML⁷ para poder armar, corregir u optimizar una página web (no sólo para manejar los contenidos dentro de la página sino también desde la funcionalidad de los links, ubicación de las imágenes, etc.), editar archivos de imágenes digitales o aprender a manejar un administrador de bases de datos. Ni hablar de conocer cómo se arma un site, como se organiza, produce y demás. Esto amplía el espectro de conocimientos de nosotros los redactores web, pero provoca una distancia aún más grande entre el trabajo en gráfica con el de Internet y al mismo tiempo deteriora el trabajo puramente intelectual de análisis o de escritura. Teniendo en cuenta que el lenguaje de Internet además agrega la variable multimediática (sonido, video, animación, etc.), también se genera una predisposición a

⁷ HTML (Hypertext Markup Language): Lenguaje de programación basado en Hipertexto que sirve para crear paginas Web y permite Navegar por la Red. Para ver los documentos en HTML , se necesita un programa navegador, mientras que para modificarlo se debe usar un editor (Front Page - Dreamweaver).

nuevas actitudes, y sobre todo a nuevas aptitudes de los redactores web. Quizás por esto, en Universia no realizamos notas demasiado extensas tratando de adaptarnos al lenguaje web.

Teóricamente, una página web debería nacer en un procesador de texto donde el redactor, a partir de un sumario o indicación editorial, pudiera escribir el material cualquiera sea su tipo. Luego se debería enviar al diseñador web quien plantaría la información en un formato ajeno al típico procesador de texto, siguiendo el estilo web de las páginas, programando también la funcionalidad típica de Internet y demás. Luego se debe subir al servidor dicha página para que pudiera estar accesible desde cualquier navegador. Aunque no es un proceso muy complicado, hoy por hoy, estas tareas están resumidas en una sola persona que, muchas veces, directamente produce su material en el formato web, cosa que hace pocos años no existía. La dinámica de Internet, la falta de presupuestos y otros factores como la profesionalización de los redactores web, hizo que el trabajo en sitios de Internet se modificaran de esta manera.

Así en Universia, trabajamos fundamentalmente de dos maneras. En cuanto a los directorios o páginas de información nos manejamos directamente sobre el formato HTML por medio de un programa específico (Macromedia Dreamweaver), y en donde además editamos directamente en el código. Por otro lado, manejamos un administrador de bases de datos especial donde se “suben” las noticias que saldrán publicadas, y en donde manejando tags⁸ para dejar renglones o aplicar negritas editamos los textos. Por ejemplo, también, los días viernes, se arma el Newsletter Semanal (un resumen con las noticias más importantes publicadas durante la semana) que está hecho íntegramente en formato Web, por lo que se está trabajando también con HTML y con los contenidos al mismo tiempo.

La multiplicidad de tareas no termina aquí. Ocasionalmente, a la tarea diaria, debemos agregar un trabajo de atención al usuario, en relación con los internautas que visitan el portal. Aunque esto tiene poco que ver con una tarea desde los contenidos, la permanente interacción con los usuarios, ya sea por consultas, pedido de información, corrección de datos, etc., hacen que desarrollemos distintas capacidades para tratar con ellos desde una faceta institucional. No es exactamente atención al público, pero se asemeja bastante. Incluso, en muchas ocasiones, se resolvieron situaciones vinculadas más con problemas técnicos que con cuestiones de contenidos específicamente, como por ejemplo ayudar a registrarse en el portal o resolver alguna inquietud en cuanto a navegadores web.

Otra tarea teóricamente ajena a lo que un periodista debería hacer, es el hecho de realizar distintos contenidos, correcciones o ediciones de textos publicitarios o gacetillas de prensa. Esto estaría más vinculado con nuestra función, pero habitualmente no es desarrollado por quien se encarga de los contenidos sino por quien se desempeña en el área de comunicación institucional, publicitaria o prensa.

En cuanto al área de producción institucional, también se desarrollan otras actividades. Aunque parezca poco relevante, el hecho de trabajar en un site que pertenece a

⁸ Son las etiquetas con las que se programa en HTML

un grupo económico enorme, con varias empresas de distintos rubros, implica que existe una cierta “burocracia interna institucional”. En relación a otras actividades, en esta empresa se utiliza mucho tiempo a la elaboración de producciones de difusión interna o de presentaciones de proyectos, estados de situación, etc.; como lo es el armado de calendarios MS Project o la producción de presentaciones en PowerPoint donde la conceptualización es fundamental, y en donde más allá de "adornar" las ideas con animaciones se debe ser claro, conciso, ya que en muchas ocasiones está en juego la organización de plazos, desarrollos, etc. También, se produce quincenalmente un Newsletter con las novedades internas de la empresa, que está destinado a los coordinadores universitarios en las universidades miembro. En relación con esto, se desarrolla, mantiene y actualiza una intranet destinada también a dichos coordinadores, donde se ofrece un servicio de actualización permanente y de canales fluidos de comunicación entre ellos.

En mi labor cotidiana, ya sea por el tipo de empresa que es el portal, ya sea por la situación donde los recortes presupuestarios de personal son moneda corriente, o por la mayor profesionalización de las tareas en sitios web, realizo a la vez varias funciones. En mi caso, y a casi dos años de estar en el portal, comprobé que a diario realizo tareas que tienen que ver tanto con el periodismo, como con la redacción publicitaria, el marketing, la comunicación institucional (interna y externa), el diseño web, atención al cliente y más.

El incremento vertiginoso en un escaso período de tiempo, provocó grandes alteraciones en muchas empresas, reestructurando completamente su organización, y generando el mayor desafío que jamás experimentaron los profesionales en general. Esta es la situación caracterizada en nuestro caso por el portal. Abruptamente las funciones de cada empleado se fusionan, se mezclan, se intoxican, se potencian...

Análisis Cualitativo

Con estos conceptos sobre la actividad que desarrollamos, podemos analizar desde varias perspectivas el caso de nuestro portal. Es a la vez un medio de comunicación, un House Organ⁹ de las universidades que forman parte del proyecto, y en un futuro podría funcionar como tienda virtual, por ejemplo. En su mayoría, y esto es un gran problema, se abusa del componente comercial, cometiendo el gran error de desperdiciar la posibilidad de usar los beneficios de los medios de comunicación: informar, orientar, fiscalizar o servir como árbitros en la sociedad.

Como en muchas empresas, el objetivo principal de la promoción y difusión de Universia es conseguir su mayor difusión utilizando todos los recursos de la red y tomando como referencia los segmentos de público potencialmente interesados: universitarios, preuniversitarios, extranjeros, departamentos de español (nada más que en Estados Unidos

⁹ House Organ, es una publicación dirigida a miembros como a clientes de una empresa. El contenido que posee es fundamentalmente institucional.

serían unas 20.000 personas), profesores docentes, profesores investigadores, personal no docente, padres de alumnos, y empresas. Además, se intenta que Universia se ubique como Portal de Referencia permanente en la red. Busca ser el líder en la innovación e introducción de nuevas ideas dentro del sector educativo universitario a través de la red.

La información como producto social es el procedimiento que sigue la selección de las noticias que contienen las condiciones básicas de lo que sería un hecho noticioso, es decir, como afecta a la Opinión Pública (a los usuarios en nuestro caso). La rápida propagación de la información que está presente en tiempo real en distintos soportes y medios de comunicación de todo el mundo, la aparición de Internet y nuevas tecnologías, provocaron una revolución sin antecedentes, ya que se rompió para siempre con los canales convencionales de la información. Cualquier usuario de la red es un periodista en potencia ya que puede introducir noticias, crear sus propias páginas, infiltrarse en bases de datos. Hoy por hoy, y con la aparición de los Weblogs¹⁰, cualquier usuario puede producir su espacio virtual donde publicar noticias, opiniones, etc. En nuestro caso, Universia funciona como un canal más donde los distintos miembros de la comunidad universitaria pueden dar a conocer sus actividades, novedades, etc. El concepto de noticia en nuestro caso de estudio, oscila entre lo que es realmente de interés para la comunidad académica (alumnos, docentes, investigadores, no docentes, etc.) que tiene que ver con la actualidad y quehacer de dicha comunidad; y lo institucional de las universidades miembro del portal. Es decir que no sólo se recopila y categoriza la información según sus propias características como suceso, sino que, como dijimos antes, se le agrega el hecho de pertenecer o no a determinada universidad.

Hoy en día, las universidades tienen más exigencias intentando responder a más retos y necesidades tanto sociales como empresariales. Por un lado, los conocimientos científicos se duplican en pocos años, mientras que en el otro extremo (países pobres) existen altos déficits de formación universitaria. A esto se suma una división digital en las desigualdades de acceso a la información y el conocimiento, abriendo una brecha cada vez más amplia entre países ricos y atrasados. La sociedad de la información, reclama una participación muy activa de instituciones como las universidades. Tal como señala el Presidente del MIT Charles M. Vest¹¹, el verdadero progreso es posible si científicos, economistas, políticos y líderes de negocio buscan soluciones conjuntas. En este contexto, Universia es un excelente canal para que las instituciones puedan hacer efectiva su participación en la sociedad del conocimiento desde la difusión y producción de diferentes actividades y emprendimientos. A su vez, dichas universidades están en contacto más cercano a instituciones de primer nivel, desde sus propios conocimientos como los de ellas mismas. Muestra de esto, es la creación de *Universia-Knowledge@Wharton* y de *Universia Next Wave*, en donde

¹⁰ Básicamente, un weblog (también llamado blog) es un espacio personal de escritura en Internet. Es un sitio web que posee artículos o publicaciones, el cuál pueden pensarse como un diario on-line, un sitio usado para escribir periódicamente, en el que toda la escritura y estilo se maneja vía web.

¹¹ *Education for a New Era* <http://web.mit.edu/president/communications/guildhall.html>

Universia.net en convenio con la Escuela de Negocios Wharton y con la revista científica Science, respectivamente, pone a disposición los textos más importantes de ambas comunidades de conocimiento en castellano y en portugués.

Cien profesores de una materia especializada podrían estar separados físicamente en más de veinte países diferentes sin poder impulsar líneas de investigación. Sin embargo, las nuevas tecnologías de la información y telecomunicación permiten una cercanía y sincronización de actividades inimaginable hace pocos años. Sin desplazamientos físicos, pueden compartir congresos virtuales o seminarios “permanentes” por videoconferencia, debatir en foros o en *chat*, compartir sus *Bibliotecas Digitales* o las de ámbito mundial¹², crear paquetes didácticos de *e-learning*... Todo esto sin que diferentes idiomas fijen barreras relevantes mediante el apoyo de motores de traducción que en brevísimos segundos procesan un artículo científico de un idioma a otro. Estas herramientas están presentes en Universia, y con ellas se pretende apoyar a la comunidad académica de nuestro país, ya que en su mayoría las universidades argentinas no disponen de estos medios. Se intenta acercar tanto a los usuarios como a los miembros de las instituciones a las nuevas formas de "interactuar" en el mundo del conocimiento.

Definitivamente, el uso de la tecnología de la información transforma a los profesionales, enfrentándolos con nuevos paradigmas en su entorno diario. Hace ya unos años, que el solo hecho de tener acceso a Internet, implica un seguro contacto con la información. Este cambio de paradigma, de la labor periodística tradicional a la virtual, implica la existencia de nuevas reglas y la aparición de grandes cambios. Cuando un paradigma cambia, establece nuevas condiciones y supuestos que traen consigo nuevos desafíos y oportunidades. El éxito de cada persona y organización dependerá del entendimiento y adaptación a estos nuevos paradigmas. Si la tarea diaria cambia, la clave es adaptarse rápidamente, tratando de encontrarse dentro y no fuera de determinado paradigma. Hoy, en los primeros años de la nueva era en el periodismo, pasamos del paradigma del periodismo “real” al "digital", en donde el periodista no sólo escribe, edita o redacta, sino que además diseña, programa y hasta compila material multimedia. El hecho que un periodista en la Argentina pueda intercambiar en cuestión de segundos todo su material con otro en México, Portugal o Venezuela, hace que la tarea sea más ágil y se enriquezca, siempre y cuando se den las condiciones para poder realizar un trabajo con suficiente autonomía y dedicación. Como en mi caso, muchos profesionales han nacido en su actividad en el momento de cambio de un paradigma al otro. Esto hizo que por un lado no se generara una readaptación a la manera de trabajar ya que no se había generado una carrera profesional muy extensa en el paradigma anterior; y por otro lado, tampoco se aprendió todo en el paradigma actual, ya que casi todos los docentes, jefes o estructuras de

¹² Por ejemplo: <http://cervantesvirtual.com>

trabajo venían del paradigma anterior. Se dio la situación de una reestructuración, mezclada con una adaptación a los nuevos mecanismos y lógicas laborales.

Para explicar este cambio de Civilización o esta nueva revolución, podemos pensar en la convergencia de tecnologías en la aplicación de la digitalización a los medios de comunicación. Hasta ahora se producía una sustitución de instrumentos (correo por fax) ahora las nuevas tecnologías de integración se combinan. Al mismo tiempo, sucede que todos hacen de todo. Se produce una invasión de terrenos entre las empresas, producida principalmente por la convergencia de tecnologías. Nuestro portal es muestra de este fenómeno. Como parte de un grupo económico banquero en origen, el Santander Central Hispano emprende la formación de este proyecto educativo, orientado a la comunidad educativa universitaria. Entendamos también que muchas veces, los fines y/u objetivos reales de las grandes empresas (más allá de querer ganar la mayor cantidad de dinero posible) no son tan claros como parecen.

La aparición de Internet también impactó en la educación. Ocasionó profundos cambios en los métodos de enseñanza - aprendizaje y en los objetivos educativos. Le produce un gran golpe a la educación memorística. Internet posibilita, por primera vez en la historia de la educación, que la mente quede liberada de retener una cantidad enorme de información. Sólo se necesita comprender los conceptos sobre la dinámica de los procesos en los cuales una información esta encuadrada, permitiendo utilizar métodos pedagógicos con los que el alumno pueda aprender más y mejor en un año, lo que le requeriría tres con la modalidad actualmente predominante. Además, los docentes pueden destinar su esfuerzo y el de los alumnos en desarrollar más las capacidades mentales que les posibiliten a los estudiantes poder "comprender adecuadamente" la información y "elaborarla creativamente", pudiendo así producir una calidad superior de razonamiento. Es importante remarcar, que sin este cambio fundamental, Universia no hubiese aparecido con tanta fuerza, ni con tanta preponderancia en el mercado educativo iberoamericano. Es decir, que de no existir estas condiciones, el Portal no hubiese siquiera haber sido pensado.

Redacción Virtual, el espacio de trabajo

Como el aula virtual, la redacción virtual es un espacio simbólico en el que se produce la interacción entre los profesionales participantes. Se ofrece, a distancia, la posibilidad de comunicarse de una manera que sólo existiría en una situación real. Esta metáfora comprende espacios cibernéticos para las reuniones de edición, los lineamientos editoriales, sumarios, correcciones, etc., que mantenemos con los otros nueve países. Las tecnologías que empleamos en diversas experiencias varían en función de los medios disponibles: desde la video o teleconferencia, el correo electrónico, el chat, las herramientas de trabajo cooperativo, los servidores de información, etc. Las reuniones de edición de todos los países que conformamos el portal, pueden equipararse a nivel producción con las

que podrían realizarse en un contacto cara a cara. Se organizan perfectamente todos los proyectos, aunque nunca tendrán la cuota de espontaneidad necesaria para que un nuevo emprendimiento comenzara a nacer. Es decir, que si bien estas herramientas promueven el intercambio, a su vez, nos alejan más del contacto profesional - interpersonal directo.

La red brinda también la posibilidad de consultar enciclopedias, monografías, base de datos, archivos y hasta intercambiar datos y conocimientos con otras personas. El fenómeno es inmenso. El hecho que uno ingrese a la red a través de una llamada telefónica, via satelital o fibra óptica, e inmediatamente tenga acceso a toda esa gran información, sea o no local, es revolucionario desde el punto de vista profesional. Por ejemplo, en Universia, nos evitamos de tener un archivo propio. Todo está en la Web, a todo podemos acceder. Cabe remarcar que esto que hoy nos parece normal y casi obvio, desde el punto de vista funcional, lleva implícito bastantes conocimientos que exceden al periodismo. Nos convertimos en "usuarios-profesionales" de una base de datos on line, de un catálogo virtual o de una hemeroteca.

Entre las principales ventajas de usar Internet como fuente de información se pueden considerar algunas variables fundamentales. La primera y más importante es que a partir de Internet se tiene acceso a grandes bases de datos y una cantidad mayor de fuentes de información que físicamente serían inalcanzables, con la oportunidad de realizar trabajos más amplios y de mayor calidad donde disponemos de más tiempo para realizar un análisis de la información o de los recursos. También el acceso a motores de búsqueda especializados nos permiten ahorrar el tiempo de búsqueda de dichos datos. Por ejemplo, mediante internet, tenemos acceso a mucha información sobre las universidades del mundo y, aunque parezca extraño, a muchas universidades del interior del país. Diariamente recopilamos información sobre las actividades de las universidades de otras provincias, o ampliamos datos sobre los temas que publicaríamos en el portal, casi instantáneamente.

Se terminaron definitivamente las transcripciones de gran cantidad de caracteres, y la acumulación de copias y copias de libros o revistas. Hoy por hoy, el material crudo lo obtenemos con un simple "copy - paste"¹³ desde la web o una enciclopedia digital. Además, este intercambio permanente se realiza a través de las distintas herramientas web, lo que posibilita una capacitación permanente de nosotros como usuarios y como profesionales.

En relación con los aportes que Internet puede hacer al conocimiento en general, podemos analizar la situación desde la Teoría del Distanciamiento en el Conocimiento, la cual afirma que, a medida que aumenta la introducción de información en los medios masivos, los segmentos de población de status socioeconómico más altos adquieren dicha información más ampliamente que los segmentos de status más bajos. De esta manera, aumenta el distanciamiento en el conocimiento (**knowlegde gap**) entre ambos segmentos. Se puede entender así, que el concepto que afirma que el conocimiento aumenta con el

¹³ El término hace referencia a la acción de "copiar" información en el portapapeles de la PC y luego "pegarla" en un procesador de texto para editarla, desarrollarla, etc.

crecimiento de los medios de comunicación (y más con la aparición de Internet) es erróneo. Las diferencias no se reducen, sino que se potencian. No se produce una igualación de conocimientos en toda la sociedad, ya que la capacidad de adquisición de información está vinculada al nivel de educación y status. Desde Universia, permanentemente se pretende achicar más y más esa enorme brecha que existe entre los sectores (universidades por ejemplo) con menor y/o mayor acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), diferentes tipos de información y/o conocimiento. Por eso, se pretende que las universidades, al menos desde los contenidos dentro del portal estén igualadas o más bien al mismo nivel. Permanentemente se intenta no destacar demasiado una de otra, tratando de organizar la información utilizando variables más bien objetivas. Tanto la oferta académica, como la actualidad o las actividades de investigación de todas las universidades aparecen en el mismo nivel de importancia, fundamentalmente ordenadas alfabéticamente, lo que da una idea de organización y estructura llana, sin agregados de valor. Sin dejar de reconocer la importancia de ciertas instituciones en relación a otras, se intenta que los usuarios puedan informarse acerca de todas las posibilidades que existen aunque más no sea desde los contenidos específicos universitarios.

Haciendo una relación entre lo que sería una institución de un país desarrollado contra una de un país menos desarrollado, y una institución nacional importante contra una menos importante, podemos decir que en cuanto a la difusión que cada universidad hace de sus eventos, esta brecha, se hace bastante evidente en nuestra tarea diaria. Las universidades que están vinculadas con sectores de más poder adquisitivo (universidades privadas) hacen un trabajo más profesional y brindan la información con características distintas a aquellas instituciones que quizás no tienen tantos recursos. Cabe aclarar que esto se da más allá que unas "produzcan" más eventos que otras. Por ejemplo, la Universidad Católica de Salta aunque esté en una provincia bastante carenciada, envía muchísimo material para ser publicado en el portal. Es decir que, aparentemente, tendría una alta producción de actividades. Esto se contrapone con la Universidad Nacional de Salta, que estando situada en la misma provincia, produce menos acciones y/o actividades. Claramente una está más vinculada con un sector de la sociedad con más poder adquisitivo que la otra. Está en nuestra tarea tratar de equiparar lo más posible la trascendencia y aparición en el portal de ambas instituciones, aunque no sea tan sencillo.

Esto muestra que Internet, y aunque en nuestro caso el portal intente igualar unas instituciones con las otras, en vez de fomentar la igualación, lo que finalmente hace es que, como los demás mass-media, aumente las diferencias entre las partes, produciendo un distanciamiento en el conocimiento o el desarrollo. Como cualquier otro medio de comunicación, los sitios de Internet están inmersos en la cultura de donde provienen, y mientras las características de estas no cambien, tampoco lo harán los sites. Si hay diferencias reales entre los grupos sociales, éstas, en mayor o menor medida, estarán reflejadas en las páginas web aunque Internet sea un espacio globalizado. Se hace notoria la

diferencia entre las instituciones en nuestro país frente a las de Europa. El acceso a la información y la profesionalización son radicalmente distintas en uno y otro polo. Como marcamos antes, es imposible equiparar totalmente a instituciones vinculadas a sectores de más poder adquisitivo con las relacionadas a los de menos.

Otro de los grandes debates que rodean al entorno de Internet es si a través de él se ejerce una hegemonía cultural de los países con más presencia en la web, sobre el resto del mundo. A través de los contenidos que se manejan en este canal, tenemos la imagen y la concepción de la vida que se tiene en determinada cultura. Así, otra vez, aparece el problema de hegemonía norteamericana sobre el resto del mundo. La mayoría de los sites están en idioma inglés y comercian en dólares, por marcar algunas características comunes presentes en la web. Universia intenta romper con todo esto. Por eso se presenta como el portal iberoamericano, aquél que viene a reunir a todas las instituciones de habla hispana, como una manera de fortalecer la cultura latina - iberoamericana. Como se nombró anteriormente, el hecho de realizar acuerdos para publicar material en castellano de la revista Science (Universia Next Wave¹⁴) o la Escuela de Negocios Wharton (Universia-Knowledge@Wharton¹⁵), es una muestra más que la intención es clara en relación a introducir el lenguaje español (y el portugués) en la web. Esto se da frente a la gran cantidad de material anglosajón presente en el ciberespacio.

Hoy por hoy no tenemos nada que envidiar a los sitios web norteamericanos, más allá de la diferencia institucional que si existe entre universidades americanas con las de Latinoamérica. La colonización cultural en Internet puede evitarse más que la que se da por otros canales. En cada comunidad de sitios web reina una ideología propia, que puede abstraerse de una dominante. Debemos admitir que Universia sería un proyecto con mucha menos fuerza y proyección, si no estuviera impulsado por un grupo económico español. Universia viene a romper con la hegemonía anglosajona, ya que introduce el lenguaje español en una comunidad amplísima de Internet.

Otra característica de Internet que incide directamente en la función o labor de quienes trabajamos en sitios web, es la enorme capacidad de "autoalimentación" que tiene. La cadena de la información es mucho más rápida que en los medios convencionales ya que cualquier evento publicado en cualquier site puede ser rápidamente "absorvido" por otro sitio web. Es más, muchas veces, no es necesario siquiera que nos esforcemos en conseguir material ya que en bastantes oportunidades se nos alerta via mail de alguna novedad o se reciben resúmenes de noticias que nos informan directamente. Internet es realmente un

¹⁴ <http://nextwave.universia.net/>

¹⁵ <http://wharton.universia.net>

medio autosuficiente e imprescindible, ya que se tiene la información más importante de nuestra era, al instante (casi instantáneamente) y actualizada.

Universia vive gracias a la autorreferenciación de Internet. Sin esta, los directorios de recursos, información, datos, etc., no existirían ni remotamente. La mayor cantidad de material absorbido en las páginas del portal tiene su existencia en la referencia a otros sites como lo son los de las propias universidades u otras instituciones.

Así se plantea un gran dilema en el trabajo diario en Internet. Esta autorreferenciación permanente puede hacernos más fácil caer en el vicio del refrito de información. La información es tan accesible, que muchas veces nos es más fácil reformular ciertos materiales que producirlos directamente. Si a esto le sumamos la dinámica que permanentemente acorta los tiempos de publicación, edición, etc., tenemos la situación ideal para que la reedición, reelaboración o simplemente "copia encubierta" de materiales de publicación se haga efectiva. En Universia intentamos permanentemente no caer en esta situación ya que pretendemos darle al usuario la información que no conoce, aunque por otro lado, no le damos primicias absolutas. El hecho de trabajar a veces con personas directamente relacionadas con las instituciones en cuestión (universidades), nos permite que tengamos a disposición ciertos volúmenes y tipos de información con los que otros medios no cuentan. Esto destaca nuestro trabajo, aunque lo aleja de una producción que pudiera tener un alcance más masivo.

universia
argentina
ESPECIAL

UNIVERSIDAD SOLIDARIA

Las universidades no están ajenas a los problemas de la comunidad. Alumnos, docentes y graduados participan en forma activa y voluntaria en tareas concretas. Formá parte. [+]

- Noticias
- Acción Universitaria
- Organizaciones de ayuda comunitaria
- Contactanos
- FORO SOLIDARIO
Contanos tu experiencia solidaria
- Listado de posgrados y carreras solidarias
- Agenda

NOTICIAS +

▶ **La UNL se pone al frente de la ayuda a los inundados del Litoral**
Conformó un Comité de Crisis frente a la emergencia hídrica en la provincia de Santa Fe. Se reclutan voluntarios para colaborar en forma urgente. Hay más de 500 evacuados en el Campo Universitario y se necesita ropa, medicamentos y alimentos.



▶ **Colaboración con los evacuados de Santa Fe**
Se trata de una emergencia sin precedentes en la historia de las inundaciones en esa provincia. Las aguas del Río Salado recorren sin piedad las calles de la ciudad y llegan a más de un metro y medio de altura. Todavía no se registró el nivel más alto de la crecida.

ACCION UNIVERSITARIA +

▶ **El trabajo comunitario se da cita en la UNQ**
Comienza este 10 de mayo un nuevo curso de Capacitación para el Trabajo Comunitario. Es parte del Programa Construyendo en Comunidad (PCC) de la Universidad. La idea es reflexionar sobre planes de acción ante el riesgo social



▶ **Alumnos de la UNR colaboraron con diez centros municipales**
Provenientes de varias carreras, los alumnos pudieron asistir a una comunidad entera, solucionando sus problemas de incomunicación



AYUDA COMUNITARIA +

▶ **Ayudar es gratis**
Trata de hacer mejor al mundo



▶ **Daunamano.org**
Proyecto de la Asociación Civil Res Non Verba (Hechos no palabras) para quienes quieren ser voluntarios y participar de actividades solidarias



Copyright © 2001 Portal Universia S.A. Todos los derechos reservados
 Código Ético | Aviso Legal | Política de Confidencialidad
 ...y si algo falla, escribinos

Gráfico 2

universia
argentina
el portal de los universitarios
usuarios registrados [regístrate](#)

[Brasil](#) · [Chile](#) · [Colombia](#) · [España](#) · [México](#) · [Perú](#) · [Portugal](#) · [Puerto Rico](#) · [Venezuela](#)

contenidos
inicio
e-mail
chat
directorío
foros
turismo
agenda

Universidades

Noticias

Estudios

Centros

Botonera

Bibliotecas

Investigación

Secciones

Estudiantes

Cultura

Internet

Internacionales

Gestión

Servicios

Amigos

Mi Universidad

Argentina: Miércoles, 02 de Abril de 2003

Nota Principal

La Universidad Nacional de Luján se incorpora al Portal

La prestigiosa institución de esta universidad que se unió al Portal, se trabajará en el desarrollo de iniciativas conjuntas y nuevos servicios educativos [+]

universia recomienda

- ▶ **¡NUEVO!** Nueva Versión del Buscador de Carreras. Con más funcionalidades y toda la oferta académica de carreras y posgrados [+]
- ▶ **Universia Knowledge@Wharton**. Revista digital de investigación y análisis de negocios que publica la Wharton School de la Universidad de Pennsylvania, y Universia.net [+]
- ▶ **¡NUEVO!** Informe de la UNESCO sobre la Educación a Distancia en la Argentina. Información y estadísticas sobre Educación Superior a Distancia [+]
- ▶ **AULARIO**. Cursos a distancia de las universidades iberoamericanas [+]
- ▶ **Becas Universitarias**. La guía más completa sobre becas en la Argentina y en el exterior [+]

Science next wave

¡Ojo, jóvenes científicos!

Conoce la nueva publicación

Universia Next Wave

Nota Secundaria

Se realizó el sorteo de las entradas para la Copa Davis

Los ganadores del sorteo serán los representantes de la Argentina y Rusia [+]

DOSSIER DE PRENSA

- ▶ **Financian proyectos de articulación de carreras** La Nación
- ▶ **Las actividades académicas en la UNL se inician oficialmente hoy** El Litoral
- ▶ **Impiden una sesión del consejo superior** La Nación
- ▶ **Doscientos aspirantes quedaron a la espera de un ingreso a Medicina** La Nación
- ▶ **Recuerdos del teatro universitario creado por García Lorca** La Nación
- ▶ **"En las universidades privadas debe haber más investigación"** La Nación
- ▶ **Nuestra historia en los muros** El Litoral
- ▶ **Un tope y una cláusula amenazan con podar los fondos de la UBA** Página 12

ACTUALIDAD UNIVERSITARIA

- ▶ **02/04/2003.** Seminarios de la U.CEMA [+]
- ▶ **02/04/2003.** Psicología UBA: Congreso sobre Los Efectos de la Enseñanza en la Praxis Analítica [+]
- ▶ **02/04/2003.** Congreso de Ciencias Exactas UCR [+]
- ▶ **02/04/2003.** UNLP: Nuevo propio editorial [+]
- ▶ **02/04/2003.** Record de visitantes en el verano en el campo de deportes de la UNLP [+]
- ▶ **02/04/2003.** Dictarán curso de rescator en la UNSL [+]

buscador

buscar

Powered by

universia Knowledge@Wharton

Hacer pág. de inicio

Añadir a favoritos

Recomendá Universia

todos los Viernes

Ventana Abierta

UNICEN

TURISMO

Accedé a las ofertas exclusivas

DESTACADOS

- Jornadas de Educación Superior organizadas por el Ministerio y la Embajada de Francia
- Convenio marco de cooperación bilateral entre la UNCuyo y el SENASA
- La Universidad Adventista y el INTA Paraná trabajan sobre el proyecto "Alimentos funcionales"

correo-e · chat · directorío · foros · tiempo libre · agenda

Copyright © 2001 Portal Universia S.A. Todos los derechos reservados
 Código Ético | Aviso Legal | Política de Confidencialidad
 ...y si algo falla, escribinos | Quiénes somos
 Fundado el 11 de Diciembre de 2001 por 39 Universidades