Español

III Congreso Latinoamericano de Comunicación y Medios Universitarios

Integrados y Apocalípticos | Tecnologías, democracia y comunicación en la disputa por el sentido de lo común

1° Circular

Fechas: 05 y 06 de octubre de 2026

Sede: Montevideo, Uruguay

La Universidad de la República y la Comisión Permanente de Medios y Comunicación Universitaria de la Asociación de Universidades Grupo Montevideo (AUGM), convoca al **III Congreso Latinoamericano de Comunicación y Medios Universitarios**, que se desarrollará en Montevideo, Uruguay, el 5 y 6 de octubre de 2026.

El evento contará con la participación de coordinadores de comunicación universitaria de las universidades que integran AUGM, responsables y equipos de comunicación de servicios y facultades de la Udelar, estudiantes, docentes, investigadores y funcionarios. La invitación también está abierta a periodistas, profesionales de la comunicación y colegas de otras universidades.

Presentación

Medio siglo después de que Umberto Eco —uno de los pensadores más influyentes en la formación de comunicadores— propusiera su célebre dicotomía sobre los medios y la cultura de masas, ¿qué papel les cabe a las universidades y a la comunicación frente a esta vertiginosa revolución tecnológica que hoy concentra nuevas esperanzas y viejos temores?

Los avances democráticos de las últimas décadas enfrentan ahora retrocesos regionales y globales que erosionan las bases de la vida en sociedad y los esfuerzos por reducir brechas en clave de igualdad y justicia social. Los ataques y el desfinanciamiento a la educación pública y a la investigación científica local afectan la confianza en los proyectos colectivos y transforman el espacio del debate público.

La hiperconcentración del conocimiento y el dominio de plataformas tecnológicas globales en pocas manos —y en pocos países del Norte global— reconfiguran la vida pública y profundizan viejas asimetrías: la desinformación y los discursos de odio se industrializan, la soberanía de los datos se vuelve una quimera y el espacio público digital se convierte en territorio de disputa entre intereses que poco tienen que ver con el bien común y el desarrollo de nuestras sociedades.

Frente a este panorama, las universidades públicas latinoamericanas no pueden ser sólo espectadoras o analistas. Este congreso se propone construir colectivamente respuestas a preguntas que no admiten abordajes individuales.

Ejes temáticos

1. Tecnologías y reconversión laboral

La irrupción de la inteligencia artificial y sus posibilidades de creación y automatización están transformando el mundo del trabajo de la comunicación: las formas de producir contenido, de verificar información, de editar, de narrar y de distribuir cambian a una velocidad que desafía tanto a las y los profesionales en ejercicio como al campo académico. ¿Qué funciones y tareas quedaron o quedarán obsoletas? ¿Cuáles emergen? ¿Cómo responden las carreras de comunicación a esta reconversión? ¿Pueden las universidades públicas disputar un lugar en la definición de estándares éticos y laborales? Este eje propone explorar estas transformaciones desde la experiencia concreta de quienes trabajan y estudian la comunicación.

2. Democracia y políticas públicas

Los debates sobre regulación de plataformas, financiamiento de medios públicos, acceso a la información, libertad de expresión, accesibilidad y derechos digitales definen en buena medida las condiciones en que se ejerce la ciudadanía. ¿Qué políticas públicas necesita la región? ¿Qué papel juegan las universidades en su diseño y discusión desde una perspectiva democrática? Este eje propone pensar el vínculo entre comunicación, democracia y Estado.

3. Comunicación institucional y universitaria

¿Cómo comunican hoy las organizaciones? ¿Y las universidades? La comunicación institucional universitaria enfrenta tensiones entre la ética institucional y las lógicas algorítmicas de las redes sociales; entre la diversidad de la institución y la necesidad de construir una identidad coherente; entre la interacción con la ciudadanía y el diálogo específico con los colectivos y equipos internos; entre la autonomía universitaria y las presiones del entorno político y mediático. Este eje convoca a pensar los desafíos, límites y posibilidades de la comunicación institucional.

4. Medios y lenguajes

Los medios universitarios —redes, radios, portales, publicaciones, canales audiovisuales— son laboratorios donde se experimenta con formatos, se forman nuevas generaciones de comunicadoras y comunicadores y se produce información de calidad más allá de la lógica comercial. Son también el principal vehículo para divulgar el conocimiento científico entre públicos más amplios. ¿Qué pueden los medios universitarios que otros medios no pueden? ¿Y qué les falta para hacerlo mejor? Este eje propone discutir los modelos de gestión y sostenibilidad de los medios universitarios, las apuestas narrativas y formales que los distinguen, las posibilidades que abren las nuevas tecnologías para producir y distribuir contenidos con identidad propia, y el desafío de la accesibilidad como condición de una comunicación verdaderamente pública.