

Diplomatura en divulgación de las Ciencias Económicas: Comunicar mejor, influir más

Una propuesta académica para transformar el vínculo entre universidad y medios

En un entorno social y mediático cada vez más saturado de información económica, pero no siempre clara ni bien explicada, surge una pregunta clave: ¿quién forma a quienes forman opinión?

Con esa inquietud, y con el objetivo de aportar herramientas sólidas para una comunicación más rigurosa y accesible, la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Jujuy lanzó en 2022 la Diplomatura Universitaria en Divulgación de las Ciencias Económicas, aprobada por Resolución C.A. N° 019/2022. La propuesta se enmarca en las políticas de extensión y vinculación territorial de la universidad, y fue diseñada especialmente para periodistas y comunicadores sociales en actividad.

Esta formación no busca convertir a los comunicadores en economistas, sino dotarlos de conceptos clave, referencias confiables y un lenguaje técnico básico que les permita narrar con mayor precisión, construir entrevistas más valiosas, detectar noticias relevantes en informes públicos, y convertirse en verdaderos intérpretes entre el saber especializado y el público general.

El desafío de comunicar lo complejo sin perder precisión

Desde columnas de opinión hasta entrevistas en vivo, desde coberturas sobre el presupuesto provincial hasta análisis de medidas del BCRA o de AFIP, los comunicadores enfrentan cotidianamente el reto de explicar temas económicos de forma clara, ágil y fundamentada. La Diplomatura se propuso intervenir en esa frontera entre el saber académico y el lenguaje mediático, brindando herramientas concretas para:

- Escribir mejores notas, reportajes y columnas con fundamento técnico.
- Aprovechar los datos disponibles en políticas públicas y estadísticas oficiales.
- Formular preguntas más pertinentes y detectar conceptos clave en entrevistas.
- Comprender documentos contables, informes de gestión, resoluciones impositivas.
- Traducir indicadores económicos complejos en mensajes comprensibles para públicos diversos.



En definitiva, potenciar al comunicador como un actor estratégico en la construcción del sentido público sobre lo económico.

Contenidos: entre el rigor conceptual y la aplicabilidad periodística

La Diplomatura se organizó en cuatro módulos principales, cada uno diseñado con una lógica pedagógica orientada a la práctica de la comunicación. A continuación, se detallan los ejes de cada uno:

1. Economía para comunicar con fundamento

Se abordaron los principios de escasez, recursos y necesidades, los tipos de mercado (monopolio, oligopolio, competencia perfecta), el funcionamiento de la oferta y la demanda, y las elasticidades. También se explicaron indicadores como PBI (Producto Bruto Interno), balanza comercial, pirámides poblacionales, curva de Lorenz y coeficiente de Gini. Se trabajó sobre la función del dinero, el costo de oportunidad y el fenómeno inflacionario. Todo orientado a entender los conceptos que aparecen a diario en titulares, debates y entrevistas.



Lic. Jaime Íber Alfaro Aliaga – Coordinación académica y dirección institucional.

El equipo combinó experiencia técnica y sensibilidad pedagógica, con una fuerte vocación de diálogo con el sector de medios. Las clases, presenciales y virtuales, ofrecieron múltiples instancias de consulta, ejercicios aplicados y materiales adaptados a las dinámicas del periodismo.

Innovación 2025: una cohorte 100% virtual y autogestionada

A partir del éxito académico y social de la primera edición, la Facultad de Ciencias Económicas lanza en 2025 una nueva cohorte con modalidad completamente virtual, autogestionada y federal. Esto surge también del aprendizaje de la interpretación sobre la realidad de los profesionales de la comunicación, y sus agendas y horarios.

Esta modalidad incluirá:

- Plataforma con contenidos multimedia interactivos.
- Actividades asincrónicas y autoevaluativas.
- Foros temáticos moderados y espacios de consulta.
- Trabajo final integrador con aplicación directa a la práctica profesional.

El objetivo es permitir que comunicadores de todo el país puedan acceder a esta formación sin restricciones geográficas ni de horarios, manteniendo el mismo estándar académico que la edición original.

Conclusión: construir ciudadanía económica desde el periodismo

La Diplomatura Universitaria en Divulgación de las Ciencias Económicas no sólo es una oferta académica: es una estrategia de incidencia social. En tiempos donde la narrativa económica moldea decisiones políticas, emociones sociales y expectativas individuales, formar comunicadores capaces de interpretar y explicar lo económico con claridad y honestidad es una tarea urgente.

Desde la FCE UNJu, esta propuesta se inscribe en un compromiso institucional con la calidad educativa, el desarrollo territorial y la democratización del saber. Porque comunicar bien no es solo una cuestión de estilo, sino una forma de construir ciudadanía.

2. Finanzas y herramientas del sistema

Se presentaron los elementos del sistema financiero argentino, el mercado de capitales, las bolsas y los valores que se mueven en ellas. Se exploraron conceptos como interés simple y compuesto, sistemas de amortización, CFT (Costo Financiero Total), TEA (Tasa Efectiva Anual), cheques, cuentas bancarias, alias, CVU (Clave Virtual Uniforme) y productos financieros. También se incluyeron subsidios, ANR (Aporte No Reembolsable) y créditos, con especial énfasis en las fuentes de financiamiento más mencionadas en medios y comunicados oficiales. Se buscó formar un vocabulario que permita describir operaciones financieras cotidianas y políticas crediticias con propiedad.

3. Administración, estrategia y desarrollo

Este módulo propuso herramientas para analizar la dinámica de empresas, organizaciones y políticas públicas. Se incluyeron la matriz FODA, el modelo CANVAS, las fuerzas de Porter, los modelos de crecimiento y desarrollo, el punto de equilibrio, y el diseño y evaluación de proyectos. También se trabajó el tablero de comando y los indicadores de gestión. Estos contenidos habilitan a los comunicadores a interpretar planes económicos, inversiones públicas y privadas, y narrativas institucionales.

4. Contabilidad e impuestos en clave comunicacional

Aquí se explicaron las distintas ramas de la contabilidad (patrimonial, financiera, administrativa, pública), el uso de los estados contables, las erogaciones figurativas y el rol de los usuarios de la información contable. En materia tributaria, se desarrolló el sistema fiscal argentino, tipos de impuestos, facturación, IVA (Impuesto al Valor Agregado), Ganancias, retenciones, percepciones, y la diferencia entre monotributistas y responsables inscriptos. Todo orientado a que el comunicador pueda comprender y explicar normativas, balances, y medidas fiscales sin tergiversar ni sobre simplificar.

Un cuerpo docente con mirada académica, profesional y comunicacional

La diplomatura fue dirigida por el Mg. Lic. Jaime Íber Alfaro Aliaga y dictada por un equipo docente conformado por profesores de la FCE - UNJu con experiencia en divulgación, docencia universitaria y trabajo profesional: Cr. Alberto Cura – Contabilidad, Cr. Nicolás Fernández Miranda – Finanzas y Economía, Cr. Santiago Castells – Contabilidad e Impuestos, Lic. Nicolás Lazarte – Administración, Mg.