



Tipo de documento: Tesis de Maestría

Título del documento: Un siglo de radio universitaria : análisis de la gestión radial en la Universidad pública Argentina

Autores (en el caso de tesistas y directores):

Mario Roberto Giorgi

Lucía Casajús, dir.

Daniel Martín-Pena

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2023

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR

Mario Roberto Giorgi

**UN SIGLO DE RADIO UNIVERSITARIA:
Análisis de la gestión radial en la Universidad
pública Argentina**

(1)

Tesis para optar por el título de Magister en
Periodismo

Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de Buenos Aires

Directora: Lucía Casajús
Co-Director: Daniel Martín-Pena

Buenos Aires
2022

Resumen

El 5 de abril de 2024 la radio Universitaria Pública Argentina cumplirá cien años. Este trabajo indaga sobre la vinculación de la radio con la universidad a la que pertenece, el encuadre jurídico y legal en el que se desenvuelve, las herramientas para su sostenibilidad, recursos presupuestarios, organización interna y el personal que se desempeña en ellas. Se aborda la situación técnica de estudios y plantas transmisoras, los mecanismos de emisión, el acceso a las nuevas tecnologías y la vinculación con la comunidad universitaria y con la sociedad en el territorio. Analiza la participación e integración con redes de radios universitarias nacionales y del exterior. El estudio ha sido dimensionado por áreas para tratar un fenómeno poco explorado, ya que sobre la radio universitaria argentina existen muy importantes aportes de investigadores que han relevado diseños de programaciones, los formatos y los contenidos, la estructura organizativa radial no se halla profundamente relevada, para lo cual se han tomado como unidades de análisis a emisoras de cuatro universidades distintas: las de Universidad Nacional de La Plata (AM y FM), la de Paraná de la Universidad Nacional de Entre Ríos, la de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego y la de la Universidad Nacional de Avellaneda. Se ha problematizado sobre ellas para conocer cómo concretan el proyecto de comunicación radial, en el marco dimensional investigado.

Abstract

On April 5, 2024, the Argentine Public University Radio will be one hundred years old. This work investigates the link between the radio station and the university to which it belongs, the legal and legal framework in which it operates, the tools for its sustainability, budgetary resources, internal organization and the personnel that work in them. The technical situation of studies and transmission plants, emission mechanisms, access to new technologies and the link with the university community and with society in the territory are addressed. It analyzes the participation and integration with national and foreign university radio networks. The study has been dimensioned by areas to deal with a little explored phenomenon, since on the Argentine university radio there are very important contributions from researchers who have revealed programming designs, formats and contents, the radio organizational structure is not deeply surveyed, for which the stations of four different

universities have been taken as units of analysis: those of the National University of La Plata (AM and FM), that of Paraná of the National University of Entre Ríos, that of the National University of Tierra del Fuego and that of the National University of Avellaneda. They have been problematized in order to know how they materialize the radio communication project, in the investigated dimensional framework.

Índice

APUNTES PRELIMINARES A LA MAESTRÍA	8
CAPITULO I. PRESENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO	13
1. Introducción	13
2. Definición del problema de investigación	14
3. Objetivos	16
4. Metodología	17
4.1 Herramientas de investigación	19
5. Estado de la cuestión (del arte)	25
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO (enfoque conceptual)	35
1. Políticas públicas	35
1.1 Políticas públicas de comunicación	36
2. La comunicación como derecho humano y para la transformación social	39
3. La radio universitaria. Apuntes sobre los orígenes	41
3.1 Marco jurídico de la radiodifusión universitaria	44
3.2 Gestión de la radio universitaria	58
3.3 Las radios universitarias y las nuevas tecnologías	61
3.4 Anclaje de la radio universitaria, entre la universidad y el territorio	62
CAPITULO III. ANÁLISIS DE LAS RADIOS UNIVERSITARIAS	65
1. Sobre el relevamiento y categorías analíticas	65
2. Desarrollo del análisis dimensional	66
2.1 Dimensión institucional: Vínculo integral con la universidad	66

2.1.1 A poco del siglo del vínculo universidad-radio	69
2.1.2 La universidad dentro de la radio	71
2.1.3 Estudiantes, docentes y propuestas radiales	73
2.1.4 Reconocimiento a la participación	75
2.1.5 La radio y las otras áreas de la Universidad	76
3. Dimensión legal: Marco jurídico y legal en el que se desenvuelven las radios	77
3.1 Situación ante la autoridad de aplicación de la Ley	78
3.2 Documentación de la Universidad sobre la creación	83
3.3 Estatutos, resoluciones o registros complementarios	83
3.4 Instrumentos para la incorporación de personal	84
4. Dimensión técnica: Parámetros técnicos, estudios y plantas transmisoras	85
5. Dimensión tecnológica: Adaptación y utilización de las nuevas tecnologías	91
6. Dimensión presupuestaria: Financiamiento y sostenibilidad económica	93
7. Dimensión organizacional: Estructura organizativa y gestión de talento	95
8. Dimensión territorial: Vinculación y/o articulación social en el área primaria de cobertura	98
9. Dimensión trabajo en red: Relación con otras radios universitarias y trabajo en redes de emisoras	103
9.1 Asociación de Radiodifusoras de Universidades Nacionales Argentinas	108
9.2 Radio Internacional Universitaria (RIU - Ex RRULAC)	110
9.3 Asociación de Radios Públicas y Universitarias del Caribe (ARPUALC)	111
9.4 Participación en otras redes no radiales	112
10. Complementos periodísticos	113

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES	119
1. Cerca de la centuria de la radio universitaria	119
2. Sobre el vínculo integral con la universidad	121
3. Sobre el marco jurídico y legal	124
4. Sobre los sistemas de transmisión y adopción de las nuevas tecnologías	127
5. Sobre el financiamiento y sostenibilidad económica	129
6. Sobre la estructura organizativa y el personal afectado	131
7. Sobre la vinculación y/o articulación social en el área primaria de cobertura	133
8. Sobre el trabajo en red y redes	135
9. Sobre el abordaje y los recursos periodísticos	139
10. Consideraciones finales	140
BIBLIOGRAFÍA	143
ANEXOS	154

Agradecimientos

Este trabajo procura cerrar una deuda con la Radio, el medio que me dejó circular por sus aires durante casi la mitad de su propia existencia centenaria. Y en particular con la radio pública y universitaria pública, por las oportunidades de gestión con aprendizaje, con las que comencé a construir la idea de dejar un testimonio que involucrara saberes y experiencias en el campo interminable de la comunicación radial. Gracias querida Radio por tu generosidad.

Pero están las personas que ayudaron a empujar. En primer término Norma, mi compañera de vida con su sabiduría y nuestras hijas Mariela, Noelia que fue la brújula de este entramado y Mariana; las nietas y nieto, Victoria, Emilia y Vicente. Son quienes le dieron combustible desde el amor para poder dar este paso.

Al equipo de gestión de la Universidad Nacional de Avellaneda, impulsora del reencuentro universitario y a los compañeros de la Dirección de Medios.

A mis Directores Lucía y Daniel por los intercambios, el encarrilamiento académico, la comprensión pedagógica y el afecto.

A los académicos, los directores de los medios investigados y sus planteles profesionales. A Larisa Kejval y al enorme equipo docente de la Maestría en Periodismo de la UBA, por su acompañamiento en este sueño.

Al ejemplo incansable de Aldo Rotman y en su nombre a todas y todos los que cada día sueñan con la comunicación como derecho y ponen a andar los aires radiales universitarios, con mucho esfuerzo y sin condiciones.

A los maestros y maestras, que desde la locución y el periodismo -en los campos radiales públicos, alternativos y comerciales- aportaron enseñanzas, sin que se las hubiera pedido, durante casi cinco décadas.

Todas y todos, están en cada trazo de la investigación y son mis acreedores. Ojalá sean resarcidos con el resultado del trabajo. Se intentó completar un vacío, desde el interés como investigador y, a la vez, procurar un punto de partida para quienes quieran seguir relevando y revelando experiencias, en el debate abierto sobre el valor de la radio universitaria y pública de nuestro país. Gracias.

APUNTES PRELIMINARES A LA MAESTRÍA

Por si faltara un motivo

Cuando muchos argentinos creíamos habernos encaminado hacia un nuevo estado de bienestar y más ampliación de derechos en el horizonte -desde luego con necesidades y requerimientos por resolver- la democracia argentina produce, tan luego mediante el voto popular, un notable retroceso a partir de diciembre de 2015. Con la certeza de ese paso atrás y sus consecuencias que no dejaría área social, institucional, económica o educativa en buen estado, quedaba entonces elegir entre los a veces bochornosos balances de la edad adulta o la búsqueda de algún camino para procurar canalizar energías creativas aplicando en nuevos terrenos el disparo de curiosidades o deudas del conocimiento por saldar.

Sin títulos de grado, pero con algunos años de recorrido, en la centralidad de la radio como medio de desarrollo profesional y de vida, el descubrimiento de la existencia de la Maestría en Periodismo en Sociales de la UBA, con la llave del ingreso por acumulación de años de experiencia, gestiones, algunos textos, investigaciones y publicaciones como parte del reconocimiento profesional, se abrió una puerta singular para nuevas exploraciones al tiempo que amortizó el revés y la regresión neoliberal del 15 que nos había sacudido.

Un sexagenario algo experimentado, en medio de jóvenes genios argentinos y latinoamericanos, arrancó convencido en trabajar y prepararse para digerir desde el abordaje científico -despojando de la crónica y la literalidad del ecosistema periodístico/mediático- el estado de situación de los medios universitarios, concretamente la radio universitaria y en la Universidad Pública.

Para ello el paso profesional por la radio comercial/privada y las responsabilidades de conducción asumidas en radios públicas como Radio Nacional Argentina o LS 11 Provincia de Buenos Aires, me resultaban ciertamente insuficientes para explicar la problemática de estos medios universitarios, que apuntalados por la legislación se multiplicaron en forma dinámica en el marco de las posibilidades que abrían las universidades para su instalación.

Previamente y con certeza, el disparador de los caminos por indagar vino desde la creación de la Universidad Nacional de Avellaneda, no por casualidad

contemporánea a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en el año 2009, signos emergentes de las políticas de Estado donde la inclusión y la atención a los procesos sociales del país evidencian el registro de cambios profundos también en la educación superior y en sus medios de comunicación.

Y aún más profundamente en el pasado, la memoria de los tiempos iniciales impulsa y habrá de derivar en este nuevo desafío reconstruyendo el arranque cuasi profesional en la década de los años 70, cuando con mi carnet provisorio registro mi breve paso como locutor en LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata. Llevaba acumulados algunos años en LS11 Radio Provincia, de la que nos corrió la noche oscura del 24 de marzo de 1976. Y fue en aquella casa de Plaza Rocha 133 cuando durante un período muy breve, apenas meses de instalada la dictadura cívico militar, compartí refugio cultural con salario para poder terminar mi carrera en el ISER. En esos tiempos, tomar el tren cada tarde y volver a la noche entre La Plata y Plaza Constitución incluía una razzia militar a bordo que extendía el viaje entre las 23,30 y las 2 de la mañana desde la salida de la sede de Paseo Colón 315, donde funcionaba el Instituto en aquellos años negros. Ese fue el contexto en el que tuve mi primer contacto con la radio universitaria, donde a diferencia de las otras públicas y por obra y gracia de aquellos tiempos militantes, convivían programas comprometidos con la época, los de investigación artística y musical, con las transmisiones de los partidos de Gimnasia y Estudiantes y el ceremonioso concierto nocturno. La radio vivió también la intervención militar. No hace falta agregar mucho con respecto al impacto del genocidio en la capital de la provincia de Buenos Aires.

Paisaje oscuro de represión, locura y muerte rodeando un tiempo de formación y acercamiento a la profesión y a los medios, que en el caso de La Plata lleva un dolor irreparable en la memoria y en la necesidad de la búsqueda de la verdad y la justicia. La universidad, sus estudiantes y militantes, pagaron caro el precio de sus sueños e ideales. Tal vez esas marcas de la memoria y del terrorismo de estado, obligaron a congelar en el tiempo este reencuentro con la universidad y los interrogantes que aún propone indagar la radio.

Volver dos veces a la universidad

En el año 2010, por iniciativa del entonces rector organizador de la Universidad Nacional de Avellaneda, Ing. Jorge Calzoni, se produjo mi reencuentro con la universidad pública. Esta vez con la propuesta de crear su emisora de radio. Para

ello fue necesario volver a estudiar las lógicas de los medios universitarios y procurar, dadas las nuevas características tecnológicas la búsqueda de un diseño acorde a una universidad nueva que nacía con su radio incorporada. Por cierto, si ya resultaba algo extraordinario ver nacer una universidad, el hecho de hacerlo en tiempos de nuevos derechos, entre ellos a la comunicación, la ponía en rodaje con una política de medios.

En el año 2011, en ese regreso universitario y en carácter de prueba, se puso en funcionamiento la radio de la Universidad Nacional de Avellaneda, Radio UNDAV, que emite en la frecuencia de FM 90.3 Mhz y tiene un alcance real de 3.5 km. en el entorno primario. Es también una radio online que transmite vía *streaming* en la dirección <http://radio.undav.edu.ar/> con una capacidad de hasta 500 usuarios simultáneos. En medio del notable efecto multiplicador de la Ley de SCA, cuando surgieron una treintena de emisoras universitarias, decidimos abrir Radio UNDAV a la participación de toda la comunidad universitaria. Sobre esta experiencia, se apoyará buena parte del trabajo de investigación, ya que la radio fue concebida con el espíritu mismo de las radios universitarias como espacios de comunicación construidos en el ámbito universitario con un fuerte vínculo con la comunidad, tras cotejar distintos proyectos e incorporar a la idiosincrasia radial argentina la función de divulgación del conocimiento que se genera en la universidad, el servicio público y el compromiso social, ratificando a la comunicación como un derecho humano irrenunciable.

La segunda vuelta universitaria, en el marco ahora de la formación académica, se produce en el año 2017 cuando, como se citó anteriormente, me incorporo a la Maestría en Periodismo en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, en procura del acercamiento al conocimiento metodológico y científico que aporte las herramientas necesarias para que conjugadas con la experiencia profesional me permitan arribar a buen puerto con la presente investigación, lo que nos pone ahora frente a la responsabilidad de responder a ese proceso formativo que fue recorrido verdaderamente en forma placentera, mientras el país y nuestras universidades públicas sufrían nuevos retrocesos.

Durante esos diez años, la nueva labor universitaria y radial, me permitió producir algunos bosquejos previos a la presente investigación; ponencias, charlas, seminarios, jornadas de radio, publicaciones nacionales e internacionales y hasta

algunos trabajos literarios, fueron sembrando el camino sobre el fenómeno de la radio universitaria hasta llegar aquí y por eso a lo largo del trabajo aparecerán citados en más de una ocasión porque, casualmente o no, aparecen hoy como una escala previa a la Maestría y contienen buena parte de lo que conforma el estado de la cuestión.

Entre los caminos profesionales y los colectivos radiales universitarios

Sin esbozar plenamente una historia curricular desde el año 2010 y durante el armado de la radio universitaria en Avellaneda, ese capital profesional que tiene como base el desarrollo profesional como locutor y periodista primero, y la dirección ejecutiva después de Radio Nacional Argentina (RNA), me acercó a la gestión del medio público transformándolo en una herramienta clave para la comprensión de aspectos salientes de este trabajo de investigación.

En el año 2012 dos sucesos apuntalarían la idea de indagar en el ecosistema mediático universitario y público. En primer término, la elevación del Rector de la Universidad Nacional de Avellaneda de mis antecedentes curriculares proponiéndome para aspirar a uno de los cargos asignados al Consejo Interuniversitario Nacional (CIN), para integrar la representación universitaria en el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos, instituido por la Ley 26.522 de SCA.¹ El cuerpo de rectores de las universidades aprobó esa designación que sería materializada en enero de 2015, mediante el Decreto 51/2015 del P.E.N.

En segundo lugar, mi acercamiento a la Asociación de la Radiodifusoras de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA) entidad surgida en 1998 con la intención de unir a las radios de las universidades para, entre otros temas comunes, reclamar una legislación de medios que reemplazara a la vigente en esos años, el decreto ley de la dictadura cívico militar conocido como Ley N°22.285. El vínculo con ARUNA, en el arranque determinó el reencuentro, 36 años después, con algunas

¹ Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos. Contemplado en La Ley 26.522, artículos 124 al 130 (inclusive). Está conformado por dos miembros a propuesta de las Universidades Nacionales con carrera en comunicación; tres miembros a propuesta del sindicato con personería gremial con mayor cantidad de afiliados desempeñándose en RTA S.E.; dos a propuesta de las organizaciones no gubernamentales de derechos humanos; seis a propuesta de los gobiernos regionales del NOA, NEA, Cuyo, Centro, Patagonia, Provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires; uno a propuesta del Consejo Federal de Educación; dos a propuesta del Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia y uno a propuesta de los pueblos originarios. Los cargos durarán dos años y su desempeño es honorario.

cuestiones al parecer no resueltas, con relación a situaciones laborales, institucionales y otras que si bien aparecían como aspectos individuales de cada una de las radios, se inscribían en reclamos aún sin respuestas a pesar del paso del tiempo, más o menos las mismas demandas de los años 70. La impresión de que la llegada de la nueva legislación en materia de comunicación audiovisual que describía los alcances y funcionamiento de los medios universitarios resultaba insuficiente porque aún había mucho camino por recorrer, sirvió también para apuntalar esta tarea que hoy presento.

La llegada a la primera reunión de ARUNA, a fines de 2012, representando a la flamante Radio UNDAV, me permitió acceder al panorama que vivían las emisoras universitarias tras la sanción de la LSCA, sus anhelos y sus dificultades y las características particulares de un grupo heterogéneo de radios en el que convivían sociedades anónimas con procesos experimentales y expresiones públicas con formatos y contenidos diversos. Al cabo de varios encuentros y tras la generosidad de los compañeros que me permitieron incorporar a ARUNA como miembro de su comisión directiva, comencé a pensar en un modo de adaptar la experiencia de cuarenta años en los medios, llevándola a una suerte de guía u hoja de ruta, un material que junto a algún resumen de los apuntes tomados en nuestras charlas con los responsables de las demás radios, ayudara a sumar al debate, de un modo más orgánico, una propuesta de gestión de medios universitarios y otros ingredientes afines. Así apareció el libro “La Radio Universitaria“(2015)².

Resta recorrer el trabajo. En él se revelarán, además, otras acciones colaborativas y voluntarias de las radios en redes de redes y aspectos de la construcción cotidiana que describe el rol de la radio universitaria. Desde luego esta suerte de crónica introductoria dista mucho de conformar el cuerpo de la investigación metodológica y rigurosa, pero la apuntala y entiendo que la justifica, para procurar un nuevo compromiso con la puesta en valor de los medios de la universidad pública y la suma de nuevos aportes para descubrir aspectos poco relevados de su problemática y tensiones, al cabo de casi una centuria.

² Giorgi, M. “La radio universitaria. Hacia la consolidación de una Red Autónoma de Medios “. UNDAV Ediciones. Avellaneda.

CAPITULO I. PRESENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

1. Introducción

Este trabajo se propone indagar en los proyectos y desarrollo de la radiofonía en el espacio de la universidad nacional y pública argentina, su concreción y caracterización en el marco institucional a poco de que se cumpla un siglo de su aparición en el ámbito universitario argentino.

La radio en la Argentina cumplió un siglo el 27 de agosto de 2020. A poco de aquel 27 de agosto de 1920, menos de cuatro años después, también en forma pionera, se registró su aparición en la universidad pública de nuestro país, fue el 5 de abril de 1924. Contemporánea a los fenómenos que produjo la Reforma Universitaria de 1918 y como consecuencia de ella, nació la radio universitaria argentina como un medio de comunicación estrechamente vinculado a la educación, a la extensión y a la investigación. Ese es el inicio de un extenso camino en la creación y desarrollo de radios universitarias que puso a la Argentina a la vanguardia en la incorporación de éstos medios de comunicación (Casajús, Giorgi y Giorgi, 2018).

Durante 97 años, en el marco de las autonomías universitarias, fueron surgiendo las estaciones de radio hasta alcanzar un efecto multiplicador a partir de la sanción de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) de 2009. La Asociación de Radios de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA), en junio de 2021 nucleaba a 63 radios de universidades públicas.

A poco de que se cumplan cien años de la instalación de la primera emisora de radio en una universidad pública argentina, esta investigación se propone indagar sobre la vinculación de la radio con la universidad a la que pertenece, caracterizando el encuadre jurídico y legal en el que se desenvuelve, los aspectos presupuestarios y recursos para la sostenibilidad y el modelo organizacional y de recursos humanos. El trabajo procura además, relevar el estado de la situación técnica en las instalaciones de las plantas transmisoras y los estudios, los mecanismos de emisión y estudiar la articulación y vinculación académico-comunitario-social de las radios, sus recursos periodísticos y la participación en redes de emisoras nacionales e internacionales. Se trata de un fenómeno poco explorado, entendiendo que son más abundantes los trabajos sobre el análisis que muchos investigadores ya han efectuado sobre los diseños de programaciones, los formatos y los contenidos.

El trabajo se aborda desde la selección de ejemplos disímiles contemplando la antigüedad, situación geográfica y organización interna, y toma como unidades de análisis emisoras de cuatro universidades. Se trata de distintos ejemplos de radios universitarias escogidas por las siguientes características: la casi centenaria pionera emisora en la Universidad Nacional de La Plata (AM y FM). Luego la radio de Paraná de la Universidad Nacional de Entre Ríos, con gran cobertura territorial provincial; la Radio de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego -una de las últimas creadas en 2015- y la radio de la Universidad Nacional de Avellaneda. De esta manera la muestra queda conformada por: LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata: AM 1390 y FM 107.5; Radio UNER Paraná FM 100.3; Radio Universidad Nacional de Tierra del Fuego, FM 106.9 y Radio UNDAV, FM 90.3.

Al cabo de la investigación, las conclusiones constituirán un aporte de conocimiento sobre la gestión de estas emisoras así como una herramienta para extender y ampliar el estudio de otros modelos de radios universitarias.

2. Definición del problema de investigación

Al borde del centenario de vida de la radio universitaria, son numerosas las preguntas que dispara una investigación sobre las emisoras radiofónicas de las universidades públicas argentinas. El trabajo intenta acercar respuestas articulando distintos elementos del entorno universitario argentino y demostrar su incidencia en el momento de concretar el proyecto de las emisoras.

Los recortes presupuestarios a la educación superior y la situación crítica económica, inciden en sus desarrollos y las gestiones son afectadas, también, por los regímenes jurídicos, decretos y resoluciones, que regulan a los medios en general y a los servicios de comunicación universitarios en particular y por las políticas públicas y comunicacionales.

Son disímiles además, las condiciones técnicas con las que funcionan las emisoras, sus equipos transmisores y las categorías de potencias asignadas, en el sobrecargado espectro radioeléctrico, con riesgos de interferencias, mala calidad de emisión y otras dificultades. En tiempos de avances tecnológicos, las radios universitarias también sumaron emisiones mediante sistemas digitales y agregaron desarrollos con las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) y

los contenidos de intercambio que integran a sus grillas de programación, con nuevas formas de producción y la interacción en plataformas y redes sociales.

Sobre el siglo de la primera radio universitaria argentina y al indagar en sus orígenes, organización, inserción en las comunidades académicas y en el conjunto de la sociedad, aparecen innumerables interrogantes donde cohabitan las autonomías, los marcos legales y los planteles de trabajadores y factores técnico-económicos junto a sus contenidos y formatos, en particular el abordaje y cobertura de carácter periodístico e informativo (Giorgi, 2015).

La gestión de las radios universitarias oscila entre desafíos como los de incorporar las TIC y a la vez controlar su propia sostenibilidad. En tiempos de avances digitales y ante la necesidad de generar y administrar planteles profesionales, recursos técnicos, presupuestarios y los contenidos periodísticos, surge la pregunta:

¿Cómo gestionan su proyecto las radios de las universidades públicas argentinas?

Planteado, así, el problema de investigación, y para responder a los planteos que surgen, se produjo el recorte y selección de las unidades de estudio que conforman la muestra. Las radios fueron escogidas siguiendo el criterio de conformar una muestra diversa que aglutine proyectos nacidos en diferentes contextos históricos, territoriales y universitarios, con distintos modelos de emisión, que continúan al aire en la actualidad.

La selección de ejemplos disímiles, contemplando la antigüedad, situación geográfica y organización interna, tomó como unidades de análisis cuatro emisoras de cuatro universidades nacionales. Una cuestión que ha permitido realizar la investigación a partir de una muestra que incluyó distintos modelos de radios universitarias y pretende constituir un aporte sobre aspectos que aún no han sido relevados en otras investigaciones.

El estudio de casos se inicia con la primera radio universitaria argentina y ya casi centenaria emisora de la Universidad Nacional de La Plata, nacida en 1924 en la Capital de la provincia de Buenos Aires y su estación de frecuencia modulada (FM), puesta en marcha en 1989, durante el auge de proliferación de las FM a finales de la década del 80 en el contexto del regreso a la democracia en la Argentina. Luego, Radio UNER Paraná, de la Universidad Nacional de Entre Ríos creada en 2011 y

cabecera del Sistema Integrado de Radios (SIRUNER) que cuenta con otras dos emisoras distribuidas en el territorio provincial, sobre el río Uruguay en Concepción del Uruguay y Concordia. Integra también el grupo Radio UNDAV, la radio de la Universidad Nacional de Avellaneda, proyecto nacido en el mismo momento de creación de esta Universidad del Bicentenario, en el año 2010, que transmite de manera online y en una frecuencia de FM no regularizada desde 2011. Finalmente, la radio fueguina con sede en la ciudad de Río Grande; una de las últimas nacidas en una universidad pública argentina, ya que fue creada en 2015 en la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur (UNTDF), también Universidad del Bicentenario y aparece como la radio más austral en el territorio continental.

De esta manera la muestra quedó conformada por: LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata: AM 1390 y FM 107.5; Radio UNER Paraná FM 100.3; Radio UNDAV, 90.3 FM; y Radio Universidad Nacional de Tierra del Fuego, FM 106.9.

Creemos que el estudio a partir de esta muestra permitirá realizar una aproximación a distintos modelos de gestión integral de emisoras universitarias y realizar un nuevo aporte al conocimiento de proyectos y desarrollos de emisoras de universidades públicas argentinas, a 97 años de la inauguración de la primera de ellas. El criterio de selección de estas emisoras, avanzado ya en este apartado, se detalla en el apartado de la Metodología, que incorporamos tras detallar los objetivos de la investigación.

3. Objetivos

Objetivo general

El objetivo general que persigue este trabajo consiste en analizar las características de la gestión integral del proyecto comunicacional de las radios de las universidades nacionales de La Plata, Entre Ríos, Avellaneda y Tierra del Fuego, durante el año 2019.

Examinar las incidencias de las autonomías, la legislación, reglamentaciones y la vinculación entre los medios y sus universidades e indagar sobre los recursos técnicos, edilicios y tecnológicos y la convocatoria al talento profesional. La investigación referida a la gestión aspiró a superar la caracterización de la

producción radial “en el aire”, es decir los contenidos radiales, que desde luego por momentos aparecen, sino indagar en los aspectos menos o poco explorados que inciden en el desarrollo y la planificación de las emisoras seleccionadas y la manera en que construyen sus proyectos.

Objetivos específicos

Con el fin de lograr ese objetivo general se han planteado además otros secundarios o específicos que han servido para responder a las diferentes preguntas que surgen al abordar cada una de las unidades analizadas y a la vez se desprenden de la hipótesis de trabajo:

- 1) Caracterizar el vínculo de la emisora con la universidad, la relevancia que ésta le asigna al proyecto comunicacional, su organización, los recursos humanos, la asignación presupuestaria y la sostenibilidad.
- 2) Identificar y comparar los marcos jurídicos y legales de y para las emisoras, sus encuadres técnicos en estudios y plantas transmisoras.
- 3) Indagar y determinar los vínculos de las radios con la actividad académica dentro y fuera de sus contenidos radiales y la articulación comunitario-social.
- 4) Describir los recursos para la emisión digital y sus dispositivos, incluyendo el relevamiento de las tecnologías aplicadas.
- 5) Explorar la participación en redes nacionales e internacionales de emisoras universitarias.

4. Metodología

Para el desarrollo de esta investigación se apeló a recursos de la metodología cualitativa y cuantitativa. En este sentido, se trabajó con el formato de encuesta (Sautu, 2005), para caracterizar aspectos técnicos, situaciones edilicias, distribución de los puestos de trabajo, inclusión de la noticia y producciones periodísticas, que faciliten el registro de pautas comparables entre las radios.

Asimismo, para construir respuestas a los interrogantes planteados se han identificado, analizado y puesto en relación un conjunto de libros y artículos producidos por, para y desde las universidades, que abarcan los aspectos históricos,

legislativos y académicos, organizacionales y técnicos. Se trata de textos propios del investigador o de intelectuales del ámbito académico que reflexionaron sobre la comunicación universitaria, a los que se suma la orientación obtenida acudiendo al material bibliográfico y los talleres y seminarios integrados por la propia Maestría en Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA.

En cada caso se estableció el vínculo y las tensiones con la entidad madre es decir la universidad a la que pertenecen los radios. Luego se apeló a las herramientas para comparar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (matriz FODA) en cada una y entre las unidades de análisis y finalmente se investigó en forma individual, en cada radio, para ponderar los desarrollos alcanzados en su proyecto institucional.

Se evaluó en cada radio el modo de relación institucional con su universidad, área de dependencia, asistencia económica, proyección académica y social y las influencias en la gestión comunicacional (Asuaga 2007).

En cada tramo de esta investigación se analizó lo consolidado a la luz de las referencias teóricas y del propio espacio radial que permitió la producción de artículos ensayísticos y/o periodísticos, gráficos comparativos e infografías. Materiales que podrán promover reconstrucciones del trabajo para el abordaje de un nuevo relevamiento académico destinado a caracterizar otras diferencias y tensiones dentro del ecosistema radial universitario.

En este trabajo, se entiende, sin embargo, que cada práctica hace al mundo visible de una forma diferente (Lindloff, citado en Martini 2017). De aquí que con frecuencia exista un compromiso con utilizar más de una técnica interpretativa en cualquier estudio (Martini, Chicco y Vinelli, en Martini 2006). Por lo tanto y como se viene señalando conviven aquí, en armonía, elementos metodológicos cuali-cuantitativos.

Las radios que componen la muestra fueron escogidas siguiendo criterios de antigüedad, en el caso de la casi centenaria primera emisora en la Universidad Nacional de La Plata la que junto a su estación de frecuencia modulada constituye el punto de partida del sistema de medios públicos universitarios argentino y sobre cuya veteranía se ha producido abundante abordaje de la cuestión. Luego tomando como regla la distribución y alcance territorial se analiza una de las tres emisoras de la Universidad Nacional de Entre Ríos, que cuenta con la radicación de dos radios

sobre el río Uruguay y una sobre el Paraná y su posibilidad de permanente trabajo en red. En tercer orden la Radio de la Universidad de Avellaneda, donde el investigador tuvo la responsabilidad en el diseño y creación, y que a pesar de sus 9 años de funcionamiento aún no cuenta con autorización y frecuencia definitiva. Y finalmente, el método de selección aplicado, escogió -entre las más de treinta radios surgidas a partir de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (SCA)- a la emisora de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego con sede en la ciudad de Río Grande, una de las últimas en salir al aire y la más austral del país y del mundo.

4.1 Herramientas de investigación

Como hemos señalado, se recurrió al enfoque metodológico combinado, entendiendo como señala Sautu (2003) que el aporte de otros paradigmas, constituyen herramientas que ratifican que los métodos dejan de ser empleados, cada vez menos, en su pureza. En principio la revisión cuantitativa consistió el análisis delimitado y concreto a partir de un modelo de encuesta semi-estructurada destinada a los responsables directos de las emisoras en estudio de la que surgieron los cuadros comparativos relacionados con los aspectos físico, técnicos, legales, presupuestarios, organizacionales, de parte de los contenidos y de la vinculación universitaria.

Para ello resultó necesario elaborar una herramienta válida para resolver metodológicamente la investigación y al mismo tiempo procurar la realización de un aporte para su aplicación en estudios similares sobre otras emisoras universitarias (argentinas o del exterior). Un instrumento sobre el que el investigador ha venido trabajando institucionalmente desde sus cargos en la Comisión Directiva de ARUNA, sobre el que se espera una expansión hacia la puesta en valor del ecosistema radial universitario público de nuestro país.

Con el fin de organizar la investigación se dispuso, en base a las experiencias de gestión de medios del autor, el diseño dimensional definido en áreas específicas de análisis: Institucional (vínculo con la universidad) ; Legal (marco jurídico y legal en el que se desenvuelven las radios); Tecnológica (adaptación y utilización de las nuevas tecnologías); Presupuestaria (financiamiento y sostenibilidad económica);

Organizacional (estructura organizativa y talento profesional) ; Territorial (vinculación y/o articulación social en el área primaria de cobertura) ; Trabajo en red (relación con otras radios universitarias y trabajo en redes de emisoras). También se han comparado acceso y recursos periodísticos.

Se buscó una perspectiva general que pueda determinar, más allá de la ausencia paradigmática citada, las desigualdades y tensiones de las estructuras radiales de los casos en cuestión. Para caracterizar aspectos técnicos, situaciones edilicias, distribución de los puestos de trabajo, inclusión de la noticia y producciones periodísticas, que faciliten el registro de pautas comparables entre las radios.

Previamente a su implementación se sometió la herramienta a una instancia de validación de la que tomaron parte pares investigadores con prestigio académico y antecedentes en la investigación y gestión de radios universitarias, oriundos de España, México y Brasil (ver Anexo V). Un Comité de Expertos a los que se les solicitó la revisión del proceso instrumental que reunió desde Brasil a la Doctora Débora Cristina López, Presidenta de La Red de Radios Universitarias de Brasil (Red RUBRA), miembro del Departamento de Periodismo (DEJOR) de la Universidad Federal de Ouro Preto. Ha realizado investigaciones en medios de radio y audio, investigación social cuantitativa, investigación social cualitativa y comunicación y medios. Desde España el Dr. Miguel Ángel Ortiz Sobrino. Ex presidente de la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU), miembro del Departamento de Periodismo IV (Empresa Informativa), Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid (UCM). Doctor en Ciencias de la Información por la UCM. Licenciado en Periodismo y en Ciencias de la Imagen Visual y Auditiva. Es Diplomado en Investigación de Medios por A.I.M.C. Imparte docencia en el área de Empresa Informativa en la UCM y es Delegado para Medialab/Inforadio de la Facultad de Ciencias de la Información de la misma Universidad. Ha dirigido, desde 1989 a 2009, el Master de Radio Universidad Complutense/RNE. También de España la profesora Paloma Contreras Pulido Doctora en Educación por la universidad de Huelva. Profesora del Máster de Comunicación y Educación Audiovisual de la UHU-UNIA y del Doctorado Interuniversitario en Educomunicación. Es licenciada en Periodismo (US) y diplomada en Educación social (UHU). Estudió el Máster en Comunicación y Educación Audiovisual (UHU-UNIA). Y finalmente desde México, Marina Vázquez

Guerrero, Licenciada en periodismo por la Universidad de Colima y Doctora en Comunicación Pública por la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. Es profesora e investigadora de la Escuela Superior de Mercadotecnia y colabora con el doctorado en ciencias sociales de la Universidad de Colima (México). Se desempeñó durante varios años en el ejercicio profesional como guionista y productora. Trabajó en la Dirección de Información y como productora, coordinadora de producción y subdirectora operativa de la emisora universitaria XHUDC-Universo de la Universidad de Colima.

El modelo de cuestionario elevado al Comité de Expertos, integra los anexos de la investigación. Los consultados consideraron en forma unánime que resultaba adecuado el instrumento diseñado para recolección de la información. Y al mismo tiempo produjeron agregados y recomendaciones que se fueron instrumentando en el desarrollo del proceso. Cada uno de los parámetros que integran las dimensiones centrales propuestas, fue también considerado como adecuado y en cada caso sobre la posibilidad de agregar o eliminar alguno, fueron tomadas las recomendaciones o se argumentó en favor de su sostenibilidad.

Por último, si bien esta investigación no profundiza en los formatos, contenidos o grillas de programación, a modo de complemento, y para ilustrar, se incluyó una pregunta para conocer cómo resuelven las radios universitarias los contenidos periodísticos. Fuera de la herramienta se incorporó un anexo en la consulta efectuada mediante las encuestas elevadas a los responsables de las cuatro emisoras de la muestra y también sobre ello validaron afirmativamente los pares investigadores.

La metodología se dirigió a la recolección documental, mediante una entrevista a cada uno de los responsables de las radios, incorporando en las intervenciones, la con relevancia diversa, aspectos de la experiencia personal, ya que se trata de historias de vida, que derivaron en la gestión de proyectos en etapas distintas de desarrollo, particularmente en la radio de la Universidad nacional de La Plata, ya que como se verá, después de 70 años, en 2019, fue trasladada a un nuevo domicilio. La entrevista a su Director Gabriel Morini, viene precedida por el conocimiento del investigador de ambas instalaciones, la anterior (donde se desempeñó como locutor en los años '70) y la nueva, donde se consolida un viejo anhelo de las autoridades que precedieron la gestión de Morini.

En el caso de la emisora de Paraná de la UNER, la entrevista abordó al director Lic. José Trovato y a su superior y responsable del Sistema integrado de Radios (SIRUNER) Profesor Aldo Rotman, cuyo aporte tiene el valor agregado de su paso por la presidencia de ARUNA y más de 10 años activos en la Comisión Directiva de la entidad. Aportes personales del autor y la respuesta a la encuesta por parte de la Coordinadora, Noelia Giorgi, conforman la recolección de datos y las entrevistas destinadas al caso de la Radio UNDAV, de la Universidad Nacional de Avellaneda. Finalmente Elizabet Furlano, responsable de la radio de la UNTdF, fue la responsable de responder encuesta y aceptar la entrevista, para la recolección de datos de la emisora instalada en Río Grande, en la provincia de Tierra del Fuego.

Las entrevistas se extendieron, en forma más breve, hacia los responsables de las áreas de las que dependen las radios en cada Universidad y algunas consultas complementarias fueron resueltas con simples llamados telefónicos a trabajadores de las propias radios, ex directores y colegas que se desempeñan o desempeñaron en cada una de las radios o abordaron investigaciones sobre la comunicación universitaria.

Se incorporan los ensayos de interacción y visuales, los vínculos del investigador con el objeto de estudio y el trayecto profesional. Es decir un conjunto de técnicas para describir sobre el corpus cada modelo de gestión, tareas que en la totalidad de los casos, como se ha señalado, surgen de la presencia del investigador en cada una de las emisoras, previas al desarrollo del trabajo de investigación, lo que permitió resolver e interpretar buena parte de las respuestas de los responsables de las radios para la descripción física y la distribución operativa.

También se involucró la búsqueda, selección y compilación de testimonios de diversa complejidad, para que en los cuadros comparativos y la evaluación global el trabajo de algunos autores citados en el estado de la cuestión, aportaran a la comprensión de los datos que permitieron el alcance de parte de los objetivos específicos (Vasilachis de Gialdino, 1992), sobre todo las publicaciones de los gestores o ex directores de radios universitarias.

La caracterización de las prácticas periodísticas y el acceso a la recepción y distribución de noticias, se incluyó como se dijo, tanto en el desarrollo de las entrevistas como en el anexo de la encuesta, a cada uno de los responsables, (Sautu, 2003).

Las entrevistas fueron semiestructuradas (Guber, 2004), y se desarrollaron en forma personal y virtual. Contando como antecedente el conocimiento de las emisoras seleccionadas para el trabajo y la ya citada e inesperada -pero muy importante- modificación de domicilio e instalación de LR11 Radio Universidad de La Plata.

Para explorar los procesos y utilización de nuevas tecnologías y las transformaciones mediáticas vinculadas con la emisión radial, se realizaron búsquedas sobre las páginas web, la verificación de transmisiones mediante *streaming*, la localización en plataformas de emisión virtual y en aplicaciones con desarrollos propios o adoptados. De la herramienta validada surgieron disparadores para corroborar segmentos de programación, portales de internet, aplicaciones para teléfonos celulares o tabletas y las grillas de programación detectables en las citadas plataformas.

Del mismo modo, para evaluar las políticas de utilización e interacción con las audiencias, mediante el uso de redes sociales y su incidencia en los contenidos, se registró la interactividad en las redes habilitadas por cada radio para observar la incidencia de esas mediatizaciones frente a la conformación o modificación de los formatos radiales o intervenciones en los contenidos.

Como se afirmó, la guía de las entrevistas cerró con preguntas para describir el vínculo de cada radio con la noticia y los contenidos periodísticos y una ponderación sobre la existencia del establecimiento de agenda. Así, se realizó un relevamiento sobre los contenidos periodísticos, a través de sus formatos en “el aire”, recursos alternativos para el manejo y difusión de noticias y las publicaciones que se reproducidas en y desde otros soportes.

Por otra parte y con el fin de sumar otros aportes, sobre todo en el momento de considerar las conclusiones se distribuyó una breve encuesta a distintos profesionales docentes y académicos, la mayoría integrantes del colectivo “La radio del Nuevo Siglo”, académicos, docentes e investigadores, con una tarea de treinta años de trayectoria comprometida con la radio y en particular las de las Universidades Nacionales que investigan y han producido abundante material vinculado con las RRUU. Entre ellos Ricardo Haye, Oscar Bosetti, Tina Gardella, Ariel Levatti, Diego Ibarra, todos integrantes del comité de las jornadas de radio que desde hace más de diez años se organizan junto a ARUNA, (Asociación de Radios de Universidades Nacionales de Argentina), FADECCOS. (Federación Argentina de

Carreras de Comunicación Social) y REDCOM (Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo). (Ver Anexo VI).

A todos se les propuso reflexionar y elaborar las respuestas desde el plano institucional (radial y universitario) para conformar esa otra mirada sobre los proyectos comunicacionales universitarios interpretando que si bien no hay un paradigma de emisora universitaria, sí, resulta necesario indagar en aspectos que pueden resultar comunes a todas las universidades públicas que cuentan con una radio. El vínculo con la universidad; autonomía y proyecto radial universitario; condicionantes burocrático, incorporación de talento profesional desde la academia; legislación en educación superior y medios universitarios; procesos organizacionales; legislación nacional en materia de medios y recursos técnicos fueron los aspectos centrales de la breve encuesta semi estructurada.

Resulta inevitable una referencia al proceso metodológico para la elaboración y consolidación de esta investigación que debió consolidarse en el marco de la pandemia generada por la aparición del coronavirus y el riesgo de la enfermedad definida como Covid19, desatadas durante el año 2020. Una referencia que reaparecerá en el momento de las conclusiones, donde si bien se excede el recorte temporal del trabajo, hay que referenciar las características que modificaron los procesos de consolidación, certificación y corroboración de datos, planteando, como en todas las actividades planetarias, las acciones creativas o innovadoras posibles, para mantener los protocolos de cuidados, tanto de los aportantes como del autor y sostener recursos para concluir el trabajo.

Finalmente, lo recabado a partir de la muestra, las encuestas y las entrevistas permitió consolidar un archivo que estará disponible para ampliar la herramienta y poder evaluar posteriormente a todas las radios de las universidades que así lo deseen, constituyéndose en un aporte investigativo relevante para visibilizar el problema abordado contribuyendo e invitando a seguir ampliando el conocimiento sobre las diferencias y tensiones entre el proyecto mediático y la situación institucional de las emisoras de las universidades públicas argentinas. Una iniciativa, que como se cita a lo largo de la investigación ya fue presentada y debatida durante el ejercicio de la Vicepresidencia y luego la Secretaría de ARUNA, por parte del autor.

A lo largo de la construcción metodológica y del proceso de investigación, se han sumado los elementos que surgen de la experiencia profesional. Aportes que no se pueden separar porque se han desarrollado en la labor de gestión y puesta en marcha de alrededor de 30 estaciones de frecuencia modulada, la Dirección de Radio Nacional Argentina y los procesos de armado, producción y conducción de contenidos audiovisuales que han asistido a la comprensión y complementación de los datos recabados.

5. Estado de la cuestión (del arte)

Las radios de las universidades nacionales argentinas han sido investigadas como uno de los modelos radiales dentro del marco disciplinar de la comunicación. Como se ha citado, no se trata de medios nuevos pero sobre ellos han influenciado las políticas públicas en materia de comunicación y la legislación. Sobre los medios y sistemas de comunicación universitarios aparecen numerosos trabajos, en particular sobre las radios universitarias, tanto en nuestro país como en el exterior (Barberis y Dido, 2006).

Tal como surge de un artículo publicado por Martín-Pena y Casajús (2017), quienes recopilaron diversos estudios, publicaciones, tesis y artículos científicos sobre radio universitaria desde la década de los 90 hasta la actualidad, se han abordado temáticas tales como la historia de estas radios, el rol formativo, su carácter de servicio público, la programación y los contenidos, la participación de los jóvenes, los aspectos tecnológicos, el acceso a Internet y redes sociales, el trabajo en redes de redes y otras experiencias concretas en distintas universidades.

Entre el material publicado y relevado, numerosos autores han observado parcialmente aspectos de la gestión y carácter de las radios universitarias, entre ellos: Prieto Castillo (1996); Dido y Barberis (2006); Asuaga (2007); Araya Rivera (2009); Milito y Casajús (2011); Aguaded y Contreras (2011); Perona Páez (2012); Espino y Martín (2012); Bossetti y Haye (2015, 2016 y 2018); Giorgi (2015); Vázquez Guerrero (2015); Martín Pena, Marta-Lazo y Ortiz Sobrino (2016); Casajús y Martín Pena (2016); Casajús y Giorgi (2017); Orcajo (2018) y Martín Pena y Vivas Moreno (2018).

Una observación en cuanto al abordaje en materia de RRUU la señalan Marta y Martín-Pena (2013), al indicar que el mayor caudal bibliográfico proviene del continente americano. Tanto los países de habla hispana como Estados Unidos, cuentan con una notable producción atribuible sin dudas al trayecto histórico de la aparición pionera de las emisoras universitarias. Además, como sostienen Casajús y Martín-Pena (2016), el trabajo en red y la labor de las asociaciones o agrupamientos colectivos entre las radios, han impulsado eventos científicos, jornadas de debate y labores en talleres, desde los cuales surgieron escritos específicos para explorar el fenómeno de la comunicación universitaria.

Sin embargo, en la producción bibliográfica, desde la academia o desde las propias radios o redes de radios, resultan escasas las referencias al fenómeno integral de la radio universitaria. Investigadores de habla hispana, han publicado tesis, ensayos, estudios o ponencias, sobre la gestión de la radio universitaria enfocándola desde los contenidos, formatos, la vinculación e interacción académica o la definición hacia las comunidades educativas o en general.

Uno de los autores citados, Prieto Castillo (1996), abre un camino pionero para el análisis del marco de la radio universitaria. En el Primer Festival Centroamericano de la Radio, en Costa Rica, con la advertencia sobre las transformaciones de fin de siglo para la radio, los desempeños en el territorio institucional y ante las demandas sociales, que incluye los problemas comunicacionales en su evolución temporal, aún ante las diferencias que existen entre esas radios.

El trabajo de Dido y Barberis (2006), si bien no profundiza en la gestión general, produce un acercamiento dimensional al descripto en el planteo de esta investigación al definir la radio universitaria con sus objetivos. Definen la radio universitaria argentina, su carácter público y los objetivos e incluyen un bosquejo sobre la organización y la vinculación institucional. En cuanto a los objetivos, se centralizan en los conceptos centrales de la comunicación propiamente dicha: contenidos, formatos y aspectos de la radio funcionando. Se trata de un texto pionero, citado en cada abordaje temático que se involucre con la radio universitaria argentina.

En Asuaga (2007), al describir las fortalezas y debilidades de las radios universitarias se dimensiona claramente un acercamiento a las cuestiones cruciales por las que deben pasar la mayoría de las emisoras, situaciones que si bien no

conforman una paradigma del fenómeno, se advierten en forma notable en las radios de las universidades públicas cuyo número se multiplico a partir de la discusión y sanción de la Ley de SCA. Institucionalidad, financiación, profesionalismo, sostenimiento técnico, regulaciones, alcance territorial y los procesos de gestión en general resuelven o dificultan los proyectos comunicacionales.

A lo largo de la investigación se reitera la caracterización heterogénea de las RRUU y las formas y oportunidades de aparición, donde la diversidad y los matices abundan, por ello tal como señala Ronda (2011), el apoyo institucional al proyecto es fundamental para conseguir su consolidación, así como obtener financiación e integrarlo dentro de la comunidad universitaria como un medio propio de expresión, una forma de democratización y servicio público, a disposición de la comunidad universitaria, en particular, y de los ciudadanos, en general.

Aguaded y Contreras (2011), definen un modelo ideal de radio universitaria, donde la radio debería generar conocimiento y proponga interacciones públicas sociales. Una radio con fines solidarios que contribuya a la formación ciudadana con valores democráticos. Al tiempo que proponen que las radios consigan una autonomía financiera que le dé independencia, ambos autores sostienen que son radios que tienen una misión social, ética, con contenidos de calidad que tienen además el rol de representar a la universidad a la que pertenecen.

Conviene destacar, tal como señalan Martín Pena y Giorgi (2019), que las posibilidades para la materialización de los modelos de proyectos radiales universitarios se diferencian de acuerdo con el marco en que se pueden desenvolver y por más que haya características comunes, la cuestión institucional, la oferta académica, el entorno social universitario, el resto de la comunidad, el territorio y sus demandas las inscriben también en una función social. Los mismos autores advierten sobre un error reiterado, cuando se piensa que solo deben existir emisoras de radio o de televisión en aquellas universidades con carreras de periodismo, comunicación social o audiovisual.

Hay que destacar el trabajo de Tedesco (2016), cuando después de un pormenorizado recorrido concluye que la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual es el primer texto normativo que cita e incluye francamente a los medios universitarios, tras describir la historia legislativa argentina en la materia.

El aspecto de interacción radio universitaria/estudiantes, referido a la participación directa en los contenidos de la programación y el conocimiento institucional por parte de los alumnos, enfrenta varios desafíos. Según Araya Rivera (2009), es la radio la que debe asumir estrategias de convocatoria para la producción y comunicación ya que de su investigación surge por ejemplo que las y los estudiantes universitarios de primer ingreso no se acercan a los medios de comunicación de la Universidad, señalando que carecen de información institucional.

Las nuevas tecnologías (TICs) evaluadas por Milito y Casajús (2011) abrieron otros caminos a las radios universitarias pero incluyen nuevos desafíos para la radio universitaria. Destacan el uso de internet como herramienta y señalan que se resuelven, desde un nuevo lugar, las limitaciones técnicas. En la Argentina es espectro radioeléctrico saturado ha impedido instalar y desarrollar emisoras universitarias y a las ya instaladas les causa dificultades. El acceso a internet permite ampliar potencialmente las audiencias sin límites de cobertura geográfica, desde luego con otros dispositivos. Los autores ratifican el valor de los aspectos técnicos como garantes del contenido al tiempo que concluyen sosteniendo el enriquecimiento potencial de las producciones radiales con componentes audiovisuales múltiples.

Al respecto, sobre la incorporación de nuevas tecnologías y dispositivos, redes sociales, plataformas y aplicaciones, se abre un análisis en la tesis doctoral de Casajús (2015), que concluye señalando que las redes, páginas web y plataformas de la web 2.0 deben incorporarse a la gestión radial integral.

En otros aportes, Martín-Pena y Vivas Moreno (2017), proponen un modelo de investigación para analizar estas radios y advierten sobre la necesidad de un trabajo de carácter global que indague sobre la organización y el funcionamiento, sumando las nuevas tecnologías, plataformas y redes sociales.

Al describir a las radios como espacio de construcción de sentido y a la vez como escenario de tensiones y negociaciones, conflictos y acuerdos, oposiciones y fusiones, existen tres dimensiones político-culturales que no se pueden escindir de la gestión: la de la comunidad a la que se dirigen, la dimensión universitaria de la que surge y la de la concepción de lo radiofónico por y para la que la radio fue creada, (Gardella 2015).

Otras investigaciones han mostrado interés en la relación entre la educación y la aparición de las emisoras a partir de la actividad académica por sobre un proyecto de radio profesional. Los estudios sobre esas radios reconocen un punto de partida en el *II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria y I Encuentro Iberoamericano de Radios Universitarias* en la ciudad española de Granada en 2005.

Entre estos trabajos relevamos que para Araya (2009), la radio universitaria es un instrumento dedicado a la transmisión de géneros musicales alternativos y programas producidos por estudiantes, una suerte de laboratorio para los alumnos, aunque para Ronda (2011), si bien mantiene el carácter de alternativo, las califica como un medio público que asiste a la democratización de la sociedad. Entre otras consideraciones, Rodríguez (2009) las describe como medios ciudadanos donde se logra desdibujar la línea que separa a emisores de receptores. Con anterioridad, Méndez Rosas (2005) las definió como instrumentos de apoyo a la cultura, la orientación y la difusión de la investigación científica y humanística que fortalece los valores culturales. En tanto, para Villanueva (2012), se trata de un medio participativo y alternativo en cuanto a los contenidos.

En los últimos años –como concluye Vázquez Guerrero (2012)- si bien apareció un mayor número de publicaciones, éstas permiten un acercamiento al medio pero no lo abarcan en su totalidad, ratificando la necesidad de procurar nuevas investigaciones para describir el fenómeno radiofónico universitario. Esa tarea, como afirma Martín Barbero (2008), siempre requiere tomar en cuenta las influencias de las políticas en su reflejo temporal.

En Orcajo (2018) se recorre el nacimiento y desarrollo de la primera radio universitaria de Uruguay y entre la crónica y los avatares del proceso, se produce un acercamiento fundamental para los objetivos de este trabajo. Una cronología que en su narrativa describe los aspectos de la gestión, vinculación con la universidad, cuestiones presupuestarias, edilicias, profesionales y técnicas junto a los contenidos y la participación en redes. Como responsable directo de UNI Radio, ha sistematizado la experiencia pública uruguaya con aportes temáticos y académicos.

Una referencia especial obliga a ponderar la notable producción desarrollada sobre LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata, atribuida sin dudas a la antigüedad de la emisora y su interacción con procesos de investigación desarrollados en

talleres, diversas publicaciones, seminarios, trabajos finales de grado, especializaciones y tesis. Por ejemplo, entre lo más reciente, en Milito (2019), al involucrar la aparición de la primera radio con la Reforma Universitaria de 1918, se desarrolla una recorrida cronológico-histórica desde 1923 hasta el presente, enfocada en los procesos de gestión universitario y los enfoques de los contenidos radiales y aspectos de organización de acuerdo con esos procesos.

En cambio, en Pauli (2012), el abordaje de la radio platense se enfoca en los cambios que derivaron a partir de la sanción de la Ley de SCA y los interrogantes que surgieron desde la mirada universitaria destinados a responder el rol de las universidades en la discusión sobre de la democratización de la comunicación, el aporte debate, conocimiento y tratamiento de la legislación y la incidencia sobre las Radio Universitarias. Trabajo que no elude la vinculación de LR11 con la UNLP y desde luego los aspectos históricos y de gestión.

En Antonucci, Beneítez, Gabay y Turconi (2009) al cumplirse 85 años de la primera radio, el material si bien conmemorativo, refiere a la vanguardia fundacional y se permite una nueva recorrida cronológica que incluye la vinculación académica, social y las nuevas necesidades comunicacionales. Indaga además en el proceso de gestación y desarrollo. La historia de Radio Universidad, es casi la historia de la Radio en la Argentina. En Porro (1982) en el marco del centenario de la fundación de la ciudad de La Plata, se precisan datos históricos poco conocidos sobre LR11, en el año 1923, la cita sobre la décimo cuarta reunión del Consejo Superior de la UNLP que da la aprobación al proyecto radial desde donde surge la cita muy difundida del entonces presidente de la Universidad, Benito Nazar Anchorena³ sobre los aún vigentes objetivos de la radio, viene acompañado por el proceso técnico de avanzada para la época junto a la vinculación institucional, técnica y operativa de los

³ Fue en el mes de noviembre de 1923 cuando el entonces presidente de la Universidad Nacional de La Plata, Benito Nazar Anchorena, presentó en el Consejo Superior el proyecto de creación de una emisora universitaria para completar la obra de extensión con el fin de vincular a la universidad con el medio social en el que se encuentra (Antonucci et al., 2009: 16). A la Universidad de La Plata le corresponde la iniciativa de haber empleado una estación radiotelefónica no sólo como excelente elemento de enseñanza e investigación para la Radiotécnica sino también para fines de divulgación científica, o sea, como elemento de extensión universitaria (...). De tal modo, al par que desarrolla una obra completa de difusión cultural, sirve para vincular más aún la Universidad con el medio social en que actúa, devolviendo con ventaja al país el esfuerzo que la Nación realiza para sostenerla (Fragmento del discurso de Benito Nazar Anchorena. Web de Radio Universidad de La Plata. Consulta: 12/12/2012).

primeros pasos y el adelanto de la vinculación social y extensionista como uno de los destinos clave de la futura emisora.

Sobre el caso la radio de la Universidad de Avellaneda, el equipo de la Dirección de Medios, de la cual depende, ha contribuido con numerosas publicaciones que constituyen antecedentes valiosos y como tal fueron incorporados para la sostenibilidad no solo del estado de la cuestión, sino para el abordaje específico de la hipótesis de este trabajo. En Casajús, L.; Giorgi, M. y Giorgi, N. (2018), junto a un resumen histórico de la radio universitaria argentina, se desarrolla una evaluación sobre los resultados de la puesta en marcha de Radio UNDAV, la articulación académica y los mecanismos de gestión de contenidos y prácticas pre profesionales.

El modelo de convocatoria a participar en la programación a los estudiantes, trabajadores docentes y nodocentes de la radio de Avellaneda, es citado en Casajús (2018) como un ejemplo de asistencia pedagógica, seguimiento y articulación para que los proyectos de formato y contenido diverso se lleven a cabo “en el aire”.

De esas experiencias participativas han surgido ponencias y textos, desarrollados por los propios actores radiales de la comunidad universitaria, presentados en foros académicos diversos. Como lo afirman Vanyay y Solari (2019) cuando fundamentan su programa radial porque les permite a estudiantes, docentes, no docentes y a la comunidad en general acceder y desarrollar agendas propias y comunicar saberes y experiencias.

Antes en Giorgi, Casajús, Giorgi y Bralo (2016) el impacto de la sanción de la Ley de SCA sobre el sistema de medios de las universidades públicas se refleja junto a la síntesis del proyecto comunicacional diseñado por el investigador. Ubicación, diseño de los espacios, equipamiento, posibilidades técnicas y las dificultades para su regularización, conforman un antecedente para este trabajo.

Volviendo a las RRUU en general y muy cerca del presente trabajo, Gardella y Villamayor (2015) sostienen que la realización de un medio universitario y su gestión implican, siempre, considerar dimensiones políticas, jurídicas, comunicacionales, de organización y sostenibilidad y vinculaciones institucionales y sociales teniendo en cuenta el territorio donde se hallen. Temas sustanciales para definir las características y el rumbo del proyecto comunicacional.

Tras esta referencia, resulta necesario destacar el trabajo coral de la asociación ARUNA responsable de la materialización de los 4 volúmenes de la Serie bibliográfica La radio del Nuevo Siglo⁴ que plasmaron las editoriales de las Universidades de La Matanza, Avellaneda (2) y Quilmes. Muchos de los textos de ese valioso material se han ido volcando en este recorrido por el estado de la cuestión. Como señala Arabito (2020), al repasar el marco de las Jornadas “La radio del Nuevo Siglo”, esos encuentros que un grupo de docentes de comunicación iniciaron en 1993 en forma voluntaria y colaborativa bajo la consigna “La Radio De Fin De Siglo” a instancias del Dr. Ricardo Haye en 1993 en Gral. Roca, se constituyeron como las primeras actividades académicas del área propiamente dichas. En los 4 libros, más de un centenar de autores conforman una fuente referencial no solo para las cátedras universitarias, ya que se trata de contenidos públicos y de acceso libre como una forma de abordar el trabajo que desarrollan las RRUU, prácticas pre profesionales, proyección de nuevos formatos, roles de las radios en el marco del vínculo con la comunidad y otros temas de reflexión destinados al ecosistema radial universitario en los que, como se señaló, también abreva esta investigación y cuyas citas aparecen a lo largo del trabajo.

Relacionado con el trabajo en red y la participación en redes de redes ya se han citado las producciones bibliográficas sostenidas por ARUNA, en el orden nacional, producciones cuyas referencias aparecen a lo largo de la investigación. Pero además se citan participaciones de diversos autores que integran el primer producto literario de la Radio Internacional Universitaria (RIU) Red de Redes, sucesora de la RRULAC (Red de radios Universitarias de Latinoamérica y El Caribe) donde se destacan las primeras experiencias de radios universitarias en Iberoamérica y su vocación de trabajo en red, señala allí, Martín-Pena (2018) el carácter pionero de la Argentina, Colombia y Chile en la puesta en marcha de RRUU. También se recorre la evolución del trabajo de las redes de redes de distinto origen, partiendo de los

⁴ 1- “Radios universitarias argentinas: Una red pública y federal para ejercer el derecho a la comunicación”. San Justo, Universidad Nacional de La Matanza, (2015). 2- “Encrucijadas del nuevo milenio. Radio, Comunicación y Nuevas Tecnologías”. (2016) Avellaneda. Undav Ediciones. 3- “Pensar las radios. Reflexiones desde las cátedras, talleres y otros alrededores”. (2018) Avellaneda. Undav Ediciones. Ambos de la Universidad Nacional de Avellaneda. (Los tres compilados por Oscar Bosetti y Ricardo Haye). 4- “1920-2020: La Obstinada Vigencia de un Medio Invisible” (Compiladores. Oscar Bosetti y Agustín Espada) (2020) Quilmes. Universidad Nacional de Quilmes. Q Publicaciones Ciencias sociales.

primitivos enlaces “aire a aire” de las emisoras, hasta la concreción de los espacios de redes, su incidencia política y cultural en el marco de la creación de contenidos comunes, formatos para la divulgación de la ciencia e inserción institucional de la comunicación radial universitaria (Giorgi, 2018).

La programación e intercambio y coproducción de contenidos desde y hacia las redes de radios universitarias tiene antecedentes desde los años 80. Casajús y Martín-Pena (2016) destacan que es en la segunda década de este siglo cuando las redes se verán fortalecidas en la producción radial, la organización y en la institucionalidad.

Un antecedente del investigador, autor de esta tesis de maestría, producido en el año 2015, funge como un adelanto valioso para incorporar al estado de la cuestión. Se trata de un ensayo propositivo destinado a revisar la caracterización de la radio universitaria, argentina, que fue producido en el marco de la “Colección Radio Escrita” e integra el catálogo de la Editorial de la Universidad Nacional de Avellaneda (Undav Ediciones) y constituye uno de los cinco volúmenes generados hasta el presente, por la emisora universitaria de la UNDAV. Sin haber previsto la presente investigación *La Radio Universitaria. Hacia la consolidación de una Red Autónoma de Medios* contiene la génesis de este aporte, dimensionada en el escenario de la virtual duplicación de radios de universidades públicas argentinas que generó la discusión primero y luego la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. La publicación aparece por ello citada a lo largo de este abordaje.

Finalmente, la relevancia del trabajo en red, ha dejado dos volúmenes que, si bien refieren a temas puntuales de contenidos, expresan el valor alternativo de las radios universitarias frente a dos fenómenos que se registran en este tiempo, la concentración en el manejo de las agendas y los desafíos que debieron asumir los medios universitarios al declararse la pandemia del SARS-CoV2, covid 19.

La Radio Internacional Universitaria (RIU) que representa a más de 400 emisoras universitarias del mundo, publicó en 2018 un libro que cuestiona y reflexiona sobre las producciones y contenidos e incorpora nuevos mecanismos de comunicación con la sociedad: *Radios Universitarias en marcha, hacia la construcción de una contra*

*agenda mediática*⁵ repasa las experiencias, el rol de estos medios y el debate sobre qué contenidos y aportes nuevos, diversos, deben incluirse en las programaciones. De este material, incorporamos a nuestro trabajo las reflexiones de la Secretaria General Iberoamericana Rebeca Gryspan⁶, quien describe la importancia de la radio universitaria como actor clave de la comunicación, capaz de interpretar la complejidad de la región, en favor de una Iberoamérica más próspera, más inclusiva, más sostenible y más consciente de la riqueza que encierra su diversidad” (2018:9).

La otra edición *Radios Universitarios en tiempos de infodemia*⁷ (2021), contiene una recopilación del autor de la presente investigación y su co-director, donde las radios de la RIU, dan testimonio del trabajo realizado en forma virtual, manteniendo a las emisoras en el aire y el compromiso de acompañar con veracidad y aportes científicos, la sobreinformación muchas veces falsa sobre el Covid-19.

Este trabajo procura aportar nuevos elementos desde el estudio concreto de lo que sucede en las emisoras universitarias, destacando que lo preceden, casi 50 años de actividad profesional del investigador en los medios (como locutor, productor y periodista) y los estudios y gestiones que en materia de radio pública y universitaria, ha realizado –incluyendo la creación y gestión de la radio de la Universidad Nacional de Avellaneda- junto a una serie de publicaciones citadas en la bibliografía, la participación en la red ARUNA como miembro de la Comisión Directiva y de su responsabilidad como Vicepresidente Institucional de la Radio Internacional Universitaria (RIU), red de redes de emisoras universitarias.

⁵ Primer libro de la RIU coordinado por el presidente de la red, el Dr. Daniel Martín Pena y realizado por autoras y autores de distintos países y universidades de México, España, Costa Rica, Brasil, Argentina, Italia, Estados Unidos y Ecuador.

⁶ Corresponde al prólogo *Las radios universitarias: actor fundamental de la comunicación iberoamericana* realizado por la Secretaria General Iberoamericana Rebeca Gryspan para el libro publicado luego del IV Encuentro de RRULAC IB Radios Universitarias en marcha: hacia la construcción de una contra agenda mediática en 2017.

⁷ Disponible en: <https://radios.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2021/11/Radios-universitarias-en-tiempos-de-infodemia-20211117.pdf#page=76>

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO (enfoque conceptual)

Esta investigación se desarrolla en el campo de las políticas públicas de comunicación, en la República Argentina y en el ámbito de la educación pública en el nivel superior. En ese marco se aborda la radio, la radio pública -su inserción y evolución en el ámbito universitario- y las tensiones que se presentan para el desarrollo de los proyectos de comunicación.

Para alcanzar los objetivos enunciados en el apartado 3 de la presentación, primero resulta necesario recurrir a los conceptos que orientaron la investigación. Teorías previas que examinan y discuten sobre comunicación, comunicación pública, medios e institucionalidad, como así también, las definiciones en torno de la radiodifusión, la radio y la radio universitaria y nociones vinculadas con la gestión caracterizada por la particularidad extensionista universitaria.

La investigación parte de un recorrido sobre la definición de lo público y las políticas públicas en materia de comunicación y medios, teorías de la comunicación y de la comunicación radiofónica, para luego enmarcar el fenómeno de la radio universitaria, su organización y desarrollo con el propósito de responder a la necesidad de ampliar y profundizar en el análisis de la gestión y realización del proyecto comunicacional en las emisoras universitarias.

Encuentra luego otras definiciones específicas que dan sustento a la investigación, en los marcos jurídicos y legales, la autonomía universitaria, los conceptos tecnológicos y técnicos, el rol académico, el extensionismo mediático-universitario con sus alcances comunitarios junto a las proyecciones territoriales y globales.

1. Políticas públicas

Las políticas públicas se ponen en movimiento con la decisión de alcanzar ciertos objetivos en procesos que involucran un conjunto complejo de decisiones y actores, pero son también una actividad de comunicación pública. Las acciones públicas o programas de gobierno, cualesquiera sean éstos, se desarrollan en función de un requerimiento, problema o situación determinada, como señalan Chandler y Plano (1988), se pueden entender como uso estratégico de recursos para aliviar los problemas nacionales. Pero inescindiblemente deben ser asociadas a procesos de

vinculación social sin cuya transmisión carecerán de sentido o quedarán relegadas al campo de la discrecionalidad o la seguridad interior. Por eso, como afirma Velázquez Betancur “El diseño, la construcción y la aplicación de una política pública, cualquiera sea el tema o la problemática objeto de intervención, es un proceso de comunicación en el más amplio sentido de la expresión” (2014:24).

Las Políticas Públicas deben ser consideradas como un “proceso decisional, un conjunto de decisiones que se llevan a cabo a lo largo de un plazo de tiempo” como señala Pallares (1988). En la Argentina, en materia de comunicación, la historia registra un conjunto de políticas públicas que fueron objeto de incidencias en los desarrollos de medios, fungiendo -en los últimos años- en herramientas aliadas o amenazantes, en función de la interpretación de los distintos actores afectados y los intereses que predominan en cada caso.

1.1 Políticas públicas de comunicación

En el fenómeno de las comunicaciones nuestro país cuenta con un recorrido histórico en materia normativa. En las legislaciones, la comunicación no se halla excluida, proceden a ordenar con políticas públicas situaciones pre-existentes. Como sostiene Elíades, los procesos políticos han generado regímenes legales, que además de reflejar los contextos históricos, avances tecnológicos y situaciones sociales “expresan las políticas de comunicaciones diseñadas por los diversos gobiernos” (2003:32).

La aparición de la radio en la Argentina, en 1920, terminará con las políticas decimonónicas vigentes, salvo el primer plexo legal ordenado en 1913 cuando la radio constituía una herramienta clave en lo que vulgarmente se conoce como la salvaguarda de la vida humana en el mar. La sanción en ese año de ley 9127 limitaba la responsabilidad estatal sobre las comunicaciones por razones de seguridad. Las transmisiones radioeléctricas iniciales se vinculaban con la navegación marítima y los faros. El Estado delegaba su control monopólico en el Ministerio de Marina, la responsabilidad para las habilitaciones de las estaciones de Radioaficionados, en octubre de ese año el gobierno otorgaba la primera licencia⁸

⁸ Ing, Edgardo Cascante (2010) El autor recuerda que en 1910 (la nota data del año 2010) hace cien años, Marconi facilitó a la Argentina el honor de ingresar a la reducida lista de países

Entre 1924, el año de la aparición de la primera emisora, y 2009 el año de la sanción de la Ley 26.522 de SCA, la radio universitaria fue ignorada por las políticas de comunicación y en consecuencia también por las normativas en la materia.

En este sentido, hay que destacar el trabajo de Tesis de Tedesco (2016), cuando después de un pormenorizado recorrido concluye que la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual es el primer texto normativo que cita e incluye francamente a los medios universitarios, tras describir la historia legislativa argentina en la materia.

A lo largo de los años noventa, el neoliberalismo recorrió gran parte del continente latinoamericano, con la principal tarea de aplicar políticas de dominación empresarial en todas las cuestiones sociales con una mínima resistencia por parte de los gobiernos, las organizaciones sociales y la población (McChesney, 2003). La desregulación del Estado, la apertura de las economías a los mercados globales, la privatización de servicios públicos esenciales, la flexibilización laboral y la destrucción de miles de puestos de trabajo en aras de una modernización excluyente, constituyeron algunos de los rasgos preponderantes de un proyecto de clase al servicio de la acumulación del capital.

En este marco, la desregulación también aplicó en el mercado de los medios y dio lugar a la conformación de grupos globales, oligopolios y empresas hegemónicas de medios de información y entretenimiento. Si a ello se le agrega el influjo de las tecnologías y dispositivos de la comunicación el salto en cuanto a ganancias, fusiones y convergencias, fue único en la corta historia de los medios. Las experiencias registradas en Estados Unidos, Japón o la Unión Europea, se trasladaron con celeridad a toda América Latina.

El siglo XXI, sin embargo, se destaca desde sus inicios como el período de inauguración del llamado ciclo progresista sudamericano (el término alude al sentido

pioneros en la era de la radio. Recordando que en el año del Centenario, estuvo en Buenos Aires uno de los hombres más brillantes del siglo XX, el Ingeniero Guglielmo Marconi premio Nobel de Física, inventor de la radiotelegrafía. Recuperado de <https://elcable.wordpress.com/category/telecomunicaciones/>

de progreso y contraste con la etapa conservadora característica de la década de los 90). Varias denominaciones aluden al mismo fenómeno: gobiernos progresistas (Elías, 2006) nuevas izquierdas (Rodríguez Garavito, Chávez y Barret, 2008); nacionalismos radicales (Katz, 2008) o populismos de alta intensidad (Svampa, 2016). El punto de partida de éste conjunto de experiencias se sitúa en Venezuela en 1998 con las elecciones ganadas por Hugo Chávez Frías quien abre el ciclo de ascenso de los “progresismos”, al cual se sumarán las presidencias de Argentina, Brasil, Bolivia, Ecuador, entre las principales ubicadas dentro de éste modelo de gobernanza. Sus principales rasgos destacan la reposición del rol del Estado y sus instituciones en la articulación y negociación de los procesos socio-productivos así como, de la administración de los recursos económicos que, dada la coyuntura favorable de crecimiento en América Latina entre los años 2003-2008, y el aumento en los precios de los bienes commodities le dieron a las economías regionales un viento favorable. Ello posibilitó que se perfilaran políticas con rasgos heterodoxos y un marcado asistencialismo con restitución de medidas de seguridad social a las capas más empobrecidas de la sociedad.

Desde el terreno específicamente cultural, los gobiernos sudamericanos llevaron hacia el terreno de la comunicación y los medios masivos iniciativas novedosas en materia de rearticulación de políticas públicas de comunicación. Lo primero a destacar ha sido la noción y consideración de la Comunicación como un derecho humano y social, que fue plasmada en leyes, nuevas Constituciones y declaraciones varias. Hubo expresiones coincidentes en objetivos tales como el recorte de los poderes a grupos concentrados de multimedios a través de la promulgación de leyes y normativas (Ecuador, Argentina, Uruguay), la regulación de contenidos (Venezuela) y el establecimiento de vínculos cooperativos a la hora de cubrir acontecimientos en especial de alcance regional (por ejemplo a través de TeleSur), de producir la noticia (nuevas agencias públicas de información), de establecer criterios de valor alternativos a los de la prensa privada (la comunicación como un bien público), entre otras. Mayores recursos presupuestarios, técnicos y humanos fueron destinados para la modernización y ampliación de coberturas de los medios informativos públicos o estatales. En tal sentido, se vigorizó la figura de unos Estados-comunicadores, reguladores de la información estratégica-secreta y de la pública-abierta, estableciendo canales informativos directos entre el Estado y la

población, con medios, contenidos específicos, programaciones y periodistas de reconocida trayectoria. Por lo expuesto hasta aquí, a comienzos del nuevo siglo la disputa de los gobiernos regionales abarca las esferas de la economía, la política y la cultura, en especial la comunicacional y de los medios masivos.

Bajo las banderas de una redistribución de los recursos y licencias de los medios informativos privados en aras de respetar la pluralidad, la mayor inclusión intercultural y la participación social en el espacio público, y la concepción de la Comunicación como un derecho humano y social se emprendió un camino de confrontaciones entre gobiernos progresistas y medios privados con repercusiones en el ámbito académico de la comunicación, en el trabajo periodístico, y en las percepciones sociales respecto al lugar de la información, la política y el derecho a la expresión.

2. La comunicación como derecho humano y para la transformación social

Como se ha mencionado, las normativas y regulaciones dirigidas a recortar los poderes multimediáticos se presentaron como estrategias promovidas desde los gobiernos asumiendo en ocasiones y países, el carácter de “batallas culturales” y cruzadas contra los medios y grupos privados. Ejemplo de ello llegaron con la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (RESORTE) de Venezuela vigente desde el 2004 que entre otras cosas estableció deberes y derechos de las empresas concesionarias y del gobierno junto a la clasificación responsable de programas; la incorporación de la comunicación como derecho humano en el Art. 7 de la Constitución del Estado Plurinacional de Bolivia en 2009; la ley Orgánica de Comunicación (LOC) de Ecuador aprobada en el 2013; la Ley del Cine y Audiovisual en Uruguay; la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual argentina aprobada en 2009, que pudo ser efectivizada recién en 2013 y que desde la gestión del presidente Mauricio Macri (2016 - 2019) quedó expuesta a un destino incierto, ya que la promulgación de los Decretos de Necesidad y Urgencia (DNU) 267/15 y 1340/16 han introducido modificaciones sustanciales, en favor de las expresiones mediáticas dominantes corporizadas especialmente en el Grupo Clarín.

Lo capital en materia de políticas comunicacionales bajo el halo del “progresismo” han sido el papel del Estado como regulador de las iniciativas expuestas, a través de

instrumentos normativos pero también, la apelación a otras estrategias tales como la reorganización de la comunicación pública, promoviendo o creando nuevos canales, diarios o agencias de noticias; el fomento a los medios alternativos y comunitarios; a la producción cultural independiente, y el fortalecimiento de emprendimientos de comunicación regional (Moraes, 2011). En cuanto a la inversión en medios y agencias de información se pueden mencionar, El Ciudadano (Ecuador) que desde el 2008 ha sido el periódico de la Revolución Ciudadana; Cambio, en Bolivia a partir de 2009, el venezolano Correo del Orinoco a partir del 2009; los canales Ecuador TV, TV Pública en Argentina, TV Brasil, VIVE TV en Venezuela; y las agencias de noticias Agencia Boliviana de Información (ABI- Bolivia), Agencia Venezolana de Televisión (AVN-Venezuela), ANDES (Ecuador), EBC (Brasil), TELAM (Argentina).

En materia de emprendimientos televisivos regionales cabe destacar TeleSur (bajo el lema nuestro Norte es el Sur) que desde el año 2005 agrupó las producciones audiovisuales de Venezuela, Cuba, Argentina, Bolivia, Ecuador y Nicaragua. Por otro lado, se han promovido los medios comunitarios, radios alternativas y proyectos de comunicación popular, y la producción cultural a través de empoderar las manifestaciones artísticas y de entretenimiento que construyan ciudadanía.

Todo este conjunto de actividades se hizo bajo el precepto de considerar la comunicación como un bien público, como un derecho fundamental e irrenunciable, que no alude sólo a la tenencia de los medios, y que se apoya particularmente en los criterios de acceso y participación en igualdad de oportunidades para ingresar en la agenda temática de la sociedad, en la producción de mensajes, en el intercambio de ideas, en el debate. En tal camino, las diferentes experiencias en materia de comunicación “progresista” reivindicaron y defendieron la libertad de expresión reconocida en la Declaración Americana sobre los Derechos y Deberes del Hombre y la Convención Americana sobre Derechos Humanos, la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Resolución 59 (I) de la Asamblea General de las Naciones Unidas, la Resolución 104 adoptada por la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, La Ciencia y la Cultura (UNESCO), el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y que todos estos acuerdos representan el marco legal y político al que se encuentran sujetos los Estados Miembros de la Organización de Estados Americanos. Cabe recordar que el artículo 19 de la

Declaración Universal de Derechos Humanos vincula los principios de igualdad y dignidad a todos los derechos humanos, pero en particular a la libertad de expresión y el acceso a la comunicación. A esto hay que sumar la definición de la Segunda Conferencia Mundial de Derechos Humanos (Viena, 1993)⁹, que ha ratificado que todos los derechos son universales e interdependientes, que tienen la misma categoría y el mismo peso; sin embargo, unos derechos facilitan a otros. En este sentido, la libertad de expresión y el acceso a la comunicación son fundamentales para la promoción de todos los demás derechos.

3. La radio universitaria. Apuntes sobre los orígenes

El fenómeno de la radiodifusión tal y como la conocemos en nuestros días aparece en nuestro país en las primeras décadas del Siglo XX. En 1913 el Ingeniero Teodoro Belloq, con un permiso del entonces Ministerio de Marina, había probado con la instalación de dos estaciones sonoras (en el partido de San Isidro, Provincia de Buenos Aires y la ciudad de Buenos Aires) el estado superior de la radiotelegrafía, tecnología que también venía siendo explorada desde 1906 en los Estados Unidos. En la expansión de los sistemas de comunicación inalámbrica, Belloq, en ese tiempo sostenía comunicaciones entre ambas estaciones, (Bosetti, 1993).

Hubo antecedentes técnicos que derivarían en la parte más conocida del comienzo formal del proceso radial ocurrido el 27 de agosto de 1920, que puso a la Argentina como país pionero en la materia. Sin dudas los aspectos técnicos y la ampliación de instrumentos pedagógicos determinarían que casi cuatro años después del fundacional 27 de agosto de 1920, la radio universitaria surja en la Argentina en 1924, Radio Universidad de La Plata comenzó sus emisiones con “el fin de transmitir a todo el país las conferencias y actos académicos realizados en su ámbito”, tal cual lo expuso ante el Consejo Superior de la UNLP el Presidente de la Universidad, Benito Nazar Anchorena el 23 de noviembre de 1923. La Argentina, nuevamente marcaba el rumbo también en la radiodifusión universitaria (Pauli, 2012). Esa fecha, inevitablemente contemporánea a los fenómenos que había planteado la Reforma

⁹ <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G93/142/36/PDF/G9314236.pdf?OpenElement>

Universitaria de 1918, conforma el cuadro de situación del punto de partida de la radio en el ámbito de la Educación Superior.

El 5 de abril de 1924 con la inauguración de Radio Universidad Nacional de La Plata, aparece la radio universitaria como un medio de comunicación estrechamente vinculado a la educación y a la investigación (Casajús y Giorgi, 2020). Es el inicio de un extenso camino que puso a la Argentina a la vanguardia en la incorporación de estos medios de comunicación (Antonucci, Beneítez, Gabay y Turconi, 2009).

Siete años después del ejemplo pionero platense, se crea la segunda emisora universitaria argentina en la Universidad Nacional del Litoral que el 18 de agosto de 1931 pone al aire LT10, también apelando al objetivo de tender un puente entre la universidad y la comunidad. Más adelante, será la Universidad de Antioquia, en Medellín la encargada de dar continuidad latinoamericana a la aparición de radios universitarias. Pionera entre las radio-estaciones culturales de Colombia, fue fundada el 9 de noviembre de 1933 y desde entonces se ha caracterizado por ser un medio de comunicación abierto, plural y respetuoso de las manifestaciones culturales del mundo. Al sintético recorrido fundacional, se sumará después la radio de la Universidad Técnica Federico Santa María, nacida también desde la inquietud científica, el 7 de abril del año 1937, constituyéndose en la primera emisora universitaria de Chile.

En esa etapa de nuevos medios es necesario incluir a otra octogenaria voz universitaria, esta vez en México. El 14 de junio de 1937, con anuncios y notas periodísticas previas en los medios gráficos locales, la Universidad Nacional Autónoma de México inauguró su estación de radio, operada por universitarios. Al igual que en la Argentina, con la recordada historia de Enrique Susini y Los Locos de la Azotea, en 1921 en el Distrito Federal, otro médico, Adolfo Enrique Fernández logró la primera transmisión radiofónica desde los bajos del Teatro Ideal. Radio UNAM, 16 años después de esa cita fundante, protagonizaba la aparición de la radio cultural en la sociedad mexicana. Ya no era la fervorosa y memorable transmisión de unos experimentadores de la radiotelegrafía. Se trataba de una emisión profesional cuyo alcance posibilitaba la sintonía desde cualquier punto de la capital mejicana.

Durante 98 años y en el marco de la autonomía universitaria, fueron surgiendo las radios en forma aleatoria, hasta alcanzar una gran expansión a partir de la sanción de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en 2009. Esta

legislación impulsó que más de treinta universidades crearan su propia radio. La Asociación de Radios de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA), en junio de 2022, registra 63 radios de universidades públicas. La cifra, por cantidad y distribución geográfica, conforma virtualmente la segunda red potencial de emisoras públicas, después de Radio Nacional Argentina.

Algunas universidades han avanzado en la creación de más de una radio, bajo el impulso de su presencia en la extensión territorial o ante la necesidad de buscar el complemento divulgador del servicio directo a la comunidad universitaria. La gran mayoría son estaciones de frecuencia modulada mientras que las AM (amplitud modulada) cuentan -en la Argentina- con su radio FM con programación diferenciada. Las versiones digitales crecen acompañando a la mayoría de las emisoras en antena y su incursión en los nuevos dispositivos mediatizadores se multiplica al compás de la evolución tecnológica (Giorgi, 2015).

Esta expansión quedó interrumpida y parcialmente clausurada a partir de diciembre de 2015, con el cambio de gobierno que impuso otro paradigma en materia de políticas de comunicación. Quedaron inconclusas las autorizaciones de miles de radios comunitarias, cooperativas y locales, muchas de las cuales cerraron o están en riesgo de desaparición. En ese marco las radios universitarias aún esperan los planes técnicos requeridos para sus potencias y frecuencias, algunas su adjudicación definitiva y otras postergaron su plan de antena, limitando la transmisión a los sistemas digitales.

Dentro de ese ciclo casi centenario el trabajo de investigación en esta Tesis va a destacar una selección de emisoras de cuatro universidades públicas argentinas con las que se procurará dar respuestas a diversos interrogantes y habilitar un camino para que siga el estudio del fenómeno singular de la radio en la universidad pública argentina.

La creación y puesta en marcha de radios universitarias en Argentina comenzó con la emisora de la Universidad Nacional de La Plata (LR11) que fue inaugurada el 5 de abril de 1924, considerada

La primera emisora radiofónica universitaria del mundo, su nacimiento marcó el inicio de un centenario camino en la creación de emisoras universitarias en distintos países de América Latina, y puso a la Argentina a la vanguardia en la creación de radios en las universidades (Casajús y Giorgi, 2020).

Contemporánea a la Reforma Universitaria de 1918, y como consecuencia de ella según sus documentos fundadores, se inauguró un modelo de radio concebido con vocación extensionista, ligado a la educación, la ciencia, la cultura y el compromiso con la sociedad. En la actualidad son más de 60 las emisoras universitarias que comparten esta mirada social, cultural, cientista y académica. La historia de estas radios es amplia y extensa, en algunos casos con escenarios adversos, que se modificaron en los últimos años en parte por la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual donde comenzaron a cobrar legitimidad como servicios de comunicación pública y de gestión autónoma (Rotman, 2020).

Pronta a cumplir su centenario, se trata de un fenómeno cada vez más extendido del que forman parte estudiantes, docentes, investigadores, trabajadores y autoridades universitarias, así como también distintos actores sociales. Un gran conglomerado de estaciones que tienen lugar en todo el mundo y que, a pesar de esta cuestión, es un sistema de medios no del todo conocido socialmente (Casajús y Giorgi, 2020).

Para conocer cómo es la gestión y el trabajo de los medios de comunicación en el contexto de las universidades nos parece necesario analizar y definir cuál es el perfil de estas emisoras, pero no es una tarea simple. Partiendo de la heterogeneidad de las propias casas de estudio, como indican Dido y Barberis “no están definidos los criterios de identidad. Son universitarias porque pertenecen a una institución universitaria, pero este rasgo determina su pertenencia, su propiedad, no le adjudica características particulares que hagan de ellas medios con estilo propio” (2006). La identidad de una radio universitaria estará definida por sus particularidades y características “factores específicos que configuran un conjunto de rasgos propios que las emisoras de otro tipo no poseen” (Ibídem). Es decir, que si bien entre las emisoras existen diversidades según modos de organización y funcionamiento, programación, cuestiones presupuestarias o de financiamiento, políticas universitarias o trayectorias, sí que pueden establecerse algunos rasgos comunes (Casajús y Giorgi, 2017).

3.1 Marco jurídico de la radiodifusión universitaria

Cuando el 10 de octubre de 2009, la Cámara de Senadores de la Nación Argentina aprobó la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), la situación

legal de las radios universitarias encontró, por primera vez, la definición íntegra sobre su lugar en las políticas públicas estatales y el encuadre regulatorio consolidado.

La normativa para la radio universitaria, también determinó, como para el resto del sistema mediático, el alejamiento de los principios que habían predominado en las pasadas regulaciones de los medios audiovisuales, al adoptar los nuevos paradigmas de reconocimiento de la comunicación como un derecho humano sobre la base de los estándares internacionales y la democratización y universalización del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Loretti y Lozano, 2014).

Con o sin emisoras de radio, las Universidades Nacionales también se prestaron a participar en los foros abiertos de consulta que se desarrollaron en todo el país y de las audiencias públicas con sede en el Congreso de la Nación. La legitimidad de la propuesta se plasmó desde el rol de todos los actores de la sociedad civil y sus demandas terminarían reflejadas en el proyecto debatido en el Congreso (Koziner, 2018).

Las Universidades Nacionales, fueron las encargadas de invitar a leer, estudiar, difundir y ejercer la nueva norma, para que sea reconocida la comunicación como un derecho humano, el interés público sobre los medios audiovisuales y destacar las responsabilidades sociales y culturales que conlleva la comunicación (Ottaviano, 2013).

La Ley de SCA, además, abrió otra discusión que se aún mantiene: los fines de su influencia en la creación de nuevos medios de comunicación universitaria y su regulación hacia el interior de las Universidades Nacionales. Dice Villafaña que

La ley es el acto fundante dentro del Estado de derecho. No obstante, más allá de las legislaciones, entre la coyuntura de la universidad, el desarrollo de las sociedades en que se insertan y la acumulación de capitales propios del campo es donde la radio universitaria encuentra sus rasgos de identidad. Sus historias, tropiezos y vaivenes están en su memoria como punto de referencia, lastre, capital acumulado y fuerzas en conflicto (Villafaña, 2000:2).

Este apartado busca enumerar y conocer las medidas gubernamentales que en materia de políticas de comunicación se tomaron incluyendo y hacia la radiodifusión universitaria, a lo largo de los casi cien años de aparición de la primera emisora.

Desde 1920, cuando se produjo la transmisión inaugural de la radio en la Argentina, hasta 1924, según lo indicaba la Ley 750 ½ de Regulación del Servicio de Telégrafos Nacionales del año 1875, se acordaban las licencias a las radioemisoras. Cuatro años después de la creación de la Radio de la UNLP, en 1928, el Estado dispuso por decreto que el servicio de radiodifusión quede bajo el control del Ministerio del Interior a través de su dependencia: la Dirección de Correos y Telégrafos, se regulaba por primera vez el servicio de radiodifusión, en ese año, funcionaban en el país 23 emisoras de radio (Elíades 2003). Es el punto de partida en el que en forma integral el Estado se arroga la potestad de distribuir las frecuencias y controlar que ninguna radio se instalara y operara sin previa autorización.

En el año 1933, mediante el Decreto-Ley N° 21.044 del Presidente Agustín P. Justo, en tiempos de la llamada “Década infame”, el gobierno propiciaba un sistema de radiodifusión privado y centralizado, con intervención directa del Estado, permitiendo al mismo tiempo que el monopolio de los servicios quedara en manos privadas, al frente de una entidad que los nucleara. Sin medios públicos, ese rol se puede adjudicar a las radios universitarias en la UNLP y en la Universidad Nacional del Litoral, que había sido inaugurada el 18 de agosto de 1931, pero la nueva normativa en ninguno de sus 131 artículos, las tuvo en cuenta.

En 1937 aparecerían los primeros medios públicos, radio provincia de Buenos Aires, en el mes de febrero y LRA Radio del Estado, hoy Radio Nacional Argentina, en el mes de julio. Pero hasta 1946, el sistema de radiodifusión se había construido históricamente a partir del otorgamiento de permisos precarios a personas físicas y jurídicas. Existían las estaciones de origen o “cabeceras”, estaciones corresponsales o “retransmisoras” y se habilitaron los conjuntos o redes de emisoras, todas con origen y el desarrollo a partir de la iniciativa privada y financiadas mayoritariamente con publicidad comercial, mientras el Estado ocupó un rol de características complementarias y regulador.

Sería recién en 1946 cuando el presidente Juan Domingo Perón dispondría la creación del Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR), y rescatando una iniciativa del año 1939, se dispuso la finalización de las licencias de las emisoras comerciales privadas, todas las radios -excepto LV1 Radio Graffigna cuyos propietarios se negaron a la venta- pasaron a manos del Estado, y hubo una nueva privatización,

entre ellas una destacada, Radio Belgrano a manos de Jaime Yankelevich, quien sería luego el creador de Canal 7, inaugurando junto al gobierno, la televisión argentina el 17 de octubre de 1951, (Elíades, 2003). Surgieron las nuevas filiales de Radio Nacional para integrar una red oficial sin autorización para la emisión publicitaria y se inauguró la Planta Transmisora de LRA 1 en la localidad de General Pacheco, en el Partido de Tigre. En ese año, con autorización gubernamental se conformaban las redes comerciales de Radio Belgrano, El Mundo y Splendid, con emisoras en las ciudades más importantes del país. (Borgarello, 2010).

Durante el segundo mandato de Perón, en 1953 el Congreso de la Nación sancionó la Ley de Radiodifusión 14.241, fue la primera norma para la radiodifusión promulgada por un gobierno constitucional. Se consolidaban el sistema privado de concesión para las radios de las tres redes y se creaban más emisoras para sumar al servicio oficial estatal. La norma describía la extensión de la red oficial de radiodifusión, la instalación de radios privadas autorizadas y con asistencia técnica y crediticia del Estado y la orientación de las transmisiones internacionales especiales para hacer conocer la vida y cultura del pueblo argentino, sus realizaciones como aporte a la cultura universal y su doctrina nacional.

En la primera presidencia de Perón (1946-1952) se conformó un notable sistema de medios de comunicación y durante el segundo mandato (1952-1955) se regularizó la radiodifusión a partir de la sanción de leyes y decretos sustanciales. El resultado de estas etapas del gobierno fue la formación y consolidación de un proceso de concentración, centralización y según los críticos de regulación ideológica (Arribá, 2009).

La ley fue derogada por la dictadura impuesta en el año 1955 y olvidada por los distintos gobiernos, militares y democráticos que se sucedieron, existentes hasta el incluso en tiempos de la sanción de la Ley de SCA. Sin embargo, en este período donde se produjeron acontecimientos importantes como el sistema y se dictaron las medidas más trascendentes para el sector hasta la sanción de la Ley 26.522, tampoco estaban incluidas las radios universitarias.

Tras el golpe de estado de 1955, la creación de la Comisión Nacional de Investigaciones de la autodenominada "Revolución Libertadora" fue la responsable del Informe titulado "Documentación, autores y cómplices de las irregularidades cometidas durante la segunda tiranía" para justificar varios retrocesos.

El decreto de la Dictadura 5577/57 estableció la vigencia del régimen de radiodifusión anterior a la Ley 14.241, y poco tiempo después se sancionó el Decreto ley 15.460/57, conocido como Ley Nacional de Radiodifusión y Televisión. Si bien en los considerandos se señala como objetivo "el reencauzamiento de la radiodifusión y televisión en todo el país", la nueva legislación fue sancionada para modificar la estructura de radiodifusión que había instrumentado el peronismo. Se fijaba una cantidad máxima de emisoras para cada titular y se prohibía la participación del capital extranjero. Para impedir la formación de cadenas, a las existentes se las desarmó mediante un modelo de explotación individual de las frecuencias emisoras. Se introdujo un sistema de negocio centrado en la comercialización publicitaria para terminar con la asistencia del estado mediante el cual el ecosistema radial privado, debía mantenerse a sí mismo (Mastrini, 2009).

En el Decreto ley 15.460/57 también se estableció que "el servicio oficial de radiodifusión y televisión estará a cargo del Estado Nacional, de las provincias, municipalidades y universidades nacionales". Allí por primera vez se reconoce expresamente en el texto de una ley, la facultad de las universidades nacionales para operar servicios de radiodifusión. Pocos meses después se dictó la primera normativa relacionada con la radio universitaria y al año siguiente, las radios universitarias aparecen en el Decreto 5753 del 23 de abril de 1958, firmado por el dictador Pedro Aramburu.

Una medida, que nunca se terminaría de cumplir, destinada al citado desarme de las redes y que con la excusa de las universidades, disponía la transferencia de LR 5 Radio Excelsior a la UBA, LW3 Radio Splendid a la UN de Tucumán, LV8 Radio Libertador a la UN de Cuyo, LR 9 Radio Antártida a la UN de La Plata (donde ya operaba la primera radio universitaria del mundo, LR 11), LT5 Radio Chaco a la UN del Nordeste, LT 8 Radio Rosario a la UN del Litoral (que ya contaba con su radio AM en Santa fe) como se ha mencionado ya poseía una en Santa Fe), LU 7 Radio General San Martín a la UN del Sur y LW 1 Radio Splendid de Córdoba a la UN de Córdoba.

Como si no bastara con hacerse cargo de la transferencia, las universidades debían mantener la explotación comercial para "dotar a las Universidades de nuevos medios económicos que faciliten su autofinanciación". El gobierno de facto pretendía que las casas de estudio se sostuvieran presupuestariamente vendiendo publicidad.

La acción de las dictaduras argentinas continuó con normativas en materia de radiodifusión, a medida que se verificaban procesos de concentración incipientes. La Revolución Argentina de Juan C. Onganía, dispuso en 1967 el Decreto-Ley 17.282, con nuevos requerimientos para la concesión de licencias para la explotación y funcionamiento de las emisoras, incluyendo gravámenes para la explotación. Esa norma no mencionaba a las radios universitarias.

En agosto de 1972, se crea el Comité Federal de Radiodifusión, durante la continuidad de la dictadura ahora a cargo de Alejandro A. Lanusse. El COMFER que iba a permanecer sin mayores modificaciones hasta el año 2010, fue creado mediante el decreto-ley 19.798, que estaba destinado además, a regular las telecomunicaciones y definir sus diferentes sistemas.

El autor de este trabajo, inició su actividad en los medios de comunicación en 1973, a poco de imponerse esta norma y cursó la carrera de locución -entre los años 1974 y 1977- en el Instituto Superior de Enseñanza de la Radiodifusión (ISER) que dependía del COMFER y donde se enseñaban los fundamentos de la ley de facto.

Ese organismo autárquico dependiente del gobierno nacional, debía encargarse de la adjudicación, caducidad y revocación de licencias y la modificación total o parcial de su titularidad, y desde luego el control del cumplimiento del articulado de la Ley 19798 que en su Título VI incluía doce artículos vinculados con uno de los temas que preocupaban a los dictadores: las disposiciones referidas a la Seguridad Nacional.

El COMFER estaba integrado por representantes de las tres Fuerzas Armadas y los concesionarios privados y por esa causa, en el momento de la recuperación de la democracia, debió ser intervenido por el Poder Ejecutivo Nacional, para evitar sentar en su conducción a integrantes de las fuerzas armadas, sobre todo cuando en 1983, la justicia comenzaba a investigar los crímenes de la dictadura. En su título VII la Ley 19798, dedicaba el Art. 164 a las radios universitarias. Mediante ese mandato legal las emisoras de las Universidades Nacionales con autorización para comercializar sus espacios, deberían constituirse en SAPEM (Sociedades Anónimas con Participación Estatal Mayoritaria), aunque las radios universitarias seguían sin precisiones y fueron pocos los medios universitarios que se organizaron como SAPEM, (Loreti, 2018).

En 1980 la más feroz dictadura cívico-militar, autodenominada “Proceso de Reorganización Nacional”, modificó la anterior norma de facto y promulgó su propia Ley Federal de Radiodifusión N° 22.285, norma que estaba lejos de permitirles a las emisoras universitarias el derecho a tener licencias de radiodifusión. Además, abrió una grieta entre radio y señales de televisión universitarias, reconociendo para las primeras su funcionamiento en estado excepción y permitiendo a los canales de TV universitarios (muy pocos en 1980) la posibilidad de emitir publicidad, algo que seguía prohibido para las radios.

En medio de las nuevas tecnologías de la época, la Ley 22285, fue una norma discriminatoria, en la medida en que sólo comprendía a las radios universitarias como “medios complementarios” junto a la TV por cable, las antenas comunitarias y las televisoras codificadas y por otra parte facultaba sólo a las sociedades comerciales a ser permisionarios de licencias de radiodifusión (Loreti, 1995).

La vigencia del marco normativo de radiodifusión de la dictadura y el desconocimiento generalizado de la Ley 14.241 del año 1953, responde al poder de los grupos concentrados dueños de la producción y circulación de la información. Desde la dictadura, presionaron para mantener un esquema de cerrado de regulación que les sostenga los privilegios y la posibilidad de actuar en favor de su renta y generalmente en contra del bien común de los ciudadanos. Una cuestión que la Ley 14.241 reglamentaba, pero que sin dudas es un tema central para el desarrollo de nuestra democracia. Hasta 2009, ese funcionamiento del sistema de radiodifusión en favor de los poderosos marcó, durante años, la falta de políticas nacionales de comunicación (Recalde, 2008).

El encuadre legal de los dictadores, mantuvo su vigencia hasta 26 años después de la recuperación de la democracia. Aunque durante la gestión del presidente Carlos Menem, (1989-1999) se dispuso la derogación del artículo 45 del decreto ley de la dictadura 22285, cuyo inciso “e” disponía que para operar una emisora de radiodifusión no se podía ser propietario ni socio de diferentes sociedades de radiodifusión, tampoco tener vinculación jurídica o económica con empresas periodísticas nacionales o extranjeras. Fue el pasaporte final para la conformación de modelos hegemónicos, con extrema centralidad en el grupo Clarín, que accedía a través de Radio Mitre y Canal 13 de Buenos Aires al inicio de una concentración que supera 400 medios en la actualidad.

Igualmente, desde 1983 en adelante, la falta de legislación, la concentración mediática en desarrollo, la necesidad de romper los esquemas concentrados para que buena parte de la sociedad se pudiera expresar y el acceso a la tecnología en materia de radiodifusión, dio origen a la puesta en el aire de miles de estaciones de modulación de frecuencia (FM). Expresiones barriales, comunitarias, partidarias, calificadas como clandestinas o con el término coloquial “truchas” ocuparon el espacio y la atención de nuevas audiencias, abiertas a nuevos sonidos y mensajes democráticos. Lo detalla bien Martín Iglesias, investigador y actor directo de ese proceso virtuoso de aparición de nuevos medios alternativos:

Canalizaron las necesidades de comunicación de una parte de la sociedad que estaba discriminada por la ley en su posibilidad de acceso a las licencias (art. 45, Ley 22285). Junto a la aparición de esta banda de servicio, caracterizada por la utilización equipos más económicos en la operación y su mantenimiento que redujeron los de instalación, salieron al aire las primeras radios comunitarias. Sin embargo, si bien este período produjo movimientos en torno a la aparición de prácticas y expresiones de fuerte impronta militante producto de la recuperación democrática, se mantuvieron los bajos niveles de acceso y participación de la sociedad civil a los medios de comunicación audiovisual (Iglesias, 2015:50).

Atentos al fenómeno emergente, varios proyectos de nueva ley de medios, surgieron a poco de andar la democracia. En 1987 un intento de sectores de la oposición peronista elevaron sin suerte uno de ellos, con la firma del Diputado de San Luis Oraldo Britos (parte de cuyo texto fue elaborado por los trabajadores del sector, entre ellos el autor de esta investigación) pero lamentablemente no tuvo estado parlamentario para su tratamiento.

Sobre las reformas del menemismo, el saldo fue la multiplicación de la cantidad de frecuencias por titular que pasaron de 4 medios a 24 con el agregado del armado de nuevas redes y repetidoras en todo el país y el acceso de capitales extranjeros. Junto, como ya se indicó, a la autorización para explotar licencias de radio y TV para las empresas de medios gráficos.

En el campo de la presente investigación, la llegada de la democracia también empujó a las universidades a iniciar nuevas experiencias radiales, aunque sin un marco legal que lo permitiera. Siguiendo los relevamientos de ARUNA, se puede enumerar en orden de aparición la radio de la Universidad Nacional de Tucumán (1984); la dependiente de la Facultad Regional Mendoza de la Universidad

Tecnológica Nacional (1985); las de la Universidad Nacional del Comahue (1987) y en 1989 la de la Universidad Nacional de Salta.

Sobre el final del mandato de Raúl Alfonsín y con el sólido argumento de la actividad extensionista vinculado con los procesos de educación a distancia, en tiempos sin internet, ni telefonía celular, las universidades pugnaron por sus emisoras radiales, inspiradas, entre otras cosas, en el ciclo UBA XXI, de educación a distancia de la Universidad de Buenos Aires que se emitía por Radio Nacional desde Buenos Aires para todo el país por medio de las emisoras del Servicio Oficial de Radiodifusión, en el cual como locutor le tocó intervenir al autor de este trabajo. Fue una de las causas por las que, en junio de 1989, Alfonsín firmó el decreto 783/1989 por el cual legalizó las frecuencias y categorías de los radios de las universidades nacionales de Lomas de Zamora, Jujuy, Misiones, Entre Ríos, Patagonia "San Juan Bosco", Rosario, Santiago del Estero, Del Centro, Catamarca y Salta. Y mediante otro decreto, el 821/1989, se habilitó a la Radio Universidad Nacional de La Plata a instalar su radio FM 107,5 Mhz. Muchas de estas emisoras, con autorización precaria a pesar de la falta de legislación precisa, tardaron varios años en instalarse.

La experiencia de legislación difusa durante el menemismo (vigencia de la ley de la dictadura con modificaciones parciales) que siguió sin cambios durante los dos años del mandato de Fernando de la Rúa, permitió que entre 1989 y 2001 se produjera la mayor aparición de nuevas radios universitarias, 21 en total, la tercera parte del total que registra la asociación que las nuclea. Es justamente durante ese período, que por impulso, entre otros, del Director de LR11 de la UNLP, Lic. Omar Turconi, el 7 de julio de 1998 surge la Asociación de Radios de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA), la radio universitaria argentina, tenía ya 74 años de existencia.

Sobre el fin de siglo, se reforzaban las demandas desde distintos sectores en procura de encontrar el escenario político posible para terminar con la ley de medios de la dictadura, buscar una nueva discusión sobre el derecho humano a la comunicación y resolver la situación de miles de expresiones mediáticas que surgieron a la luz de la necesidad de expresarse por afuera del modelo mediático dominante. ARUNA, se sumó a poco de su creación en 2004 a la Coalición por una Radiodifusión Democrática y sumando sus objetivos a las demandas de todos esos sectores que iba a desembocar en el debate de lo que sería la ley de SCA.

La instalación del tema en la agenda pública fue una decisión política de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner, apuntalado por el creciente peso político que significaba la concentración de medios no solo en la Argentina, también en la región. Era una batalla desigual, las corporaciones mediáticas y sus intereses en medio de la consolidación de la democracia, los adelantos tecnológicos y sobre todo la regulación de la dictadura, abrieron la puerta de la nueva ley discutida desde las bases por actores de toda la sociedad. (Marino, Mastrini y Becerra, 2012),

Por primera vez en 85 años de existencia de la radio universitaria argentina la ley las contemplaba en plenitud. Un encuadre que va desde la adjudicación directa pasando por los derechos y atribuciones y las posibilidades de sostenibilidad y expansión en una normativa que desde luego, incluyó a las señales de televisión universitaria. El artículo 89 de la Ley de SCA, al referirse a las reservas en la administración del espectro radioeléctrico y la inclusión en el llamado Plan Técnico de Frecuencias, siempre que el citado espectro lo permita, señala que en cada localización donde esté la sede central de una Universidad Nacional, se adjudique una frecuencia de televisión abierta, y una frecuencia para emisoras de radiodifusión sonora.

Pero la centralidad de la primera norma plena queda finalmente regulada en el Título VIII de la Ley 26522, cuyo articulado fue uno de los objetivos centrales de la presente investigación. Se define que las Universidades Nacionales y los Institutos Universitarios podrán ser titulares de autorizaciones para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión y que la autoridad de aplicación otorgará en forma directa la correspondiente autorización, con lo cual se cierra una vieja discusión sobre el concurso para concesionar las frecuencias al calificar a los universitarios como medios públicos de gestión autónoma.

La Ley de SCA aporta y autoriza las herramientas para financiar a los medios universitarios mediante Artículo 146, que dispone varias posibilidades para la obtención de recursos. La única que se cumple es la que refiere a las asignaciones presupuestarias atribuidas en las leyes de presupuesto nacional y en el presupuesto universitario propio. Tampoco existen recursos provenientes del Consejo Interuniversitario Nacional o del Ministerio de Educación y son pocas las radios que han avanzado con las otras posibilidades como la venta de publicidad, la recepción de donaciones y legados y cualquier otra fuente de financiamiento que resulte de

actos celebrados que conformen los objetivos de la radio o la venta de contenidos de producción propia o la obtención de auspicios o patrocinios.

En el aspecto operativo, las posibilidades de programación y contenidos los ordenan los dos últimos artículos, el 147 que autoriza redes permanentes de programación entre sí o con emisoras de gestión estatal al efecto de cumplir adecuadamente con sus objetivos, y el 148 que recomienda “dedicar espacios relevantes de su programación a la divulgación del conocimiento científico, a la extensión universitaria y a la creación y experimentación artística y cultural” y la inclusión en la programación de “un mínimo del sesenta por ciento de producción propia. Durante la discusión de la Ley, en las audiencias públicas y el debate en Congreso, ARUNA señaló el compromiso histórico de los sectores universitarios con la democratización de la comunicación, y en particular expresó:

Desde la perspectiva universitaria, frente a la propuesta lanzada, nos corresponde saludar el reconocimiento expreso a las universidades nacionales para que estas puedan ser titulares del derecho para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión (Turconi, 2009)¹⁰.

En medio de las persistentes dificultades para la sostenibilidad, a partir del nuevo encuadre normativo, hubo algún avance para asistir a las radios de las Universidades Públicas desde la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación, que implementó el Consejo Interuniversitario Nacional para equipamiento, capacitación y producción de contenidos.

La ayuda recibida por única vez permitió, sobre todo a las radios nuevas, la renovación o instalación tecnológica, participar de proyectos de programación de contenidos (elaborados por el autor de este trabajo cuando se desempeñaba como Vocal de la Comisión Directiva de ARUNA) y la capacitación de su personal. Pero más importante que los recursos, fue la primera percepción por parte de rectores y otras autoridades, de la importancia que proyectaban las radios universitarias en el escenario de la educación superior y en el intercambio territorial. El proyecto de contenido citado, denominado “Mi Universidad, mi pueblo”, constituyó un valor fundamental en la descripción territorial de cada radio y su interacción con el territorio, del que tomaron parte 33 emisoras.

¹⁰ Ponencia de Omar Turconi en audiencia pública del 8 al 11 de setiembre de 2009 en la Cámara de diputados

Para completar el marco jurídico, hasta el presente, resta señalar que con la llegada del proceso neoliberal encarnado en la gestión del presidente Mauricio Macri, la normativa destinada a los medios universitarios se mantuvo sin variantes, aunque las universidades sufrieran un ahogo presupuestario que terminó repercutiendo también en los radios.

Una de las primeras medidas del gobierno a días de asumir en diciembre de 2015, fue el Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) 267/15 que modificó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y dispuso la creación del Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), que reemplazó a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) instituida en la norma.

El nuevo organismo, casi una réplica del COMFER de la dictadura, fue dotado de instrumentos para la aplicación de medidas regulatorias del mercado audiovisual que volvieron indirectamente al Poder Ejecutivo, disolviéndose los organismos que favorecían el acceso y la participación de otros actores de la sociedad civil.

La “mutilación” de la ley reabría el camino a la concentración permitiendo la ampliación de 10 a 15 el número de licencias para un mismo operador de televisión abierta y radios AM y FM en todo el país, y de 3 a 4 las licencias dentro de una misma ciudad; eliminó el límite que las señales de radiodifusión privada tenían para que éstas no abarcaran más del 35 por ciento del territorio de todo el país, eliminó el límite que tenía la televisión por cable de llegar a un máximo de 24 localidades, y también el que tenían los cableoperadores y los titulares de las licencias de televisión abierta y radio a tener una sola señal.

Contra estas normas severas, Damián Loreti, uno de los redactores de la Ley 26522, se presentó a la audiencia pedida por organismos y especialistas argentinos ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) para denunciar lo que señaló como los tres estándares violentados por el decreto de Macri. Mediante el primero, afirmó, se ha quitado autarquía legal a las autoridades establecidas, el segundo sobre la eliminación de la obligación de transmitir y finalmente el de violar el principio de legalidad porque un Decreto de Necesidad y Urgencia no cumple con

los estándares de la opinión consultiva de la Corte Interamericana ni aun refrendándose por el Parlamento, (Loreti, 2016)¹¹.

El Consejo Interuniversitario Nacional, también para el año 2016, repudió la modificación a la Ley de SCA, porque además se afectaba la participación de las Universidades que contaban con representación plena en todos los organismos de dirección y control que la nueva normativa modificaba. Es decir, un miembro del Directorio del ENACOM representando a la actividad académica y el sostenimiento de los dos miembros representantes de las Universidades Nacionales y medios universitarios en la integración del Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos, por entonces la Dra. Daniela Monje por las Universidades y el autor de este trabajo por los medios universitarios.

Fuera de las normas destinadas a la regulación de los medios que permanece sin variantes para el caso de las Universidades Nacionales, ARUNA, en septiembre de 2016 presentó ante la Cámara de Diputados de la Nación un proyecto de ley para declarar el 5 de abril de cada año –día de la fundación de la Radio de la Universidad Nacional de la Plata- como Día de la Radiodifusión Universitaria.¹²

En la Asamblea de ARUNA del 6 de julio de 2016, se decidió preparar el ante proyecto y se encomendó su redacción al autor del presente trabajo quien contó con la colaboración del Dr. Alejandro Caudis, responsable legal de la Universidad Nacional de Entre Ríos. En septiembre de ese año se realizó una reunión con los diputados Liliana Mazure, Josefina González y Eduardo Seminara, del bloque Frente para la Victoria; y Remo Carlotto del Peronismo para la Victoria, con quienes se analizó el proyecto. La diputada Liliana Mazure (MC) aceptó ser la presentadora del proyecto y recolectar las adhesiones de los cofirmantes. El 3 de octubre, el proyecto fue presentado en mesa de entradas con el aval de diputados de cuatro bloques. La firmante fue Liliana Mazure (FPV), y los cofirmantes Cristina Álvarez Rodríguez (FPV), Alcira Argumedo (Proyecto Sur), Remo Carlotto (Peronismo para la Victoria), Claudio Martín Doñate (FPV), Silvina Frana (FPV), Josefina Victoria González (FPV), Julio Raffo (Diálogo y Trabajo), Rodrigo Rodríguez (FPV), Eduardo Seminara (FPV),

¹¹ La Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) celebró su 157º Período ordinario de Sesiones entre el 2 y el 15 de abril de 2016 <https://www.oas.org/es/cidh/prensa/docs/Informe-157.pdf>

¹² Fue redactado por el autor de la presente investigación con la asistencia y aportes jurídicos del Dr. Alejandro Caudis (UNER) y presentado por la Diputada Nacional (MC) Liliana Mazure.

Luana Volnovich (FPV). La iniciativa fue girada a las comisiones de Cultura y Educación, Comunicaciones e Informática y Legislación General. La aprobación de la Comisión de Cultura y Educación fue dinámica, por el impulso de su presidente, el diputado José Luis Riccardo (Cambiemos) ex rector de la Universidad Nacional de San Luis. En 2017, fue aprobada por la Comisión de Comunicaciones e Informática, quedando pendiente la de Legislación General, que no se reunió y por eso el proyecto perdió estado parlamentario.

En 2018, el diputado Pablo Carro, Licenciado en Comunicación y docente de la Universidad de Córdoba, aceptó volver a presentar el proyecto. Se contó con el apoyo del rector de la UNTdF, Juan José Castelucci, que pidió el apoyo de los diputados de su provincia. Un obstáculo para el avance del proyecto lo constituyó la solicitud del diputado Riccardo, que el año anterior había sido un firme impulsor del mismo, quien exigió, para su aprobación, que se eliminara el artículo segundo de la propuesta, que preveía obligaciones del estado para asistir a la sostenibilidad de las radios de las universidades, que enunciaba las obligaciones del Estado hacia las radios universitarias. ARUNA aceptó con el fin de agilizar el tratamiento.

La normativa que procura declarar el 5 de abril Día de la Radio Universitaria, volvió a perder estado parlamentario. Producido el cambio de gobierno en 2019, se ha reiterado su presentación, por la iniciativa nuevamente del Diputado Pablo Carro, presidente de la Comisión de Comunicaciones e Informática de la H. C. de Diputados de la Nación, quien procuró su tratamiento bajo el asesoramiento de ARUNA y los autores del anteproyecto, buscando que sea Ley en el momento en que se cumpla el primer siglo de la Radio Universitaria Pública Argentina.

El expediente 4214-D-2020¹³, fue ingresado el 14 de agosto de 2020, con la firma de Carro y el acompañamiento de sus pares Blanca Osuna, Claudia Bernazza y Eduardo Fernández, integrantes del bloque del Frente de Todos y el Diputado Alejandro Rodríguez de Consenso Federal. El 28 de mayo de 2021 el proyecto fue

¹³ <https://www4.hcdn.gob.ar/dependencias/dsecretaria/Periodo2020/PDF2020/TP2020/4214-D-2020.pdf>

aprobado por unanimidad en la comisión de Comunicaciones e Informática y se halla a la espera de los pasos siguientes.

Con la esperanza de su aprobación, ARUNA busca el reconocimiento y dar visibilidad a sus emisoras integrantes como una forma de plantear la necesidad permanente de actualizar, equipar y asistir a cada una de las radios en el vínculo con su universidad y con la comunidad, para completar el proyecto de comunicación en forma integral.

3.2 Gestión de la radio universitaria

Para avanzar en este punto es necesario definir de qué hablamos cuando decimos gestión. Podemos relacionar la gestión a la conducción, al ejercicio de la autoridad, del poder, o la dirección misma de una emisora. Claudia Villamayor y Ernesto Lamas (1998) sostienen que

Cada una de estas palabras se ha utilizado alguna vez como sinónimo de gestión, incurriendo en el error de tomar la parte por el todo. Todos estos aspectos conforman una acción integral, la de gestionar, entendida como un proceso de trabajo y organización en el que se coordinan diferentes miradas, perspectivas y esfuerzos, para avanzar eficazmente hacia objetivos asumidos institucionalmente y que deseáramos que fueran adoptados de manera participativa y democrática, porque ello redundará en beneficio de la propia radio y de las personas que están allí comprometidas.

Los autores se ocupan de diferenciar su visión de la más difundida en el ámbito empresarial que se basa en ideas de centralización-descentralización, verticalidad y horizontalidad apuntando a mejorar la motivación de los empleados, el mejoramiento del funcionamiento de la empresa pero sin compartir las decisiones ni el poder. El concepto de gestión por el que optamos como propuesta tiene que ver con la valoración de las ideas de procesos/resultados y de corresponsabilidad/ co-gestión en la toma de decisiones. Gestión es la forma a través de la cual un grupo de personas establece objetivos comunes, organiza, articula y proyecta las fuerzas, los recursos humanos, técnicos y económicos.

Establecer objetivos comunes, organizar, articular y proyectar, es optar y elegir un rumbo entre distintas alternativas. La gestión no se limita sólo a las determinaciones finales sobre el camino a seguir, sino que se alimenta, se construye y cobra forma a través de todo el proceso que antecede al hecho ejecutivo de la toma de decisiones. La gestión no puede entenderse apenas como la adopción de una medida

coyuntural sobre este o aquel aspecto, sino como la suma de los elementos y factores que van conformando paso a paso la decisión. La gestión, por lo tanto, radica en todo el proceso y en todos los elementos que se coordinan hasta llegar a establecer los objetivos de una acción, los pasos para ponerla en práctica y los recursos que se necesitan. Y, por supuesto, la forma coordinada de evaluar el cumplimiento de lo que se ha decidido.

Para Dido y Barberis (2006), el concepto Radio Universitaria resulta en nuestro país, inescindible de lo público, indicando para esa categorización la oposición frente a las radios privadas definidas éstas por la propiedad y las formas de financiación comercial publicitaria. Para Aguaded y Contreras (2011), son radios que cumplen el papel de servicio público y por ello no compiten con los medios comerciales pero desde su propio espacio deben buscar estrategias para captar la atención del público.

Esta definición, como radios públicas universitarias, queda relativamente rebatida en lo referido a las posibilidades de financiación frente a la posterior sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual SCA, para poder establecer si esta categorización, lo público, corresponde traslativamente a los medios de comunicación de las Universidades incluidas en la muestra y los encuadres legales y jurídicos partiendo desde la Ley de SCA N° 26522, otros antecedentes y las disposiciones de cada Universidad para la regulación propia de su emisora.

Para analizar las universidades que cuentan con medios de comunicación es necesario explorar el concepto jurídico de autonomía consagrado en la Constitución desde 1994 y en el marco de la Ley 24.521 de Educación Superior vigente. Sobre todo en el debate por la autarquía, como sostiene Molina (2014) "Para Superar la actual dependencia económica de las Universidades Nacionales respecto del Gobierno Nacional, que condiciona su autonomía académica e institucional, deberían preverse normas que aseguren su independencia financiera". Se trata de un aspecto que incidirá en forma directa en la evolución de nuestro objeto de estudio.

Para encuadrar la definición de la radio pública existen diversas nociones y acepciones. Se suele presentar como sinónimo de la radio estatal y/o gubernamental. Sin embargo, algunos modelos de radio pública en el mundo, han

logrado establecerse en el cuadrante público en forma sólida y con características muy específicas.

La radio pública surge por iniciativa de una comunidad en particular. Es respaldada económica, jurídica y legalmente por una o más instancias gubernamentales que dirigen y concentran sus esfuerzos en este tipo de organizaciones.

Una radio universitaria es una radio pública, gestionada por la Universidad Pública, por lo que debemos avanzar elaborando una definición. Según Felipe López Veneroni, ex Director de Radio UNAM de México,

La radio pública es un espacio destinado tanto a la reproducción de una parte del discurso social como a su sistematización y conservación, procurando yuxtaponer a las disposiciones convencionales que genera el mercado una serie más amplia de contenidos y formas de expresión, aun cuando éstas no sean comercialmente redituables ni estén de moda. Se trata, entonces, de un modelo radiofónico extensivo del quehacer de una institución, grupo u organismo, receptivo de las demandas, inquietudes e intereses vitales o emocionales de diversas capas de la población, las que no necesariamente se reflejan en términos de rating, en buena medida por su condición marginal o su desdén a ser objetos de encuestas (1997).

En el caso de las radios universitarias, son medios que se enmarcan en el contexto universitario, funcionan con el respaldo de las universidades a las que pertenecen y son parte del sistema de medios universitarios, pero a la vez se insertan en la sociedad y forman parte del sistema de medios de comunicación social (Casajús, 2011). Son radios que trabajan, desde la universidad, hacia y con la sociedad, entendiendo que el vínculo de la universidad con su entorno es fundamental y también la relación y el compromiso de sus medios de comunicación con el ámbito social en el que se encuentran (Giorgi, Giorgi, Casajús y Bralo, 2016), actuando en los escenarios comunitarios, geográficos y culturales con los que se desarrollan e involucran (Farizano, 2016).

Además de la gestión que debe definir herramientas para actividad del medio (Asuaga 2007), en la Argentina, se tiende a programar sobre la existencia de un ordenamiento profesional y organizativo que define el rol de los trabajadores en sus categorías respectivas y el impacto de los recursos humanos en los proyectos comunicacionales (Giorgi 2015).

Estudiar y definir la adaptación y utilización de y hacia las nuevas tecnologías, la cobertura y llegada a la comunidad, su impacto social y la relación con otras

emisoras y redes de radios universitarias, permitirá bosquejar un mecanismo aplicable al estudio de cualquiera de las experiencias radiales universitarias.

3.3 Las radios universitarias y las nuevas tecnologías

Como mencionamos, en Argentina existen 63 emisoras universitarias extendidas en todo el territorio nacional, nucleadas en la Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales Argentinas, (ARUNA).

En este sentido, la identidad y características de estas emisoras son bien diversas, comunican la información institucional y además realizan el tratamiento en profundidad de los temas desde la mirada de los distintos actores de la comunidad universitaria; y desde la producción propia de contenidos radiales donde se incorporan temáticas que atraviesan a la comunidad universitaria y a la sociedad

Para Mata,

Nuestros medios universitarios tendrían que tener otras instancias, además de la propia universidad". Para la autora esos medios tienen que "convertirse en canales mediadores entre las necesidades de información y los productores de información. Esto es, para actuar en el espacio público reivindicando derechos, elaborando propuestas, etcétera. Las organizaciones sociales, los movimientos, obviamente los individuos también, todos estos grupos necesitan información. Por ejemplo, existen movimientos sociales que luchan en contra de la contaminación del territorio, los que luchan por la posesión de sus tierras, las mujeres que luchan por sus derechos, entre otro gran número de casos donde se hace evidente que la posesión de información cualificada es una herramienta de lucha. En las universidades tenemos equipos de investigación, cátedras, laboratorios, departamentos que producen información cualificada sobre temas importantísimos, sobre el ambiente, los bosques, el agua, la alimentación. ¿Cómo ponemos en relación aquellos que necesitan información con los que la tienen, no para divulgar la ciencia sino para que esa información pueda ser apropiada por quien la necesita o para que quienes la necesitan puedan demandarle a los investigadores que se estudie? Bueno, creo que nuestras radios y nuestros canales de televisión podrían generar toda esta novedad. Incluso, eso da para formatos bien interesantes de programa. Hacer interactuar al que necesite información con el que la tiene. Es necesario ponerse a pensar e intentar, y esto es lo que me parece que, a veces, no se hace (En Giorgi, 2015).

Así, la producción colectiva se vuelve un elemento necesario en las emisoras universitarias que queda demostrado en estas experiencias de coproducción. La tarea de intercambio y colaboración permite aumentar la visibilidad y el impacto del trabajo realizado en cada Universidad desde sus medios y el desarrollo de la tecnología e internet, ha generado que se proyecte a la radio dentro del nuevo

paradigma multimedia modificando así su configuración, algo que es visible, y se ha extendido cultural y socialmente.

Para Kischinhevsky (2017) la emisión digital y su virtualización han reconfigurado la estructura de la radio, su consumo e interacción, la han transformado en un medio moderno expandido. La virtualidad posibilita hoy capturar, archivar, y reproducir el sonido, son nuevas interacciones generadas por las tecnologías de la información y la comunicación.

La radio se desenvuelve hoy en el contexto multimedia de Internet de la misma manera que todos los medios de comunicación, que se despliegan sobre sus múltiples modalidades de discursivización técnica (Fernández, 2008). En las redes sociales, en los dispositivos móviles, el uso de aplicaciones para teléfonos inteligentes, la descarga de archivos, el podcast, el *streaming* o el uso de otras herramientas como el correo electrónico, plataformas de intercambio de archivos y trabajo colaborativo como google drive, el servicio de mensajería WhatsApp, o Apps para smartphones de grabación, edición y emisión, son utilizadas hoy en la radio en torno a la producción, emisión y distribución de contenidos (Martín Pena; Casajús; Giorgi y Giorgi, 2018).

Algo que permite y garantiza las coproducciones de radios universitarias e implica a emisoras de diferentes países. El alcance de la difusión se multiplica a la vez que se logra el fortalecimiento del contacto periódico entre los medios universitarios de distintas partes del mundo (Casajús, Giorgi y Giorgi, 2020).

Como sucede con todas las emisoras, la radio universitaria se apropia de las nuevas tecnologías para su evolución y con ella crecer en el intercambio y la producción en vínculos inter radiales y redes.

3.4 Anclaje de la radio universitaria, entre la universidad y el territorio

La institucionalidad de la radio universitaria está comprendida en el sistema de Educación Superior y por ende comparte el vínculo con la sociedad: Se trata de emisoras que articulan e interactúan con el medio social en el que se encuentran. Son radios que trabajan en una creación conjunta, una construcción colectiva de saberes desde las casas de estudio hacia y con el territorio. Como señalan Dido y Barberis

La gestación y creación de una radio universitaria ofrecen una excelente oportunidad para habilitar una vía de expresión y difusión de planes, inquietudes, proyectos de una comunidad. Como ninguna otra, posee las condiciones apropiadas para convertirse en un foro de debate de aquellos asuntos que inciden en diferentes grupos comunitarios y para actuar como factor dinámico de la comunidad de pertenencia (2006: 15).

La radio universitaria como medio de comunicación plasma el rol de extensión de las universidades y promueve el fortalecimiento del vínculo entre la universidad y la sociedad. Como señalan Aguaded y Martín Pena (2013:64), “las emisoras universitarias, en general, se han postulado como radios que traspasan la frontera de lo exclusivamente instructivo y/o formativo para trascender a un carácter social y de servicio ciudadano”.

Algunas universidades han avanzado en la creación de más de una emisora, bajo el impulso de su presencia en la extensión territorial o ante la necesidad de buscar el complemento del servicio a la comunidad universitaria. Se trata de emisoras, que como mencionamos son en su mayoría públicas, pero también aparecen las de carácter comercial que operan como las de empresas privadas y aquellas más pequeñas que cuentan con un plantel de no más de cuatro o cinco personas.

Vemos cómo se manifiestan distintas prácticas comunicacionales colectivas y dialógicas en las que intervienen diversos actores comunitarios, institucionales y universitarios. Son al mismo tiempo espacios de formación para los estudiantes y de participación para toda la comunidad universitaria y la sociedad. Para Ibarra “La extensión aporta hechos concretos posibles de articular. La radio como parte de la realidad social y como puente con la sociedad” (2015: 67).

En este marco, la radio universitaria promueve una comunicación alternativa que constituye un factor diferencial a la de los medios convencionales. Para Aguaded y Contreras apuntan que estas radios apuestan por “abrir espacios de comunicación donde se expresan las inquietudes y el quehacer diario de las universidades, desde el punto de vista científico, cultural o de extensión a la sociedad” (2011:5).

En estas emisoras “la alternatividad se vincula directamente al hecho de proponer otra forma de hacer radio y ofrecer contenidos distintos a los que marcan las agendas mediáticas actuales, así como al hecho de perseguir la consecución de otros objetivos de tipo social, más allá de los fines económicos y mercantiles que lícitamente promueven las emisoras de tipo comercial. Basta con pararse a analizar los propósitos que se recogen en los distintos estatutos o reglamentos de

funcionamiento interno de las estaciones académicas para llegar a entender esta proximidad tan consolidada” (Martín Pena y Giorgi, 2019).

La gestión de estos medios implica la búsqueda de una comunicación colectiva, plural y diversa, incorporando actores y temáticas alternativas, comprometidas con el contexto local y regional. Para Mata las emisoras universitarias deben consolidar otro tipo de comunicación y sostiene que

Si nosotros pensamos a las radios universitarias como radios que van a ser como las otras para competir en el mercado, creo que realmente estamos equivocando el camino porque, justamente, de lo que se trata es de que estas radios puedan mostrar las posibilidades de otro tipo de comunicación, no solo en el sentido de los derechos de la participación sino también en términos estéticos, en términos de innovación (En Giorgi, 2015: 74-75).

La radio universitaria puede y debe demostrar que también existe otro territorio, que resulta omitido por los medios concentrados o al que solo registran para exhibir sus dolores o desgracias. Esa alternativa, que las pone a la par de las expresiones radiales comunitarias, enriquecida por el valor agregado con el que la academia le puede dar respuestas a la sociedad en sus entornos inmediatos.

CAPITULO III. ANÁLISIS DE LAS RADIOS UNIVERSITARIAS

1. Sobre el relevamiento y categorías analíticas

Con el fin de organizar la investigación, para alcanzar los objetivos propuestos, se dispuso, en base a las experiencias de gestión de medios del autor, un diseño dimensional definido en áreas específicas de análisis.

Se buscó un bosquejo instrumental que pueda resultar de utilidad común para ser extendido a todo el ecosistema radial universitario, con el fin de relevar el estado de las emisoras, a poco de que se cumpla el siglo de la primera instalada en nuestro país.

Ese abordaje, entonces, se direccionó hacia las siguientes dimensiones: Institucional (*vínculo integral con la universidad*) ; Legal (*marco jurídico y legal en el que se desenvuelven las radios*); Tecnológica (*sistemas de transmisión y adaptación y utilización de las nuevas tecnologías*); Presupuestaria (*financiamiento y sostenibilidad económica*); Organizacional (*estructura organizativa y personal*) ; Territorial (*vinculación y/o articulación social en el área primaria de cobertura*) ; Trabajo en red (*relación con otras radios universitarias y trabajo en redes de emisoras*).

Para tal fin se convocó a responsables de las radios objeto de estudio (directores, ex directores y funcionarios) para que respondan un cuestionario de ochenta y dos preguntas dirigidas a complementar el procedimiento dimensional presentado en el plan del trabajo. Y con el fin de consolidar y ampliar los datos recabados, se mantuvieron contactos posteriores a la encuesta en forma telefónica y personalmente con las y los responsables de la gestión radial.

Sobre la base de la experiencia en gestión de medios del autor, dentro y fuera del ámbito universitario, se consultó a especialistas en cuestiones legales, académicas y organizativas de medios universitarios, con el fin de consolidar los datos recabados y posibilitar la conformación de la etapa conclusiva del trabajo.

Finalmente se realizó, independientemente del análisis central del proyecto comunicacional, un relevamiento complementario y específico, vinculado con el acceso a las fuentes de información y otros recursos para la elaboración de contenidos y adaptación de formatos periodísticos, que se incluye en el segmento

final de la presente herramienta de investigación. Se buscó exponer las fortalezas y debilidades en la materia, de acuerdo con las características de las cinco radios.

En el trabajo resultó imprescindible reconocer la distancia que existe entre la casi centenaria Radio de la UNLP y las restantes emisoras seleccionadas, surgidas tras los tiempos del debate de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, particularmente en lo que refiere a la organización y practica efectiva del proyecto de comunicación. Es decir, el recorrido del medio instalado hace 98 años, frente a las nuevas iniciativas que merodean apenas a su primera década, de vida. Esas características fueron contempladas y aparecen en su amplitud en el presente capítulo, en la metodología y en las conclusiones de la investigación.

2. Desarrollo del análisis dimensional

2.1 Dimensión institucional: Vínculo integral con la universidad

Con solo relevar algunos ejemplos, como los que se abordan en este trabajo, se advierte cómo son diversas tanto la vinculación como la articulación entre radio y universidad. Esa diversificación se debe atribuir, en el marco de las autonomías consagradas, a que cada autoridad de las instituciones educativas dispuso -o dispone- las áreas de dependencia universitaria a las que la radio debe reportar adaptándola a su organización interna y a los perfiles de esa organización en los procesos administrativos/profesionales de cada proyecto mediático.

Se revela en primer término que entre la presidencia universitaria en el caso de La Plata y los rectorados en las otras tres universidades, existe una coincidencia en la vinculación directa entre la radio con la máxima autoridad institucional. Luego, al descender al área específica de la organización, cada radio presenta una articulación diferente ordenada incluso mediante el contacto con dos dependencias distintas en los aspectos mediáticos y administrativos. La interrelación medio-universidad, evaluada incluyendo la articulación con sus claustros, impacta en el proyecto comunicacional como se refleja a partir de los siguientes datos verificados:

Cuadro 1 - Vínculo con la universidad

Radio	La Plata AM/ FM	Paraná FM	T. del Fuego FM	Avellaneda FM
Nombre	Radio Universidad de La Plata	Radio UNER Paraná	Radio Universidad	Radio UNDAV
Universidad	UNLP	UNER	UNTdF	UNDAV
Autoridad de la Universidad de vinculación directa	Presidencia de la UNLP (Rectorado)	Rectorado de la UNER	Rectorado de la UNTdF	Rectorado de la UNDAV
Área de la que depende la radio	Secretaría de Extensión UNLP	Secretaría de Extensión y Cultura de la UNER.	Dirección de comunicación de la UNTdF (inicio) Secretaria General	Secretaria de Investigación y Vinculación Tecnológica e Institucional
Vinculación Administrativa (sub-área de dependencia)	Prosecretaría de Medios	Secretaría de Extensión y Cultura de la UNER.	Dirección de comunicación de la UNTdF (inicio) Secretaria General	Dirección de Medios de la UNDAV
Articulación con otras áreas de la Universidad	Acuerdos con la Facultad de Bellas Artes para la composición, grabación y edición de la música incidental de la radio, sus cortinas, etc. Línea de trabajo muy firme con el repositorio institucional de la UNLP para digitalizar el archivo sonoro de la emisora.	La emisora está coordinada por la secretaría de la que depende e interactúan el gabinete de comunicación, vicerrectorado, consejo social, y facultades.	Sí, mediante la actualización de agenda y actividades, Se hace una reunión mensual con todas las coordinaciones de áreas.	Áreas de gestión y académicas, difunden sus informaciones particulares y en algunos casos conforman parte de la programación
Articulación con la comunicación institucional de la Universidad	Sí. En cada evento importante de la universidad. Acompaña al Presidente en las actividades públicas y participa en la Expo Universidad, con stand propio.	Las tres emisoras del Sistema Integrado de Radios (SIRUNER) interactúan con el área de Comunicación Institucional en la difusión y divulgación integral de las actividades de la UNER	Participación activa de la radio, en acciones de difusión y cobertura. En el caso de divulgación solo en temas sociales.	La Dirección de Prensa de la UNDAV, articula su Comunicación Institucional para la difusión y divulgación integral de las actividades de la UNDAV y a través de la radio y sus responsables desarrollan un programa propio.
Vinculación académica	Sí. Hay programas dedicados a algunas facultades y tratativas para	Hay cátedras que ocupan espacios de la programación. El vínculo con la	Todos los NoDocentes que se desempeñan en la radio, son también	Docentes y estudiantes de la carrera de Periodismo

	ampliar esa vinculación con otras.	actividad académicas, no solo con la carrera de Licenciatura en Comunicación Social, sino también con otras como Ciencias Económicas y Trabajo Social.	docentes o investigadores de asistencia principal con carga horaria simple en la Licenciatura en medios audiovisuales. Se realizan las prácticas de las materias en la radio.	realizan prácticas pre-profesionalizantes.
Participación de los estudiantes	Sí. Algunos como becarios, otros de modo informal y siempre por iniciativa de ellos a excepción de programas de las cátedras de radio de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social.	Participan en parte de la programación.	Presentan propuestas cuando se abre la convocatoria anual para la presentación de proyectos de ciclo.	Estudiantes de todas las carreras pueden y realizan participaciones en contenidos y formatos
Participación de los docentes	Sí, hay espacios en la programación que son gestionados por los docentes de las cátedras de radio de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social.	Los docentes están a cargo de programas y en algunos casos lo hacen como coordinadores de grupos de estudiantes. En algunos casos lo hacen por razones curriculares académicas.	Si Conducen y producen columnas, micros o programas semanales.	Por afuera de las prácticas curriculares, los docentes realizan programas.
Participación de la comunidad Universitaria en la programación	Es a iniciativa de los miembros de la comunidad. No tenemos un consejo asesor que intervenga.	Participan desde las distintas áreas de la UNER que se hallan radicadas en la ciudad de Paraná.	El 50% de la programación se construye con la comunidad universitaria.	La totalidad de la programación se realiza con miembros de la comunidad universitaria.
Propuestas de contenidos desde los estudiantes	Sí, la hay. En parte porque el personal periodístico se ha formado en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP y, además, hay acuerdos con los Talleres de Producción Radiofónica para que sus estudiantes hagan prácticas en algunos segmentos de la programación.	Los estudiantes proponen experiencias para realizar en la radio.	Presentan propuestas cuando se abre la convocatoria anual para la presentación de proyectos de ciclo.	Desde su creación la radio propone el sistema de convocatoria con la modalidad de concurso abierto: "Radio Undav, te quiere en el aire" destinado a recibir y emitir tras el análisis del equipo profesional de la emisora, los programas propuestos
Propuestas de contenidos desde los docentes	No, a excepción del caso de las cátedras de radio	Los docentes proponen propuestas propias destinadas a la programación.	Presentan propuestas cuando se abre la convocatoria anual para la presentación de proyectos de ciclo	Con el mismo mecanismo de concurso abierto y convocados por la radio, docentes de

				todas las carreras desarrollan programas.
Acreditación o certificación de las prácticas	Cuando se trata de las prácticas de las cátedras de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP	Según el caso. Cuando son pasantías académicas se realizan informes de seguimiento de los estudiantes y en ese caso la radio funciona como centro de aplicación. Cuando los estudiantes que han realizado alguna participación solicitan una constancia, la dirección extiende la certificación correspondiente.	Sí. Certificación de Extensión con carga de horas.	La Dirección de Medios certifica las prácticas y los desarrollos de los ciclos emitidos en los que participan estudiantes, cuando solicitan esa constancia curricular personal.
Acciones desde la emisora hacia otras áreas de la Universidad	Se realizan campañas de difusión de las acciones de toda la UNLP: campañas de salud, servicios a los estudiantes como el tren universitario, convocatorias a becas, entre otras acciones.	Integrantes de las distintas áreas conforman parte de los contenidos, como especialistas, divulgando proyectos, etc. La radio realiza tareas de difusión, divulgación, coberturas periodísticas, eventos y articula con la Comunicación Institucional de la universidad, en esas acciones.	Se realizan 6/7 actividades al año, abiertas a la comunidad y en interacción con las áreas involucradas: Día 13 de febrero x día mundial de la radio, abril actividades por el día del investigador, Junio actividades por el día del periodista, Agosto actividad por inicio del segundo cuatrimestre, en octubre por mes aniversario de la radio.	La Articulación es permanente ya que todas las Secretarías y Departamentos tienen acceso a la radio. Además se desarrollan transmisiones especiales en eventos de cada área. Musicales, Expo-Universidad, colaciones, etc.

Fuente: Elaboración propia

Las entrevistas y las respuestas a las pautas solicitadas a los responsables de las radios se hallan en su totalidad en los Anexos (I a IV) dispuestos para cada una de las cuatro universidades.

2.1.1 A poco del siglo del vínculo universidad-radio

La radio más antigua del mundo: la dinámica de la historia plantea sucesos concatenados que involucran a la ciudad con la universidad y su radio en un período de apenas 42 años. La Plata fue fundada el 19 de noviembre de 1882, la Universidad Nacional el 19 de agosto de 1905 y su radio en 1924. Joaquín V. González fue su primer presidente, designado por decreto del Poder Ejecutivo Nacional, el 17 de marzo de 1906, con acuerdo del Senado de la Nación del 15 de

junio de ese año. Estuvo al frente de la institución durante cuatro períodos hasta 1918. Apenas seis años después, el 5 de abril de 1924, de la mano de uno de sus sucesores, Benito Nazar Anchorena, comenzó sus transmisiones la radio de la UNLP. En la sesión del Consejo Superior del 23 de noviembre de 1923, junto con la propuesta de creación de la radio, se encomendó la dirección técnica al profesor de la Facultad de Ciencias Fisicomatemáticas Enrique Fassbender. En ese mismo acto, Nazar Anchorena, al pedir que se aprobara su proyecto, se refirió a “la ventaja de completar la obra de extensión universitaria y cultura artística y de vincular la universidad al medio social en que vive, compensando al mismo el esfuerzo que realiza para sostenerla”. También allí fue autorizado a invertir las sumas necesarias para instalar la estación (Castiñeiras, 1985).

Ese punto de partida, por antigüedad e innovación, destaca la vocación extensionista en la determinación de fundar una estación radiotelefónica de alta potencia a fin de poder transmitir a todas las regiones del país las conferencias que se dictaran en todas las dependencias de la universidad (Porro, 1982).

Es decir que a poco de completar su segunda década de vida, el 5 de abril de 1924, no solo impulsó y concretó la instalación de su radio, también dejó trazado el camino pionero para los medios públicos y desde luego la extensión mediática universitaria. Por lo tanto, como se concluirá más adelante, la primera diferencia destacada entre la radio más antigua respecto de las otras tres emisoras investigadas en el presente trabajo, radica en la complejidad del propio desarrollo del proyecto.

Ese diferencial es consecuencia de la “veteranía en el aire” e incluye las modificaciones que la afectaron durante el siglo de vida de la radiodifusión en la Argentina: políticas de comunicación, regulaciones y la evolución de las tecnologías, por un lado y por otro, las decisiones internas de la propia universidad platense para la sostenibilidad y desarrollo.

Esa diversa vinculación de la radio con la universidad, en muchos casos no se halla documentada. Cada autoridad, en el marco de su alcance, determina el área de dependencia a la que la radio debe reportar, adaptándola a sus estatutos, organigramas y a las influencias de esa organización en los procesos administrativos de cada proyecto mediático. Una situación que resulta comprensible en el marco de los contenidos y formatos radiales y sus mutaciones en los cambios de gestión, pero se puede convertir en un obstáculo para su desarrollo.

La vida democrática universitaria, con sus naturales modificaciones, impacta en las radios con mayor frecuencia de lo razonable. A pesar de buenos intentos, y sin generalizar, en la mayoría de los casos no se han podido establecer mecanismos de continuidad de proyectos más allá de las personas encargadas de concretarlos, lo que contribuye a plantear situaciones cambiantes y determina que se afecten características esenciales como la identidad de la radio hacia afuera y dificultades de gestión hacia adentro (Giorgi, 2015).

2.1.2 La universidad dentro de la radio

La muestra revela la vocación interaccionista de la radio con su universidad en forma integral. La magnitud de la institución y su dispersión geográfica, entre otros factores contribuye a que la articulación varíe.

Solo por poner un ejemplo, en La Plata, mientras estuvo en su antiguo domicilio en Plaza Rocha 133, en el mismo predio y contigua al edificio de la Facultad de Bellas Artes, la radio accedía a espacios y medios para producir parte de sus insumos musicales, generados en esa facultad. La mudanza al nuevo edificio -calle 48 N° 566 Entre 6 y Av. 7- en 2019 y las herramientas de la tecnología, superaron esa etapa.

La magnitud de la Universidad Nacional de La Plata, un actor fundamental en la capital de la provincia de Buenos Aires junto a su comunidad, requiere un mayor esfuerzo por parte de la radio para mantener los vínculos con facultades, colegios y dependencias diseminadas por la Ciudad.

Como se citó en el relevamiento realizado sobre la muestra, con menor tamaño (universidades y radios) las otras tres emisoras cubren y difunden actividades de las dependencias de su universidad, caracterizadas en los casos de Paraná y Rio Grande, por la radicación de sus rectorados en Concepción del Uruguay y Ushuaia, respectivamente, lo que las obliga a una revisión diaria de las agendas para la comunicación universitaria. La radio de la UNER en Paraná articula con el gabinete de comunicación, el consejo social, las facultades y la actualización de agendas y actividades de las coordinaciones de áreas tanto de gestión como académicas. Y la emisora de la UNTdF, mediante la reunión mensual con todas las coordinaciones de áreas, actualiza las agendas y los servicios de información.

En el caso de Avellaneda, las cinco sedes de la universidad, ubicadas dentro del mismo partido bonaerense, permiten coberturas directas de eventos y la difusión de noticias se resuelve en forma dinámica dada la vinculación física en la sede del rectorado.

La comunicación institucional de las universidades del caso, no necesariamente se vincula con la radio dentro de la misma área. Pero los contenidos informativos oficiales circulan por las acciones y programaciones de las radios. Seguimientos sobre las novedades de los rectorados, participación en los actos públicos, colaciones y en cada evento importante de la universidad. En Entre Ríos, las tres emisoras del Sistema Integrado de Radios (SIRUNER) interactúan con el área de Comunicación Institucional en la difusión y divulgación integral de las actividades y en la difusión y cobertura. La separación geográfica de la UNTdF (rectorado en Ushuaia y radio en Río Grande) se resuelve tecnológicamente para la información. La Dirección de Prensa de la UNDAV, articula su Comunicación Institucional para la difusión y divulgación integral de las actividades a través de la radio y sus responsables, desarrollan un programa semanal propio.

Con ligeras variantes la actividad académica aparece en las cinco emisoras en La Plata, en medio de una programación generalista, se incluyen programas dedicados a algunas facultades. En Paraná varias cátedras ocupan espacios de la programación, como la carrera de Licenciatura en Comunicación Social, Ciencias Económicas y Trabajo Social, que completan además espacios de la grilla radial. En Río Grande, el plantel vinculado como no-docente con la radio, cumple además funciones en la docencia y la investigación, en la Licenciatura en medios audiovisuales y realizan las prácticas de las materias en la radio. En Avellaneda, los docentes y estudiantes de la carrera de Periodismo realizan prácticas pre-profesionalizantes.

Finalmente y si bien el trabajo no se ocupó de evaluar contenidos, se consultó sobre la participación universitaria en la programación, en el caso de La Plata se mantiene informalmente la apertura a las iniciativas de miembros de la universidad, aclara la conducción de la radio que no cuentan con una comisión o consejo asesor que accione sobre aspectos de esas participaciones. En Paraná todas las áreas de la UNER radicadas en la capital provincial toman parte en la programación y en río grande la mitad de la programación se halla bajo la responsabilidad de la comunidad

universitaria. En el caso de Radio UNDAV por definición de la Dirección de Medios y con el Acuerdo del Consejo Universitario de Medios Audiovisuales, la programación se realiza únicamente por parte de miembros de la comunidad universitaria.

2.1.3 Estudiantes, docentes y propuestas radiales

Como se señaló en el apartado anterior, todas las radios de la muestra registran la presencia y las propuestas de estudiantes y docentes, participando en forma directa, institucionalmente o de modo informal, presentando proyectos radiales o colaborando con programas en diversas formas.

En La Plata, se mantiene la figura institucional del becario y hay estudiantes en programas de las cátedras de radio de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Otros por propia iniciativa participan en contenidos o tareas periodísticas de modo informal. En Paraná, los de la Facultad de Ciencias de la Educación participan en parte de la programación, reforzando el exiguo plantel de tres empleados con que cuenta la radio. Mientras tanto en Rio Grande la participación se produce a partir de la convocatoria a la presentación de proyectos para la realización de programas. Finalmente en Avellaneda, los estudiantes de todas las carreras pueden y realizan participaciones en contenidos y formatos y además, sosteniendo el criterio de la radio que compone su programación únicamente con actores de la universidad.

En el caso de los docentes hay espacios en la programación que son gestionados por los docentes de las cátedras de radio de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. En la radio de la UNER los docentes están a cargo de programas y en algunos casos lo hacen como coordinadores de grupos de estudiantes y también se desempeñan en la radio cumpliendo requerimientos académicos. Los docentes fueguinos conforman columnas específicas, elaboran microprogramas y espacios semanales de diverso formato. Los docentes de Avellaneda, proponen programas por afuera de las prácticas académicas.

En el marco de la participación estudiantil pero ya dentro de las propuestas para participar de los contenidos de la programación, LR11 en sus dos frecuencias recibe e incluye propuestas de contenidos desde los estudiantes, reforzadas por la vinculación directa con la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, de la que además proviene la integración del plantel de periodistas. Por otra

parte, existen convenios con los Talleres de Producción Radiofónica para que sus estudiantes hagan prácticas en algunos segmentos de la programación.

En Radio UNER los estudiantes que cursan carreras en la sede de Paraná, proponen experiencias para realizar en la radio y en Río Grande se realiza una convocatoria anual para la presentación de proyectos de ciclo.

Sin carrera de periodismo o comunicación social, la radio de la UNTdF, forma parte del espacio de la Licenciatura en Medios Audiovisuales, por lo tanto funciona como Laboratorio. Un espacio de práctica para que los estudiantes concreten proyectos sonoros, que además, como señala la responsable Elizabeth Furlano, se abre para los estudiantes de las carreras que no tienen que ver con medios.

Desde su creación la radio de la UNDAV, propone el sistema de convocatoria con la modalidad de concurso abierto: "Radio UNDAV, te quiere en el aire" destinado a recibir y emitir, tras el análisis del equipo profesional de la emisora, los programas propuestos por los estudiantes, registrándose la participación de estudiantes conformando equipos de trabajo desde las distintas carreras que en muchos casos incluyen la colaboración de los docentes y actores de la comunidad universitaria y la comunidad en general.

Cuando se consultó sobre propuestas presentadas por los docentes la respuesta de La Plata señala que no hay propuestas, pero existen programas producidos y conducidos por docentes de las cátedras de radio de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Es frecuente también que haya docentes a cargo de la coordinación de grupos de estudiantes u orientando propuestas de éstos, los que en algunos casos lo hacen por razones curriculares académicas.

En Paraná y Río Grande los docentes proponen, conducen y producen columnas, micros o programas semanales. Lo hacen por fuera de las prácticas curriculares. En ambas emisoras, la presencia docente ayuda a resolver, lo que Damian Loretti¹⁴ define como gestión de talentos, en reemplazo del clásico "Recursos humanos" que como se verá no abunda en ambas radios. Como en el caso de los estudiantes, los docentes pueden entregar propuestas cuando se abre la convocatoria anual para la presentación de proyectos de cada ciclo.

¹⁴ Ver en el anexo entrevista del autor al Dr. Damian Loretti

En la UNDAV, con el mismo mecanismo de concurso abierto o convocados por la radio, docentes de todas las carreras desarrollan programas, al tiempo que muchos de ellos, a cargo de asignaturas o directores de la carrera se ponen al frente de proyectos mixtos con la participación de alumnos de las cursadas de cada cuatrimestre o año.

2.1.4 Reconocimiento a la participación

Buscando la integralidad de la vinculación universidad-radio, al cabo de la recorrida participativa la consulta derivó en las posibles constancias o mecanismos de acreditación o certificación del paso, tanto de estudiantes como de los docentes, por las radios estudiadas.

En las radios de la UNLP, se certifica únicamente cuando se trata de las prácticas de las cátedras de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. En Radio UNER Paraná, si se trata de pasantías académicas, la radio cumple con el deber de realizar seguimientos e informar sobre la labor de los estudiantes, donde la radio asume el rol de centro de aplicación. En los casos en que los estudiantes hayan realizado alguna participación o colaboración por iniciativa personal y solicitan una constancia, la dirección de la emisora extiende la certificación correspondiente.

La radio de la UNTdF produce una certificación de Extensión con inclusión de carga horaria y propone a los docentes de otras carreras que inviten a los estudiantes a realizar un proyecto sonoro, más allá de la carrera que cursen, para acercarlos a la oratoria y la vinculación con los medios, tema para el cual también se trabaja en un formato de acreditación.

En Radio UNDAV, la Dirección de Medios certifica las prácticas y los desarrollos de los ciclos emitidos, tanto de radio como de TV, en los que participan estudiantes, cuando solicitan esa constancia curricular personal. Además, en cada aniversario de la creación de la emisora, son reconocidos públicamente aquellos programas surgidos del concurso anual. Mediante la Secretaría de la que depende se trabaja en otro proyecto de acreditación curricular para alumnos, no-docentes y docentes de todas las carreras que hayan participado en aspectos específicos de los formatos o contenidos de la programación.,

2.1.5 La radio y las otras áreas de la Universidad

Completando el análisis de esta primera dimensión trabajada, la consulta se direccionó hacia otro tipo de servicios que las radios brindan a las áreas de la universidad, más allá de los citados, en el desarrollo de la programación y la incorporación de los claustros en el proyecto.

La Dirección de LR11 indica que se desarrollan campañas especiales de difusión de las acciones de toda la UNLP: prevención en salud, recordatorios de servicios a los estudiantes como es el caso del tren universitario, traza ferroviaria recuperada que recorre varias facultades de la UNLP desde la estación del Ferrocarril Roca en 1 y 44 hasta el Policlínico Gral. San Martín. La convocatoria a la oferta y modos de obtención de becas y la atención especial de actividades extra universitarias al servicio de la ciudadanía.

Más allá de los programas, la UNER Paraná, abre espacios a especialistas en distintos temas, que no forman parte de los contenidos, generalmente especialistas en distintas disciplinas, divulgación de proyectos y campañas de la UNER destinadas a la comunidad en general.

En Tierra del Fuego, más allá de las limitaciones del contexto geográfico/climático, la radio realiza tareas de difusión, divulgación y propuestas de la universidad. Se trata de coberturas periodísticas o eventos, siempre en articulación con el área de Comunicación Institucional. Como ejemplo se citan una serie de actividades, alrededor de 7 por año, abiertas a la comunidad y en interacción con las áreas involucradas: El 13 de febrero se conmemora el Día Mundial de la Radio proclamado por la ONU. Y se conmemoran otras fechas como el día del investigador, del periodista, o las actividades de octubre vinculadas con el Aniversario de la propia radio,

En Avellaneda la radio circula, virtualmente, por todas las secretarías y los departamentos de la universidad. La Articulación es permanente y cuando lo necesitan todas las áreas tienen acceso a la radio. Además, se desarrollan transmisiones especiales en eventos en las distintas sedes con salidas al aire desde exteriores en eventos musicales, colaciones, la expo universidad y otras se realizan desde escuelas secundarias donde la radio acompaña la divulgación de la oferta

académica universitaria para los alumnos que están a punto de egresar de la enseñanza media.

3. Dimensión legal: Marco jurídico y legal en el que se desenvuelven las radios

Son diversos los factores regulatorios externos e internos, que inciden en la gestión del proyecto radial. Confluyen aquí los regímenes jurídicos, decretos y resoluciones, que regulan a los medios y las políticas públicas de comunicación y las decisiones en materia de la comunicación, resoluciones o disposiciones internas para el encuadre en los proyectos dispuestos por cada universidad. En esta dimensión el material documental que se ha podido relevar es el siguiente:

Cuadro 2 - Marco jurídico y legal

Radio	La Plata AM/ FM	Paraná FM	T. del Fuego FM	Avellaneda FM
Nombre	Radio Universidad de La Plata	Radio UNER Paraná	Radio Universidad	Radio UNDAV
Universidad	UNLP	UNER	UNTdF	UNDAV
Situación ante la autoridad de aplicación de la Ley	Según los directores y ex directores consultados, la radio estuvo siempre en regla, tanto para LR 11 AM 1390, AM como para la FM.	LRI 395 Radio UNER Paraná FM 100.3. Se adjunta en el Anexo del trabajo el Decreto 783/89. La emisora tiene licencia y carpeta técnica presentada en ENACOM	Autorización AFSCA - Resolución 242/2015.	Opera Sin autorización. Sendas notas elevadas desde 2010, siguen sin respuesta para adjudicar la frecuencia definitiva.
Documentación de la Universidad sobre la creación.	Hay un banco de imágenes históricas, pero no accedimos a documentos de 1924. Se relevan, con un error en el año de la propuesta de creación, en el ya citado Tomo II de La Historia de la Universidad de La Plata (Castiñeiras, 1985)	Sistema integrado de radios, se adjunta en el Anexo la ordenanza 369 del Consejo Superior de la UNER y sus documentos complementarios	No se halla un documento que indique la creación de la radio	La Radio fue creada por resolución del Rector N°007/12, del 3 de abril del 2012.
Estatutos, resoluciones, o	Obran en las resoluciones de la UNLP. Es	La Ordenanza 457/19 – Establece la	En el estatuto de la Universidad, en el armado del	La Resolución N°007/12, del 3 de abril del 2012, en

registro complementario de la Universidad	importante el libro de los 85 años que editó la radio durante la gestión de Omar Turconi.	creación del Sistema de Comunicación y Medios de la Universidad Nacional de Entre Ríos	organigrama aparece el departamento radio como dependiente del rectorado	el marco del Estatuto provisorio de la UNDAV, dispone la creación del Consejo Universitario de Medios de la UNDAV.
Resoluciones disponiendo la incorporación de personal	Obran en la UNLP. La radio ha sido considerada una dependencia y en tal sentido sus límites siempre fueron establecidos desde Rectorado, tanto en lo operacional como en lo administrativo.	No presenta documentación	Resoluciones que ordenan el llamado a convocatoria para cubrir cargos en la radio, en las funciones de la DPA se indica armar la programación y contenidos de la emisora, y en los requisitos de los cargos a concursar hay exigencia de presentar un proyecto para el área	Resolución del rectorado N° 820/15, del 10 de julio de 2015, designa al Director de Medios de la UNDAV, en el marco del Art. 1 de la Resol. 007/12. El documento faculta a la Secretaría general de la UNDAV, para decidir los mecanismos de incorporación del personal.

Fuente: Elaboración propia

En el marco de la Ley de Educación Superior N° 24.521¹⁵, el cuadro refleja la disparidad de modelos e instrumentos regulatorios en el momento de la puesta en marcha del proyecto radial. Más allá de la indiscutida cuestión de la autonomía consagrada en la norma e internándose en las modificaciones de las leyes y disposiciones generales que afectan y afectaron el servicio de radiodifusión a través del tiempo, se puede describir cómo impactan en forma diferente esos registros en los cuatro medios del caso. El particular encuadre jurídico de las Universidades Nacionales, trasladado a los servicios radiales, los incluye a éstos en el marco del sistema público de medios de gestión autónoma.

3.1 Situación ante la autoridad de aplicación de la Ley

En los trazos más gruesos se puede sintetizar que en el caso de la Universidad de La Plata, la radio creada en 1924, fue reconocida y autorizada definitivamente, casi

¹⁵ Ley de Educación Superior N° 24.521. Sancionada: 20 de Julio de 1995, Promulgada: 7 de Agosto de 1995 (Decreto 268/95). Publicada: 10 de agosto de 1995 (Boletín Oficial Nro. 28.204).

10 años después mediante la aplicación el decreto N° 21.044/33¹⁶ junto a LT10 Radio Universidad del Litoral de Santa Fe (segunda emisora universitaria argentina) texto que determinó que ambas debían ser administradas por las Universidades Nacionales y la de La Plata, el 16 de abril de 1934, tomo la sigla definitiva y se le adjudicó la frecuencia de 1390 kHz. y cambiando su identificación inicial LOP, por la vigente LR 11, cuya mención en las emisiones, como en el resto de las radios públicas y privadas del país, ha caído en desuso.

Un paréntesis inesperado vivió la emisora platense en junio de 1944, cuando el gobierno de Edelmiro Farrell decidió que se suspendan sus transmisiones. Pero en 1953, el Congreso Nacional, durante la presidencia de Juan Domingo Perón, promulgó la primera Ley de Radiodifusión 14.241, el impulso de técnicos de la UNLP llevó a las autoridades universitarias a reabrir la radio. Para ello hubo que reconstruir el equipo transmisor y se reparó el equipamiento logrando el objetivo de reiniciar las transmisiones el 6 de septiembre de 1953, según los registros históricos de la radio. La primera ley de radiodifusión, incluida en el plan quinquenal del peronismo, fue derogada por la autodenominada revolución libertadora en 1957, sin que ello afectara la continuidad en el aire de la primera radio universitaria del mundo.

Más cerca en el tiempo, al igual que a las nuevas emisoras, la Ley 26522 de SCA la contiene como a todo el parque radial de las universidades públicas consolidado a partir del año 2010 que ha seguido expandiéndose hasta alcanzar en el presente el número de 63 radios.

Sin embargo, con relación a resoluciones u ordenanzas de funcionamiento, si bien la de la UNLP es la radio pionera, no hay abundante registro documental en el marco normativo universitario. En la revisión de los estatutos de la UNLP de 1996 y el vigente, que data de 2008, aprobados por la Asamblea Universitaria, no existen definiciones acerca de la organización interna, misiones y funciones u objetivos de la radio.

Como se cita en el Cuadro 2, la radio de la UNER en Paraná y la de la UNTdF en Río Grande, cuentan con resoluciones respectivas de la autoridad de aplicación y se hallan documentadas las normativas institucionales que dispusieron su creación.

¹⁶ Decreto 21044/33 (Anales de Legislación Argentina, tomo 1920-1940) Reglamento de Radiocomunicaciones Bs. As. 3/5/1933.
https://www.enacom.gob.ar/multimedia/normativas/antiguas/Decreto%2021044_33.pdf

En el caso de la emisora de la UNDAV, desde la primera solicitud de adjudicación presentada ante el entonces COMFER (Comité Federal de Radiodifusión) en el año 2010 y las sucesivas oportunamente elevadas a los organismos que lo reemplazaron (AFSCA y ENACOM), la emisora no cuenta con autorización ni asignación de frecuencia. La situación del espectro finito del AMBA en la distribución de canales de frecuencia modulada, resulta el escollo central para que la UNDAV no haya podido instalar su radio “en el aire”.

El material documental conseguido durante la investigación, que corresponde a la radio se incorporó en los anexos I a IV.

Como el resto de las emisoras y otros medios universitarios, en el año 2009 la ya citada Ley 26522 de SCA, es la primera norma que incluye, en forma clara y contundente, un articulado regulador para los medios universitarios argentinos. Según Tedesco (2013) “la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual argentina, significó el reconocimiento del derecho pleno de las universidades nacionales a la radiodifusión, permitiéndoles saltar las barreras legales que les imponía el viejo decreto ley 22.285”¹⁷.

La norma introdujo un nuevo paradigma para los medios de comunicación universitaria, tras muchos años y cambios de fórmula o sistemas de acceso a las frecuencias, en el Artículo 145 del Título VIII, la Ley de SCA señala: *“Las universidades nacionales y los institutos universitarios podrán ser titulares de autorizaciones para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión. La autoridad de aplicación otorgará en forma directa la correspondiente autorización”*.

Es que en principio, como señala Damian Loretti (ver Anexo VI) la ley confronta el modelo de concurso para la concesión de licencia de uso, destinado al resto de los medios, con la adjudicación directa: “La lógica del concurso para mí es distinta al reconocimiento del espacio público de la autonomía universitaria, porque cotizan temas diferentes, el recupero económico es distinto, el modelo es diferente” (Loretti 2019).

Al indagar sobre esta diferencia, se constata como se hallan mencionados en la legislación los medios de las universidades, en el tramo final del siglo pasado.

¹⁷ La Ley N° 22.285 conocida como Ley de radiodifusión de la dictadura, vigente desde el 15 de setiembre de 1980.

Pasaron algunas por el formato de SAPEM (Sociedades Anónimas de Participación Estatal Mayoritaria) lo cual, además, daba la posibilidad de que socios privados tuvieran el 49 por ciento de la explotación. Una revisión por el texto de la Ley Nacional de Telecomunicaciones N°19798, sancionada y promulgada durante la dictadura de Alejandro A. Lanusse el 22 de agosto de 1972, permite ver las facultades conferidas a las RRUU, cuando en el Art. 80, clasifica a las emisoras de radiodifusión en comerciales y no comerciales, prohibiendo a éstas últimas emitir publicidad. El párrafo tercero del inciso “a” de ese artículo incluye, entre las comerciales, a las radios universitarias:

Las emisoras pertenecientes a Universidades Nacionales que poseen autorización para comercializar sus espacios y que cumplan con los requisitos del artículo 164 de esta Ley”. Y aclaraba en el Art. 164, que “Las emisoras pertenecientes a Universidades Nacionales que actualmente posean autorización para comercializar sus espacios, deberán constituirse en sociedades anónimas con mayoría estatal, previstas en los artículos 308 al 314 de la Ley 19.550 (de Sociedades Comerciales) (de dentro del plazo de trescientos (300) días a contar de la fecha de promulgación de esta ley, bajo apercibimiento de caducidad de la licencia para comercializar sus espacios. A partir de la fecha de constitución en las sociedades arriba indicadas dentro de dicho plazo, las emisoras aludidas se considerarán titulares de una licencia para transmitir comercialmente, en los mismos términos y condiciones que correspondan a las emisoras indicadas en el inciso a) 1. del artículo 80 de esta ley”. Se establecía claramente que las universidades revistaban como concesionarias de las señales de radio y se hallaban sujetas al riesgo de perder la licencia en caso de incumplimiento de la ley. Si bien ninguna de las radios incluidas en este trabajo se encuadra en esa legislación, vale la pena identificar a aquellos medios que se adaptaron al modelo de la SAPEM, Por ejemplo, la Universidad del Litoral y su radio LT10, la de Tucumán, con su Radio y Canal 10 de TV y la Universidad Nacional de Córdoba, también con su AM 580 y el canal 10 de TV.

A pesar de su antigüedad LR11 Radio Universidad de La Plata, no conformó ninguna sociedad (SAPEM) y se mantuvo como no comercial, hasta que a través de la Ley 23.696, conocida como Ley de Reforma del Estado, sancionada el 17 de agosto de 1989, durante el gobierno de Carlos Menem, cuyo efecto más conocido en materia de radiodifusión, fue la derogación del Art. 45 de la citada Ley 22.285, que impedía a los medios gráficos acceder a la concesión de radios y canales de TV. Desde ese momento y en forma anual, un decreto presidencial permitió a los medios públicos (nacionales, provinciales, universitarios) la emisión de publicidad comercial.

El período menemista o si se quiere neoliberal, extendido entre 1990 y 2001 es también es el que registra el mayor porcentaje histórico de creación de radios universitarias. Junto a las nueve universidades nuevas (La Matanza, Quilmes, San Martín, General Sarmiento, La Rioja, Patagonia Austral, Lanús, Tres de Febrero y Villa María) ARUNA relevó la puesta en marcha de 21 radios nuevas.¹⁸

Dimensionado el contraste, el somero recorrido sobre la historia de la legislación, aplica sobre la radio de la Universidad de La Plata, las otras tres radios incluidas en el trabajo, son emergentes de la Ley de SCA, que terminó con la legislación de la dictadura y en especial encuadró definitivamente a los medios universitarios. Durante el debate previo y desde su sanción, numerosas casas de estudio abrieron sus radios e iniciaron además otros proyectos audiovisuales, entre 2008 y 2015, se crean quince nuevas radios universitarias.

Aquí se muestra otro contraste, entre los años de servicio de la radio de la UNLP y su inserción en el marco de las políticas públicas vinculadas con los medios y el caso de las emisoras de Paraná y Río Grande, con sendos actos administrativos de adjudicación de frecuencia por parte de la autoridad de aplicación (COMFER, AFSCA, ENACOM). Mientras tanto la Universidad Nacional de Avellaneda, continúa reclamando su derecho a contar con la definitiva frecuencia de aire, tras permanecer durante una década en carácter de prueba.

En el caso de LRI 395 Radio UNER Paraná FM 100.3. Se adjunta en el Anexo del trabajo el Decreto 783/89. La emisora tiene licencia y carpeta técnica presentada en ENACOM. En la UNTdF la radio radicada en Río Grande cuenta con autorización de la AFSCA mediante la Resolución 242/2015. Como se señaló anteriormente, la UNDAV desde la apertura de su radio en carácter de prueba en 2011, al momento de cerrar el trabajo, permanece sin resolver la adjudicación y sin respuesta que determine la frecuencia definitiva y los parámetros técnicos.

¹⁸ <file:///C:/Users/mgior/Desktop/Informe%20Investigacion%20Aruna%202020.pdf>

3.2 Documentación de la Universidad sobre la creación

Si bien no resultó posible acceder a alguna documentación sobre las disposiciones del Consejo Superior de la UNLP, destinadas a la radio. Se preserva un banco de imágenes históricas, aunque entre ellas no fue posible encontrar documentos desde el año de la creación, 1924. Se relevan, con un error en el año de la propuesta de creación, en el ya citado Tomo II de La Historia de la Universidad de La Plata (Castiñeiras, 1985). Y los responsables de la radio en distintas etapas, coinciden en señalar como una verdadera fuente documental-testimonial la publicación del libro en homenaje a los 85 años de Radio Universidad de La Plata. Mientras en el volumen de la editorial Corregidor que conmemoró los 100 años de la ciudad de La Plata, en 1982, uno de los ex directores, Mario Porro, sostiene, a modo de breve crónica, cómo se gestó, sobre el inicio de la tercera década del siglo pasado y a menos de cuatro años de la primera emisión radial del mundo, la creación de la emisora universitaria platense.

Más cerca en el tiempo, se adjuntan en los anexos del trabajo la creación del Sistema Integrado de Radios de la UNER, mediante la ordenanza 369 del Consejo Superior y otros documentos complementarios. En el caso de la UNTdF no se halla un documento que registre la creación de la radio, en principio dependió de la Dirección de Comunicación de la Universidad y ahora de la Secretaria General, en ambas áreas no se encuentra una disposición sobre la creación. Finalmente, en el caso de Avellaneda y tras un año de operar con distintas pruebas técnicas e instalaciones, la Radio fue creada por resolución del Rector N°007/12, del 3 de abril del 2012.

3.3 Estatutos, resoluciones o registros complementarios

Mientras los directores consultados, indican que la documentación pedida por el investigador obra en las resoluciones de la UNLP, no fue posible acceder a ese material. Por lo que resulta de interés documental el libro de los 85 años que editó la radio durante la gestión del director Omar Turconi, en 2009¹⁹. Y es un aporte clave el material que surge del documento “90 días de transmisión por LR11, Radio Universidad Nacional de La Plata” recuperado por la radio La Plata en base a la

¹⁹ <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/25263>

documentación institucional del año 1948²⁰, cuando la radio es repuesta en el aire tras un período sin emitir.

Una Ordenanza, la 457/19, establece la creación del Sistema de Comunicación y Medios de la Universidad Nacional de Entre Ríos, para aglutinar allí las tres emisoras de radio, el canal de TV y la editorial universitaria. La radio de Paraná funge como cabecera del sistema.

La responsable de la radio de la UNTdF indica que en el estatuto de la Universidad, específicamente en la descripción del armado del organigrama aparece el departamento radio como dependiente de la Dirección de Comunicación Institucional en la órbita del Rectorado. Mediante la Resolución 739/18 que Modifica el Anexo I del Estatuto de la Universidad, se establecen las misiones y 7 funciones de la Unidad Departamento Radio de la UNTdF.

En el caso de Radio UNDAV, la Resolución N°007/12, del 3 de abril del 2012, en el marco del Estatuto provisorio de la UNDAV, dispone la creación del Consejo Universitario de Medios de la UNDAV, del cual depende la Dirección de Medios a cargo de la gestión radial.

3.4 Instrumentos para la incorporación de personal

Al indagar sobre modelos o mecanismos para la incorporación de personal, se verificaron estos datos surgidos del cuestionario a los responsables. En La Plata, los documentos obran en la UNLP, donde la radio ha sido considerada una dependencia y en tal sentido sus límites siempre fueron establecidos desde Rectorado, tanto en lo operacional como en lo administrativo.

En el caso de la radio de la UNER en Paraná, no presenta o conoce documentación vinculada con herramientas para la incorporación de personal.

En tanto la UNTdF cuenta con disposiciones que ordenan el llamado a convocatoria para cubrir cargos en la radio, en las funciones de la Unidad Departamento Radio (Resol 739/18) se indica armar la programación y contenidos de la emisora, mientras

²⁰ <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/33858>

que, en los requisitos de los cargos a concursar, hay exigencia de presentar un proyecto para el área.

En la Universidad de Avellaneda, existe la Resolución del rectorado N° 820/15, del 10 de julio de 2015, mediante la cual se designa al Director de Medios de la UNDAV, en el marco del Art. 1 de la Resol. 007/12. El documento faculta a la Secretaría general de la UNDAV, para decidir los mecanismos de incorporación del personal en el marco del mandato estatutario de la Universidad.

4. Dimensión técnica: Parámetros técnicos, estudios y plantas transmisoras

El relevamiento en el caso de la radio de la UNLP, incluye los datos de la estación de frecuencia modulada y la de amplitud modulada, que duplican la descripción por tratarse de dos emisoras con instalaciones y programación diferenciadas. Los casos restantes, como se ha señalado, corresponden a radios surgidas tras la sanción de la Ley 26.522 de SCA, todas emitiendo mediante sistemas de modulación de frecuencia.

Como sucedió en los procesos de instalaciones de radios desde los años 80, cuando se produjo la aparición de medios por fuera de la regulación vigente, es frecuente, en las radios de FM, que las plantas transmisoras por razones de tamaño de los equipos y la practicidad para erigir la torre portante de las antenas, se instalen en las mismas dependencias de los estudios, como sucede con dos de las radios del abordaje. Datos relevados:

Cuadro 3 - Parámetros técnicos, estudios y plantas transmisoras

Radio	La Plata AM/FM	Paraná FM	T. del Fuego FM	Avellaneda FM
Nombre	Radio Universidad de La Plata	Radio UNER Paraná	Radio Universidad	Radio UNDAV
Universidad	UNLP ²¹	UNER	UNTdF	UNDAV
Domicilio	Calle 48 N° 566	Córdoba 475	Thorne 302, Río	España 350,

²¹ En el momento del relevamiento se produjo el traslado de la radio a su nuevo domicilio, que incluyó además de los nuevos estudios una nueva localización para su planta de FM.

Estudios	Entre 6 y Av. 7 Piso 8vo. Edificio Sergio Karakachoff. La Plata, Provincia de Buenos Aires	Paraná, Provincia de Entre Ríos	Grande, Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.	Avellaneda, Provincia de Buenos Aires
Edificio propio	Centro Multimedial general de la UNLP. en Edificio "Sergio Karakachoff"	Si	No	No
Edificio compartido (detalles)	En el mismo piso funciona TV Universidad de La Plata (TVU)	No	Edificio cedido en comodato por AABE a la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur	Es la sede del rectorado, áreas administrativas y de la Carrera de Periodismo
Antigüedad en el domicilio	Desde Octubre de 2019	Desde la fecha de creación 4 de agosto de 2011	Desde diciembre de 2016	7 de mayo de 2012
Cantidad de Estudios	5	1	2	2
Cantidad de controles de estudio	5	1	1	2
Área/s de producción	Si	En preparación	1compartida	2
Área/s de redacción	Si	En preparación	1compartida	2
Domicilio Planta Transmisora	Planta de AM Estación Experimental Hirschornn. Av. 66 y Calle 172, Los Hornos Planta FM Av. 60 y calle 130	Córdoba 475 Paraná, Entre Ríos	Thorne 302 Río Grande Tierra del Fuego	España 350, Avellaneda. Buenos Aires

	Berisso			
Edificio propio	No	Si	Compartido con otras áreas de la UNTdF	Compartido con otras áreas de la UNDAV
Edificio compartido (detalles)	Sí. La Planta de AM se halla en el Predio de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de la UNLP en Los Hornos Y la de FM en el Centro Regional de Extensión Universitaria (CREU). Berisso	Si	Es un área total de 4 mts x 5 mts. Comprende: un estudio A, un box de locución (sin terminar), un área de edición/producción , un control, un área técnica, hall de recepción. Ventanas con visión al hall central de la Universidad. Todos los ambientes se encuentran debidamente acondicionados térmica y acústicamente.	Un módulo principal de 40 metros cuadrados, que incluye dos estudios y dos controles y área de producción. Y un área similar para las tareas de dirección y gestión compartida con la señal Undav TV. En la sede del rectorado junto a otras dependencias de gestión
Antigüedad en el domicilio	Octubre de 2019	Desde la fecha de creación 4 de agosto de 2011	Desde diciembre de 2016	Agosto de 2011
Cuenta con torre de transmisión	Si	Si	Si	Si
Tipo y altura	1 torre de 108 metros de altura, Mástil de enrejado triangular de hierro y sistema autoportante con cuatro niveles de arriostamiento en cables de acero de 4,8 mm,	Torre de 48 mts. Completa SI168 homologación CNC. 48 mts en zona, en tramos de 6 m, con sistema de puesta a tierra reglamentaria y balizamiento LED	Torre autoportante de 20 mts a cima, con riendas.	Torre de 36 mts. Completa sin homologación CNC. Tramos de 6 m, y balizamiento LED. 3 niveles de arriostamiento con cable de acero de 4,8 mm, tensores

	tensores y grilletes reglamentarios.	autoalimentado, 3 niveles de arriostamiento con cable de acero de 4,8 mm, tensores y grilletes reglamentarios y tornillería de alta resistencia. Estrella antitorsión o anti rotor.		y grilletes reglamentarios y tornillería de alta resistencia.
Tipo de antena AM UNLP	Antena de Media Onda en Torre	--	--	--
Tipo de antena y polarización FM	FM Polarización vertical, formación de 8 dipolos. Torre de 108 m. en el CREU	FM Polarización vertical, formación de 4 dipolos	Polarización vertical, formación suma de 4 dipolos	Polarización vertical, formación suma de 4 dipolos
Enlace estudio-planta	Sí. Sistema de VHF principal y vinculación auxiliar por cable.	No	No	No
Transmisor principal	Sí. Para ambas emisoras.	Si	Transmisor de homologado por CNC nº 32-1951	No homologado
Transmisor auxiliar	No informado	No	No	No
Marca y potencia de transmisor/es AM y FM	Para AM Equipo marca ADEMA de 10 Kw de potencia. / FM Equipo sin información de marca. Hasta 4 kw de potencia.	Tipo/marca. M31 Potencia 1k en cuatro módulos de 250 w	Transmisor marca Trialcom de 250w de potencia	Tipo/marca. M31 Potencia 1k en cuatro módulos de 250 w
Área administrativa de la radio	Si	Si	No	No
Otras dependencias	Sector destinado a la redacción del	En preparación	Sector de redes y página web, en	Oficinas de producción y

(solo si las hubiera)	informativo y áreas de producción para AM y FM		preparación.	edición de Undav TV compartidas
Equipo de transmisión de exteriores	Posee una unidad móvil (vehículo equipado para coberturas). Estudio preparado en el vehículo para transmitir desde exteriores. bordo	Sí. Sin unidad automotriz	No presenta	Sí. No montado en vehículo, pero trasladable e instalable en exteriores.

Fuente: Elaboración propia

La Radio de la Universidad de La Plata, mantiene la estructura que sostuvieron la mayoría de las emisoras de AM (públicas y comerciales) hasta la década del 90, es decir una estación principal operando en la modalidad de amplitud modulada (AM) y otra complementaria emitiendo en modulación de frecuencia (FM). Las estaciones de FM, según el ART. 114 de la Ley 19798/72, fueron reconocidas como servicio especial subsidiario, pero en su evolución con programación diferenciada, se fueron independizando de las AM con las que surgieron hasta ser consideradas como empresas diferenciadas en el caso de las comerciales, sosteniendo únicamente aquel vínculo de pertenencia las radios públicas y algunas universitarias, como en el caso de la UNLP.

Por lo tanto, la investigación en este aspecto derivó en la descripción técnica relevada sobre ambas frecuencias, que por razones propias requieren instrumentos y sistemas distintos para la emisión radial. A pesar de no formar parte del trabajo, también hay una diferencia en los contenidos de la programación entre la AM y FM, pudiendo en algunos casos transmitir en forma conjunta segmentos determinados.

Durante la recopilación documental y tal como estaba previsto previamente, se produjo el traslado de las radios de la UNLP a nuevos domicilios para los estudios y la planta transmisora de FM. La emisora tiene su sede, desde 2019, en el Centro de Producción Multimedial del remodelado Edificio Sergio Karakachoff, en calle 48 entre calle 6 y Avenida 7, en La Plata, capital de la provincia de Buenos Aires, luego de

que sus estudios funcionaran durante décadas en un inmueble de Plaza Rocha 133. La nueva localización modificó además de los estudios de AM y FM, la instalación de una nueva planta transmisora para la señal de frecuencia modulada, la que fue trasladada desde los altos de la Facultad de Bellas Artes de la UNLP al Centro Regional de Extensión Universitaria (CREU) Avenida 60 y calle 127, en el vecino partido de Berisso.

En la nueva y actual sede, la radio que durante casi 70 años debió desempeñarse en un espacio reducido, obtuvo cinco estudios de distinta capacidad preparados para AM y FM, los cinco controles para operación e instalaciones técnicas y tratamiento acústico. El cambio cualitativo y cuantitativo permitió que junto a las dos programaciones distintas, también simultáneamente se pueda trabajar en espacios propios de producción integral para las dos señales al mismo tiempo. Y frente a las antiguas limitaciones edilicias, se han sumado espacios para el portal web, el servicio informativo, área técnica y las oficinas de gestión y administración. Junto a la renovación de equipamientos técnicos se instaló nuevo mobiliario fabricado por la Escuela de Oficios de la UNLP.

Las otras dos emisoras de la muestra (UNER Paraná y UNTdF Río Grande), como la mayoría de las RRUU surgidas en los últimos 30 años, se encuadran en el sistema emisor mediante la modulación de frecuencia (FM), tal como lo dispone la autoridad de aplicación, responsable de asignar canal de emisión, potencia del transmisor, altura de la torre portadora de la antena y otros parámetros técnicos. Ambas resuelven sus tareas en un estudio y un control técnico en espacios reducidos donde también se realizan las tareas técnicas y administrativas.

Muchas de las emisoras universitarias, surgidas a partir de 1990, debieron solicitar la reconsideración de los parámetros autorizados y denunciar interferencias producidas por emisoras, autorizadas o no, emitiendo en la misma frecuencia, tal el caso de la Radio de Paraná, cuya emisión se vio perturbada por una radio de la ciudad de Santa Fe, al otro lado del Río Paraná. Otras tantas, han presentado solicitudes para ampliar la potencia autorizada, con el fin de mejorar su alcance territorial, también debido a la proliferación de medios, sobre todo en zonas de espectro radial finito y densamente pobladas como en el AMBA.

Esa situación, la sobrepoblación del espectro en el sur del Gran Buenos Aires, AMBA, hace muy difícil hallar un canal de frecuencia modulada disponible, por lo

tanto la radio de la Universidad Nacional de Avellaneda, desde el año 2012, ha emitido en carácter de prueba, con 150 vatios de potencia, lo que apenas permite que sea escuchada únicamente en la sede donde se halla la emisora y en la frecuencia de 90.3 MHz. y por lo tanto, como se verá más adelante, ha hecho un gran desarrollo en sus versiones digitales, tanto en la emisión por *streaming* como en su aplicación para el sistema *android* mediante el que operan las mayoría de los teléfonos celulares.

Mientras aguarda la frecuencia definitiva, Radio UNDAV logró armar dos estudios y dos controles y cuenta con dos áreas para la producción de radio y TV. El transmisor de baja potencia y alcance reducido permitió durante casi 10 años que la radio sea sintonizada en forma restringida en el ámbito de la sede de la calle España 350, Avellaneda, donde se dicta la Carrera de Periodismo de la UNDAV.

5. Dimensión tecnológica: Adaptación y utilización de las nuevas tecnologías

En la segunda década del siglo en la mayoría de los formatos radiales conviven los clásicos sistemas de emisión mediante antena “en el aire” con servidores de internet y las señales van vía *streaming* hacia nuevas plataformas. Hay radios que incluso se crearon directamente para el desempeño digital, tanto en la órbita universitaria como en forma privada.

Los nuevos modelos de gestión radial digital, impactan también en los formatos y contenidos, tanto en la recuperación de viejas formas de hacer radio, como en el recurso de recuperar lo emitido mediante registros digitales en plataformas. Sobre todo, al incorporar el acceso a las llamadas redes sociales junto al uso de dispositivos móviles, la expansión de los medios tradicionales registra un nuevo proceso de mediatización, que en el caso que abordamos se sintetiza en el siguiente cuadro.

Cuadro 4 - Adaptación y utilización de nuevas tecnologías

Radio	La Plata AM/ FM	Paraná FM	T. del Fuego FM	Avellaneda FM
Nombre	Radio Universidad de La Plata	Radio UNER Paraná	Radio Universidad	Radio UNDAV

Universidad	UNLP	UNER	UNTdf	UNDAV
Transmisión digital	Si	Si	Si	Si
Tipo de sistema	<i>Streaming</i> para ambas emisoras	<i>Streaming</i>	<i>Streaming</i>	<i>Streaming</i>
Proveedor de servicios de internet	Desde 2012 a cargo de la propia UNLP	Es propio depende del área de sistemas de la universidad	Empresa Solumedia	Desde 2012 cargo del área de informática de la UNDAV
Características del servicio (velocidad, capacidad, etc.)	No informado	No hay restricciones, está alojado en un servidor dedicado para servicios de <i>streaming</i>	SHOUTCAST / Aacplus. 32kbps 44,1khz Parametric Stereo V2 / 1000 accesos simultáneos.	Información reservada. Está a cargo de la Dirección de Informática de la UNDAV
Sitio web	https://www.radiouniversidad.unlp.edu.ar/	https://siruner.uner.edu.ar/public/online/FM100.3.php	www.untdf.edu.ar/radioenvivo (micrositio propio en desarrollo)	Desarrollado por personal de la radio http://radio.undav.edu.ar/
Redes sociales y/o plataformas				
Facebook	Si	Si	Si	Si
Linkedin		Si		
Instagram	Si	Si	Si	Si
Twitter	Si	Si	Si	Si
YouTube	Si	Si	Si	Si
Ivoox	--	--	--	--
Spotify	--	Si	--	Si
SoundCloud	--	--	--	--
Otras	No informada	TUNE IN, Radio Garden, Radio CUT, Raddios	No informada	No informada
Aplicación propia	Si	No tiene	En desarrollo	Si

Whatsapp	Si	Si utiliza	Si	Si
Telegram	No informada	No	No informada --	Si
Otras	No informada	No informada	No informada	No informada

Fuente: Elaboración propia

Las radios han adoptado las nuevas tecnologías en la última década, tanto para los procesos de emisión por *streaming* como para la interacción actores oyentes, incorporando servicios de accesos post y pre radiales, complementarios de la emisión tradicional. La posibilidad de escuchar la programación convencional mediante aplicaciones en los teléfonos inteligentes o en otros dispositivos, viene precedida por adelantos de audio e incluso imágenes referidas a los programas y sus contenidos. Y luego, junto al registro completo del programa, se hallan en redes y en formatos como *podcast*, recortes sobre pasajes o entrevistas que se realizaron durante la emisión.

Al indagar sobre este punto, se hallan coincidencias en la necesidad de acceso y expansión mediante estos recursos en las cuatro emisoras. Las cuatro radios tienen su propio sitio en internet o página web. Pero en el caso de Radio UNDAV, la alternativa ante la falta de autorización y frecuencias definitivas, resulta sustancial para la concreción del proyecto radial. La emisión por *streaming* arrancó en el mismo acto de inauguración de la radio el 7 de mayo de 2012, y desde el año 2016, mediante la creación de una aplicación para ser utilizada en celulares que utilizan la plataforma *Android*, la radio provee su emisión de programación y el acceso a todas las redes que aparecen en el cuadro anterior.

6. Dimensión presupuestaria: Financiamiento y sostenibilidad económica

Otro contraste que surge de la investigación es el que procede de los distintos modelos y medios de sustentación y mantenimiento de las radios, si bien hay una situación troncal que se vincula con el pago de sueldos para los trabajadores estables y contratados, por parte de la Universidad, el acceso al presupuesto para gastos de servicios o compras de bienes tienen origen distinto en las radios del caso.

Cuadro 5 - Financiamiento y sostenibilidad económica

Radio	La Plata AM/FM	Paraná 100.3	T. del Fuego FM	Avellaneda FM
Nombre	Radio Universidad de La Plata	Radio UNER Paraná	Radio Universidad	Radio UNDAV
Universidad	UNLP	UNER	UNTdF	UNDAV
Área de la que obtiene los recursos presupuestarios	Secretaría de Extensión UNLP / Prosecretaría de Medios	Se obtienen del presupuesto universitario y de un propio producido que se compone de la venta de publicidad y la presentación de proyectos en distintos organismos.	RECTORADO / Dirección de Comunicación / proyectos de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU), Ministerio de Educación de la Nación.	Se obtienen del presupuesto universitario asignado a la Secretaría de Investigación y Vinculación Tecnológica e Institucional, área que dispone la asistencia a la emisora.
Maneja presupuesto propio	Si	Si	No	No
Maneja su propia administración presupuestaria	Si	El Área de Comunicación y Medios está en proceso de conformación, construyendo un circuito administrativo que tiende a la autonomía.	No	No
Recursos publicitarios	Si	Si	No	No
Publicidad oficial	Si	Si	No	No
Publicidad Privada	Si	Si	No	No

Auspicios	Si	Si	No	No
Donaciones	--	--	No	No
Otros ingresos	No informa	Sí. Por coproducciones publicitarias de los actores de los contenidos de ese origen	No	No

Fuente: Elaboración propia

Por su antigüedad la radio de la UNLP, cuenta con presupuesto propio asignado en las partidas de la universidad, sostiene el control administrativo y además desde hace más de 30 años cuenta con recursos publicitarios provenientes de su inscripción ante la agencia Telam, responsable de la administración y liquidación de las pautas de Publicidad Oficial que dispone el Gobierno Nacional, accede a otros recursos provinciales y municipales de igual tenor y ha recibido en menor medida recursos provenientes de la publicidad comercial o privada, generalmente en forma de auspicios o pequeñas pautas.

La radio de la UNER, también recibe, más allá del presupuesto institucional, ingresos por emisión publicitaria oficial y privada, que deben ser procesados por las áreas administrativas de la universidad, pero en el momento de la presente investigación el área de Comunicación y Medios se hallaba elaborando un procedimiento administrativo y de control de recursos que le permita a la radio moverse con autonomía. Finalmente, la emisora recibe ingresos por medio de las coproducciones de programas que suman pautas publicitarias generados por los responsables de los espacios de cogestión privada y radial.

Los responsables de las radios de la UNTdF y UNDAV no manejan el presupuesto y tampoco tienen ingresos por publicidad, debiendo recurrir a las áreas de las que dependen toda vez que se requieran fondos para compra de insumos o para la reparación y mantenimiento de equipamiento.

7. Dimensión organizacional: Estructura organizativa y gestión de talento

Una antigua discusión gira en torno de la convocatoria y el encuadre del personal de las RRUU. Involucra a los perfiles profesionales que requiere una emisora radial y la

convivencia con las categorías y misiones y funciones del personal docente y sobre todo el nodocente que revista en la UUNN.

Se muestra en el siguiente cuadro la constitución de los planteles de trabajadores, su encuadre y preparación formación, para integrar el equipo de gestión de talento (Loretti, 2019) y sus responsabilidades en el proyecto de comunicación radial de cada una de las radios. Aparece en el siguiente cuadro otra de las evidentes diferencias en la organización y el recurso profesional.

Cuadro 6 - Estructura organizativa y talento profesional

Radio	La Plata AM/ FM	Paraná FM	T. del Fuego FM	Avellaneda FM
Nombre	Radio Universidad de La Plata	Radio UNER Paraná	Radio Universidad	Radio UNDAV
Universidad	UNLP	UNER	UNTdF	UNDAV
Cantidad total de Personal	71 (Entre Locutores, operadores, periodistas)	3	4	10
Área técnica	--	--	--	1
Docentes	--	--	--	3
No docentes	52	Nodocentes	4	Todo el plantel revista como nodocente. Aunque tres personas también desarrollan actividad docente en la UNDAV
Estudios	30		2 Operadores	3 operadores
Planta Transmisora	6	--	--	--
Área periodística	--	--	1	--
Área	--	--	--	1

producción				
Área digital	--	--	--	1
Personal en relación de dependencia	61	--	Todos en planta permanente	10 en planta permanente 2 concursados
Personal contratado	10	--	--	1
Locutores	10	--	--	3
Operadores	8	1	2	3
Periodistas	--	2	1	1
Productores	--	--	--	1
Operadores de redes	--	--	--	--
Personal auxiliar	Compartido con las otras dependencias del edificio "S. Karakachoff"	--	--	--
Personal de mantenimiento	Compartido con las otras dependencias del edificio "S. Karakachoff"	--	--	--
Otros	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

La coincidencia, más allá de lo cuantitativo revela que la incorporación del personal se produce y destina al claustro nodocente de la universidad, en la totalidad de los planteles de las radios analizadas. Pero la dinámica de la creación de radios generada a partir de la Ley de SCA no se equipara con la incorporación de una dotación mínima que permita la cobertura integral de las demandas de la radio. Salvo el caso de la UNLP, también producto de su antigüedad y conformación como medio, las tres restantes requieren de la utilización tecnológica y una carga laboral adicional, para cubrir las 24 horas de transmisión. Es frecuente, en ellas, que se utilicen programas de otras emisoras o producciones grabadas previamente, para articular una continuidad de contenidos.

El proyecto de radio más longevo de la investigación sostiene, más o menos sin variantes, patrones de trabajo como el que tuvieron las radios de AM comerciales y aún mantienen las históricas públicas en la Argentina: áreas delimitadas por función, sistema de administración, plantel profesional, recursos periodísticos, etc. Frente a ello la decisión de operar radios con bajo presupuesto y, a veces, sin supervisión de contenidos parece reñida con el desafío que asumen las casas de estudio al aceptar poner en marcha sus medios audiovisuales. Y como afirma y fundamenta Loretta (2019) egresados de las carreras de comunicación o periodismo formados en las universidades públicas que cuentan con radio, son apreciados en la actividad privada, mientras no suelen incorporarse formalmente a las emisoras de la institución en la que se graduaron.

8. Dimensión territorial: Vinculación y/o articulación social en el área primaria de cobertura

En el caso de la UNLP, las dos emisoras tienen distinta relevancia. La más antigua del país es una de las dos tradicionales de AM de la ciudad de La Plata, junto a LS11 Radio Provincia de Buenos Aires. Durante muchos años fueron los únicos medios radiales locales, compitiendo frente al alcance de las potentes radios en AM de la Ciudad de Buenos Aires. Ambas son radios públicas y tienen numerosos puntos de contacto en lo que refiere al impacto con la comunidad platense. Desde la transmisión de los partidos de fútbol de los equipos locales (Gimnasia y Estudiantes), hasta la cobertura periodística local con las agendas oficiales de la capital de la provincia, la llegada con contenidos generalistas sostiene una interacción permanente con las audiencias locales de la región y el Gran La Plata.

Impulsadas por las apariciones de emisoras de FM sin autorización después de la recuperación de la democracia, las dos radios históricas de La Plata, solicitaron que se les autorice incursionar por el mundo FM, donde veían una competencia territorial inesperada.

En junio de 1989 se autorizó a la Universidad a instalar y poner en funcionamiento un servicio de frecuencia modulada en 107.5 MHz, que fue inaugurada el 1 de noviembre de ese año. FM Universidad. Según Gabriel Morini (2019), el desafío era

producir una radio destinada a los jóvenes estudiantes que llegaban desde todos los puntos del país para iniciar su vida universitaria en la ciudad de La Plata.

Las estaciones de FM de las universidades restantes, salvo la de Avellaneda, impactan en la comunidad al transformarse en una opción alternativa en el territorio, debido a la posibilidad de la emisión por aire y se suman a la oferta mediática como otra opción. A estas referencias preliminares se suman a las que se describen a continuación:

Cuadro 7 - Vinculación y/o articulación comunitaria y social en el área primaria de cobertura

Radio	La Plata AM /FM	Paraná FM	T. del Fuego FM	Avellaneda FM
Nombre	Radio Universidad de La Plata	Radio UNER Paraná	Radio Universidad	Radio UNDAV
Universidad	UNLP	UNER	UNTdF	UNDAV
Vínculo con la comunidad y el territorio	Referenciada en la comunidad universitaria sobre todo desde la inauguración de la estación de FM. Los contenidos generalistas y culturales interactúan con la comunidad platense	Sí. Existen vínculos directos con la comunidad y el territorio. Vinculación con organizaciones sociales, no gubernamentales. Se acompañan los proyectos en los que la universidad se involucra en el territorio. La radio apoya esas iniciativas de la universidad y trata de vincularse a partir de cubrir reclamos, necesidades.	Hay articulación.	La comunidad es interpelada desde los programas que son realizados íntegramente por personas vinculadas directamente con la universidad (plantel de la propia radio o los productores y actores que desarrollan programas que provienen de la actividad académica, sindical, nodocente, etc.)
Participación de la	Coberturas de carácter general	Divulgación de actividades,	Mediante la Jornadas de	La comunidad universitaria y en

comunidad en los contenidos	atravesan la programación de AM y FM. Se recuerda la acción de la radio en defensa de la vigencia plena de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y organizó recitales y otros eventos junto a la AFSCA. También acompaña el desarrollo de actividades comunitarias en La Plata y en Ensenada. La comunidad no universitaria participa a través de instituciones intermedias.	referentes culturales, debates locales. La comunidad no universitaria conforma parte importante de la programación	sensibilización o concientización en temas sensibles para la comunidad organizadas desde la radio en: Suicidio, Economía Social, Discapacidad, Soberanía, Violencia de Género.	general, participa desde las coberturas de los programas periodísticos. Debido al escaso alcance de la emisión se halla restringida la convocatoria directa.
Radio desde exteriores	La radio tiene un equipo móvil nuevo, un estudio móvil, una cápsula que se acopla por partes para armar un estudio con tratamiento acústico.	Sí.	No. Para coberturas en exteriores no se cuenta ni con personal ni con recursos económicos para traslados o movilidad.	Se desarrollan distintas coberturas en las sedes de la universidad desarrolladas por carreras, y secretarías y los actos de colación
Coberturas periodísticas	La radio siempre genera contenidos desde la calle, tanto en AM como en FM.	Sí	Participación en Intersindical para el armado de actos 24 de marzo, 2 de abril, marchas por la soberanía nacional, o en defensa de la	Solamente se cubren las actividades de la Universidad extra-radiales, cuando estas son autorizadas o solicitadas por el

			educación pública.	rectorado.
Coberturas deportivas	Se transmiten los partidos de fútbol de primera división cubriendo a los clubes de La Plata en torneos locales e internacionales y se hacen coberturas especiales para otras disciplinas incluyendo el deporte universitario.	Se cubren torneos de básquet con la participación de los equipos de Paraná y la transmisión de los partidos del equipo de Patronato	El área de deportes del municipio de la ciudad, Y el Espacio tecnológico para el Desarrollo (una especie de incubadora de proyectos electrónicos). La feria de ciencias de la provincia hace un ciclo corto.	No se realizan. Se releva mediante espacios deportivos vinculados con la actividad universitaria.
Coberturas artísticas y/o culturales	Se organizan recitales musicales y actividades culturales de carácter público y las coberturas de otros eventos	Sí. Se cubren actividades deportivas universitarias y culturales en general, con la colaboración de los coproductores.	Participación en Interclastro junto a otros sectores de la universidad y gremios docentes de la ciudad.	Solamente las actividades culturales que desarrolla la universidad
<i>Cuadro 7 (a) - Obstáculos para la participación desde y hacia la comunidad. Se indagó sobre los siguientes aspectos y situaciones dentro y fuera del ámbito radial universitario.</i>				
Técnicos	No	Hay dificultades por falta de equipamiento	En caso de transmisiones de exteriores no cuenta con los equipos imprescindibles a la fecha	No cuenta con movilidad para los traslados o armado de unidad móvil.
Económicos	Se debe racionar el uso del vehículo de la radio y a veces no se puede contar con el móvil a la tarde.	Hay Limitaciones de la universidad que se cubren con el ingreso de publicidad		Al carecer del manejo del presupuesto, la dependencia de otra área puede demorar o impedir avances en el

				proyecto
Falta de personal	No	Sí. No se cuenta con suficientes recursos humanos	Sí.	Sí.
Herramientas para la vinculación	Se cubren con el móvil las demandas de vinculación externa.	No cuenta con móvil de exteriores	Faltantes técnicos y recursos	Se proyectan nuevas herramientas
Obstáculos Internos de la Universidad	No se registran	No informada	No informada	No informada
Obstáculos Externos	No informada	No informada	No informada	No informada

Fuente: Elaboración propia

Inspirada en el concepto extensionista fundacional, a lo largo de su historia LR11 revela en la propuesta de la programación una vocación abierta hacia la comunidad en general, más allá de los actores universitarios, que se traduce en las coberturas periodísticas, la organización y participación directa en eventos culturales de la sociedad y en el terreno socio-educativo, como se ha señalado anteriormente, la radio se apoya en los recursos de la comunidad universitaria. Pionera en la ciudad de La Plata, la AM compartió junto a Radio Provincia (la emisora pública del gobierno) muchas décadas de coberturas deportivas y sociales, compitiendo incluso con las ondas de las emisoras de la Capital Federal, tan cercanas. Desde los años 70 en adelante, se puede constatar un registro de programas a cargo de actores, instituciones y organizaciones de la comunidad o su participación en los contenidos. Las tres nuevas emisoras de la muestra, como se observa en el cuadro, nacieron en medio del debate abierto por la Ley de SCA, en la búsqueda de la democratización de la comunicación y con las herramientas a su alcance también disponen su articulación con la comunidad. Las presencias en “exteriores” y la participación de la comunidad atraviesan los cuatro proyectos, al tiempo que en todos los casos se manifiestan impedimentos para mejorar esa interacción que van desde los recursos técnicos hasta la falta de personal.

Recitales musicales y actividades culturales de carácter público y las coberturas de actividades deportivas universitarias y culturales en general, se concretan a pesar de

ello con ayuda de la propia comunidad, en otros casos mediante la colaboración de los coproductores o las organizaciones gremiales docentes y no docentes. Otros sectores de la comunidad como gremios, organismos de derechos humanos, colegios profesionales, facultades, organizaciones no gubernamentales, tienen acceso frecuente en estas emisoras universitarias. Más allá de las redes sociales y la colaboración inter radial que se verá más adelante, las radios abordan las agendas locales como parte de sus contenidos, se integran al sistema de medios que se desenvuelven en la misma geografía y ocupan un lugar en los consumos mediáticos de cada localidad.

9. Dimensión trabajo en red: Relación con otras radios universitarias y trabajo en redes de emisoras

Desde el año 1998, con la conformación de la Asociación de Radiodifusoras de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA) el trabajo en red se ha ido profundizando hasta lograr cierta organización producto de la voluntad de los directivos pero sobre todo de los periodistas que se desempeñan en las RRUU. Las radios del caso, asociadas a ARUNA están comprendidas en el trabajo en red y otras formas de vinculación. Esas prácticas se dan en planos bilaterales o multilaterales como informales corresponsalías y adopta características más elaboradas en coberturas especiales (elecciones nacionales o provinciales, emergencias y/o catástrofes, urgencias informativas, etc.). Y alcanza grados de organización superior cuando se trata de proyectos especiales para la generación de contenidos comunes como capítulos de programas colectivos pre-elaborados, desarrollados en diferentes géneros y formatos.

Cuadro 8 - Relación con otras radios universitarias y trabajo en redes de emisoras

Radio	La Plata AM/ FM	Paraná FM	T. del Fuego FM	Avellaneda FM
Nombre	Radio Universidad de La Plata	Radio UNER Paraná	Radio Universidad	Radio UNDAV

Universidad	UNLP	UNER	UNTdF	UNDAV
Participación en redes	Si	Si	Si	Si
Nacionales y/o internacionales	Si	Si	Si	Si
Participación en la red ARUNA	Si	Si	Si	Si
Modo de participación	Asociación y Comisión Directiva	Asociación y Comisión Directiva	Asociación y Comisión Directiva	Asociación y Comisión Directiva
Vinculación con radios universitarias argentinas	El vínculo más importante es con ARUNA la red de radios universitarias de Argentina.	El Prof. Aldo Rotman (Director del SIRUNER), ejerció durante dos períodos la presidencia de ARUNA que es la principal participación de la Radio en redes.	Principalmente la vinculación es con las radios universitarias del país. Mediante la red ARUNA que nuclea las radios de las Universidades Nacionales Públicas de Argentina.	
Vinculación con radios universitarias del exterior	A través de ARUNA también forma parte de la RIU (Ex RRULAC, la Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe, que se expandió al sumar radios de Europa. Y de la ARPUALC, Asociación de Radios Públicas y Universitarias de América Latina y el Caribe	A través de ARUNA también forma parte de la RIU (Ex RRULAC, la Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe), que fue creada durante la presidencia de Aldo Rotman, en 2017 cuando se expandió al sumar radios de Europa. Y de la ARPUALC, Asociación de Radios Públicas y Universitarias de América Latina y el Caribe, de la que es	A través de ARUNA también forma parte de la RIU (Ex RRULAC, la Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe, que se expandió al sumar radios de Europa. Y de la ARPUALC, Asociación de Radios Públicas y Universitarias de América Latina y el Caribe	A través de ARUNA también forma parte de la RIU (Ex RRULAC, la Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe) de la que es miembro promotor y fundador en 2017, cuando, se expandió al sumar radios de Europa. Y de la ARPUALC, Asociación de Radios Públicas y Universitarias de

		miembro fundador.		América Latina y el Caribe, fundada en México mediante el acuerdo iniciado por el Director de medios de la Undav, Mario Giorgi, el Presidente del IMER, Carlos Lara y el titular de la RREUCH, David Dahma. participación de la participación
Redes Internacionales	RIU	RIU	RIU	RIU y ARPUALC
RIU	Miembro	Miembro fundador	Miembro	Miembro fundador
ARPUALC	Miembro	Miembro fundador	Miembro	Miembro fundador
Contenidos y modos de Participación	Entre los años 2012 y 2014 se produjo el ciclo "Vamos las radios". (Ver aparte). También se aportan voces y grabaciones para los institucionales de ARUNA y para campañas específicas diseñadas por la red.	Genera contenidos a través de coberturas periodísticas, informes y análisis según los temas lo requieren.	Se colabora en la producción de contenidos o envíos de pedidos específicos. En caso de que algún integrante de la red de productores de ARUNA solicite un contacto, o se envían informes específicos para quien los solicita. Se destaca el caso de El caso de "El Hilo Violeta", programa en el que Radio UNTDF hace la curación de contenidos, edición	Radio UNDAV ha generado y diseñado contenidos para la red ARUNA, incluidos en el Fondo de Fomento destinado a las RRUU por el Poder Ejecutivo, mediante la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación y ha generado contenidos para la RIU y la ARPUALC

			y carga online, se envía por mail a 12 emisoras universitarias.	
Coproducciones	El más importante fue el ciclo "Vamos las radios", fue un informativo universitario de frecuencia semanal que se realizó en base a los aportes informativos de las emisoras asociadas a ARUNA. Una agenda que va tomaba noticias de las diferentes universidades mediante sus radios para la producción de la información.	Sí. La más importante por formato y género es "Cuando vuelvas del olvido" radionovela binacional cuya temática gira en torno a los desaparecidos durante la dictadura militar en Argentina y los exiliados argentinos en México, entre los años 70 y 80. Una coproducción de Radio UNAM, el Sistema Integrado de Radio de la UNER y la Radio Universidad Nacional de Rosario. (Argentina). www.cuandovuelvasdelolvido.net	Se edita contenidos para SOMOS RIU, 3 contenidos mensuales aproximadamente desde Noviembre de 2018 a la actualidad.	"Somos RIU" un ciclo de presentación de la Red de Redes a cargo de Radio UNDAV y emisoras universitarias de otros países, "Una tarde para ARPUALC" de idéntico tenor y ciclos o programas especiales que describen las radios y sus universidades en el marco de la RIU.
Producciones de investigación, literarias u otras	La radio colabora con la grabación de audios, la obtención de testimonios y tenemos a disposición el Archivo de la Palabra, cuyos contenidos están siendo publicados en una plataforma de acceso público.	Se producen intercambios, coberturas, circulación de producciones.	Registra descargas de los programas online que genera. Y algunas cápsulas son descargadas por diferentes medios sobre todo en fechas claves como el 2 de abril en la Argentina "Día del Veterano de Guerra"	La Radio Dirige la "Colección Radio escrita" una serie de hasta hoy, 5 volúmenes editados por UNDAV Ediciones y ha generado programas y podcast con investigadores y científicos en diferentes formatos.
Participación en otras	La radio participa ocasionalmente en	Participa en redes de Comunicación, DDHH,	Forma parte de la Red RUGE	Los contenidos radiales y

redes no de emisoras de radio	representación de la UNLP en la Comisión de Comunicación del CIN. En el ámbito de la UNLP integra parte de la Secretaría de Extensión y participa del Consejo Social y otros foros donde se valora el rol de la radio en la comunicación de la universidad con sus públicos. Destaca la convocatoria de la Defensoría del Público de SCA, para la elaboración de un manual de buenas prácticas periodísticas en ocasión de catástrofes, a raíz de la cobertura realizada por la radio en la inundación que padeció La Plata el 2 de abril de 2013.	sociales, etc. (no sistematizadas).	(Género) / la radio integra en la universidad las comisiones de Discapacidad y la de Bienestar estudiantil. La radio y la Universidad cumplen con las misiones y funciones encomendadas por el Rector ante cada red del CIN.	audiovisuales se envían al ILCE (Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa) y a los servicios de difusión de la UDUAL (Unión de Universidades de América Latina). Junto a UNDAV Ediciones, Radio UNDAV editó 5 libros de su colección "Radio escrita" entre 2015 y 2018.
Participación Académica	Secretaría de Extensión y Facultad de Periodismo y Comunicación Social.	No informa	Todos los NoDocentes de la radio, son también docentes e investigadores en la Licenciatura en medios audiovisuales.	Tres integrantes del plantel de la Dirección de Medios de la UNDAV desarrollan actividades docentes y han producido escritos, publicaciones y ponencias de consulta académica, sobre

				Radio UNDAV y el general sobre las RRUU latinoamericanas y españolas.
Derechos Humanos	No informa	Red de DDHH.	Las trabajadoras de Radio UNTDF participan además en la RED RUGE del CIN y en la RED de prensa de UUNN. Contribución e intercambio de contenidos con la Campaña por el Aborto Legal, Seguro y Gratuito.	Se desarrollan campañas de divulgación y colaboración con la Red de DDHH del CIN. Y coberturas especiales en articulación con organismos oficiales y de DDHH de todo el país.

Fuente: Elaboración propia

Uno de los puntos en común de las radios analizadas, lo constituye su participación y compromiso en la red argentina ARUNA, no solo como asociadas, sino integrando la Comisión Directiva de la entidad. Con la participación de las nuevas radios creadas tras la sanción de la Ley de SCA, ARUNA se reactivó notablemente a partir de 2009 y hoy es una red muy fuerte, a tal punto que el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) la ha tomado como propia y le imprimió la formalidad que le faltaba para ser el ámbito legítimo del mundo radial universitario.

9.1 Asociación de Radiodifusoras de Universidades Nacionales Argentinas

Constituida el 7 de julio de 1998, registra el compromiso pionero de la radio de la UNLP, fortalecido durante la presidencia de ARUNA en la gestión del Lic. Omar Turconi quien, entre otras acciones, incluyó el aporte de la red universitaria y sus emisoras al diseño de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y también por el empuje que se le dio a la creación de medios en las universidades públicas y la relación con otras redes de otros países.

ARUNA es una asociación civil sin fines de lucro y al mismo tiempo es una red del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN), siendo entre esas organizaciones, que

articulan con el consejo de rectores de las universidades públicas, la única con esa característica e inscripción como tal en la Inspección General de Justicia (IGJ) de la Nación.

La definición de los propósitos de la red, según el estatuto actualizado en ocasión de los 90 años de la radio de la UNLP en 2014, se sintetiza en afianzar los principios y derechos que garanticen la existencia de una radiodifusión de origen universitario, libre y estable al servicio del país, que defienda los ideales democráticos y normas constitucionales que regulan la vida de la Nación y que estimule la cultura nacional y regional en todas sus expresiones. Además desarrolla un trabajo de fortalecimiento y promoción de las radios universitarias argentinas. Constituida como interlocutor frente a los organismos estatales que regulan la radiodifusión nacional.

Que las cuatro emisoras del caso coincidan en integrar ARUNA y participar en la Comisión Directiva, es una de las pocas equidades que se hallan en la presente investigación y ello responde a las políticas institucionales de sus universidades. Establecer vínculos de cooperación y colaboración, estrategias de actualización en políticas de medios que redunden en acciones que han existido desde la creación de las tres radios más jóvenes y que por dimensión y trayectoria sostiene la radio más antigua. La tarea en redes, es importante destacar, se realiza ad honorem y depende de la voluntad de las conducciones de cada radio, muchas veces situada por sobre la de la propia autoridad institucional.

El ciclo “Vamos las radios”, es un claro ejemplo de la intención colaborativa y voluntarias de las radios. Generado en los estudios de La Plata, abrió canales de comunicación con todas las estaciones radiales de ARUNA e incluyó información de sus universidades, y en ocasiones fue co-conducido por el Maestrando, registrándose un programa histórico de cuatro horas de duración emitido en octubre de 2013 desde los estudios de la radio de la Universidad Javeriana en Bogotá, Colombia. Por allí desfilaron todos los acentos y las culturas radiales universitarias latinoamericanas, en el marco del segundo encuentro de la RRULAC, cuando ya se había invitado a participar a emisoras de Europa, en carácter de observadoras. Las cuatro emisoras del presente trabajo, transmitieron “Vamos las radios” en directo o diferido, de acuerdo con sus posibilidades, entre otras treinta emisoras de la red.

9.2 Radio Internacional Universitaria (RIU - Ex RRULAC)

La Radio Universitaria Internacional (RIU – Red de Redes) fue creada en el año 2017 como sucesora de la Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y El Caribe (RRULAC), a partir de la integración bi-continental cuando se sumaron primero la red española ARU (una de las impulsoras de la nueva red) junto a las emisoras de RedUni de Italia y la incorporación de radios universitarias portuguesas.

La reorganización de la red fue organizada en la Argentina por las radios de la UNER y la emisora de la UNDAV, miembros activos de ARUNA, en ocasión de presidir la RRULAC el titular de la red argentina Profesor Aldo Rotman quien además se desempeñaba al frente del sistema de radios de la universidad de Entre Ríos. Desde la red española ARU, su presidente Doctor Daniel Martín Pena fue el gestor del encuentro en Badajoz, donde se generaron comisiones de trabajo, recayendo la de generación de contenidos comunes en la responsabilidad del Maestrando, creador de los ciclos “Mundo RIU” y “Somos RIU” destinados a sumar en cada programa la participación de entre seis u ocho emisoras asociadas.

Al igual que su antecesora, la RIU – Red de Redes, ratifica a la comunicación como un derecho humano irrenunciable, en consonancia con los acuerdos internacionales en la materia. Desde el año 2009, cuando las redes de México, Chile y Colombia, buscaron los primeros acuerdos, se sostiene la definición integradora de una red de buena voluntad conformada por redes nacionales en condición de miembros directos y radios asociadas pertenecientes a instituciones de educación superior de todo el mundo. A los intercambios para sostener el desarrollo académico y de proyectos de comunicación, sin fines de lucro, también se ratificaron y profundizaron los principios organizativos que se bosquejaron en 2009.

La RIU reúne a alrededor de 400 emisoras en 17 países, para las que coordina, genera y promueve la integración de las radios universitarias, su incorporación libre a la red, el desarrollo de sus miembros y el desarrollo social, humano e intelectual de las comunidades universitarias. Mediante el intercambio internacional, las diferencias, similitudes y culturas mediante la producción de proyectos y contenidos en el cruce de experiencias y temáticas de interés común.

La RIU ha continuado abriendo temáticas de debate sobre el rol de las radios universitarias, la multiplicación de voces con nuevas emisoras desde las entidades

académicas para lo cual sus directivos van en consulta y constituyen una referencia para las nuevas experiencias.

La RIU trabaja en el armado de una plataforma para compartir proyectos, formatos y contenidos generados desde sus miembros respetando los modelos de gestión de cada proyecto individual. Y mientras espera su incorporación al Comité de Radio de la UNESCO, insiste en favorecer la libertad de expresión y al derecho a la información en nuestra región, la democratización de los medios, fungiendo como alternativa ante los medios hegemónicos y siendo parte de ellos, sostener el fortalecimiento de los medios públicos.

Si bien se adjunta un dossier en el Anexo, vale la pena destacar que integran la RIU, las redes argentina (ARUNA), chilena (REUCH), ecuatoriana (RREU), de México (RRUM), Colombia (RRUC), Brasil (RUBRA), España (ARU) e Italia (RadUni). Y revistan como emisoras asociadas las tres de la Universidad de Costa Rica, las dos de la Universidad Centroamericana de Nicaragua y las emisoras de Uruguay (Universidad de La República), Paraguay (Universidad Nacional del Este), Venezuela con dos radios (Universidad de Zulia y Universidad de Carabobo) tres de Portugal (Universidade do Albarve, Universidade do Minho y Universidade de Trás-os Montes e Alto Douro). En Bolivia la de la U. Católica Boliviana “San Pablo” y, en Honduras la de la Universidad Nacional Autónoma

9.3 Asociación de Radios Públicas y Universitarias del Caribe (ARPUALC)

En el año 2016 representantes de países de América Latina y El Caribe, disponen la creación de una nueva red de radios públicas y universitarias, la Asociación de Radios Públicas y Universitarias del Caribe (ARPUALC). Una iniciativa del maestrando, junto al entonces titular del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) Carlos Lara y al presidente de la red chilena de radios universitarias, David Dahma. La asociación inspirada en la idea de contar con un marco de articulación entre países (medios públicos nacionales, provinciales, municipales) y radios de universidades, para intercambiar conocimientos, experiencias y contenidos, a fin apuntalar la actividad radiofónica de la región.

La Oficina de la UNESCO participó como invitada permanente en las reuniones de trabajo de la ARPUALC, los que se enfocaron primero a la creación y presentación

de la red en las instalaciones del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) con la participación de representantes de Costa Rica, Cuba, Uruguay, Puerto Rico, Chile, México, Perú, El Salvador, Argentina y México, y con la presencia de la Directora y Representante de la Oficina de la UNESCO en México, Sra. Nuria Sanz.

La idea de utilizar la radio pública y la radio universitaria para generar nuevos y mejores contenidos destinados a toda la sociedad y a toda la diversidad cultural con la que cuenta Latinoamérica, colisiona con las modificaciones en las administraciones de los distintos espacios y los cambios gubernamentales, haciendo muy difícil el sostenimiento y la colaboración voluntaria.

El Maestrando ocupó la Secretaría de Planificación y Desarrollo de ARPUALC entre 2016 y 2020 y radio UNDAV fue la responsable de organizar, producir y emitir el ciclo “Una tarde para ARPUALC” destinado a presentar las radios, sus países, sus culturas en una transmisión en vivo que se realizó en vivo, compatibilizando los husos horarios de los países intervinientes mediante sus radios públicas y universitarias.

En sus estatutos, la ARPUALC estableció como objetivo principal la afiliación y representación de radiodifusoras públicas y universitarias orientadas a fomentar la diversidad cultural y la educación como un derecho humano, mismo que suscribieron dieciséis países de la región.

9.4 Participación en otras redes no radiales

Como consta en el cuadro, LR11 participa en la Comisión de Comunicación del CIN, encargada de coordinar mediante los rectores que la presiden las redes ARUNA y RENAU (Red Nacional Audiovisual Universitaria), al igual que las otras tres emisoras.

La radio pionera forma parte de la Secretaría de Extensión y participa del Consejo Social de la UNLP y otros foros donde se valora el rol de la radio en la comunicación de la universidad con sus públicos. Destaca la convocatoria de la Defensoría del Público de SCA, para la elaboración de un manual de buenas prácticas periodísticas en ocasión de catástrofes, a raíz de la cobertura realizada por la radio en la inundación que padeció La Plata el 2 de abril de 2013.

La radio de Paraná participa en redes de Comunicación, DDHH, sociales, etc. En forma ocasional articulando con las representaciones de la UNER en esas redes. Mientras tanto, la radio de la UNTdF tiene un rol activo en la RUGE, Red (Universitaria de Género) e integra en la universidad las comisiones de Discapacidad y la de Bienestar estudiantil.

En el caso de Radio UNDASV, La radio y la Universidad cumplen con las misiones y funciones encomendadas por el Rector ante cada red del CIN (Comunicación, Internacional y Editorial), desde su participación en ARUNA y en el CIN, enviando sus contenidos radiales y audiovisuales (Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa) y a los servicios de difusión de la UDUAL (Unión de Universidades de América Latina) y finalmente sosteniendo en la editorial universitaria (UNDAV Ediciones) su propia colección “Radio Escrita”, dirigida por el maestrando, que ya lleva editados cinco volúmenes escritos y producidos desde la emisora.

10. Complementos periodísticos

Si bien no se halla comprendido en la exposición de las dimensiones expuestas, como se señaló anteriormente, a modo de complemento, se realizó un relevamiento para determinar cómo resuelven los contenidos periodísticos, las cinco radios universitarias analizadas, en el marco del proyecto comunicacional. Entendiendo que, dadas las características de la Maestría a la que se aspira, resultaba pertinente anexar una consulta mediante las encuestas elevadas a los responsables de las cuatro emisoras de la muestra, la siguiente sección:

Cuadro 9 - Complementos periodísticos

Radio	La Plata AM/ FM	Paraná FM	T. del Fuego FM	Avellaneda FM
Nombre	Radio Universidad de La Plata	Radio UNER Paraná	Radio Universidad	Radio UNDAV
Universidad	UNLP	UNER	UNTdF	UNDAV
¿La programación incluye	Sí. Son el componente principal de la	Sí. Dentro de los programas	Sí. Dentro de los programas	Durante el segmento en vivo de la

contenidos periodísticos?	programación.			programación y de lunes a viernes entre las 12 y las 19 hs.
Servicios periodísticos	Sí. Se presentan en distintos formatos.	Se contemplan en las coproducciones de programas en el segmento de la mañana.	Se genera desde la radio, un "Resumen Diario de noticias" de 18 minutos de duración. Noticias propias y de agencias y portales.	
Informativos	Si en la AM y la FM. Se incluyen panoramas de noticias	No	No	Sí
Frecuencia de emisión	El informativo sale cada 30 minutos en AM y cada 60 minutos en FM. En AM sale con el top horario y tiene un panorama a las 8, otro a las 12 y otro a las 19. Los panoramas son de 10 minutos de duración.	--	El Resumen es diario una vez por día.	Cada una hora de lunes a viernes entre las 12 y las 19
Agendas para el abordaje periodístico	La agenda temática es un compuesto entre temas propios de la UNLP y temas de la agenda política en general. Las noticias internacionales también tienen lugar cuando son importantes, sobre	Agendas con perspectiva universitaria pero sujeto a los responsables de los espacios.	Noticias locales, provinciales, patagónicas y nacionales. Noticias con perspectiva de género, lenguaje inclusivo, atención a la discapacidad, promoción de la defensa de los recursos naturales y de los territorios	Información generalista pero centrada en noticias locales, universitarias de las distintas áreas de la UNDAV, provinciales y nacionales.

	todo las de América Latina		insulares, promoción de la Ley 19640, nuevos consumos, deportes electrónicos, deportes no profesionales. Comunicación democrática.	
Manual de Estilo	Hay acuerdos generales sobre la estética o las estéticas habilitadas pero no están formalizados en un manual.	No	No es un manual, es un instructivo para el envío de audios, materiales para ser utilizados por todos los programas. Hay un acuerdo tácito interno entre quienes manejamos las redes respecto de los números o palabras claves en las publicaciones.	No hay manual de estilo solo el abordaje de las noticias con mirada universitaria con recurso permanente a las recomendaciones de la defensoría del Público de SCA y los aportes de la Ley 27499 conocida como "Ley Micaela" en el tratamiento de temas con perspectiva de género
Participación de estudiantes de periodismo	Sí, la hay. En parte porque el personal periodístico se ha formado en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Y existen acuerdos con los Talleres de Producción Radiofónica para	Sí participan	La UNTdF no tiene carrera de periodismo.	Si participan en asistencia de producción y en la propuesta y desarrollo de espacios periodísticos desarrollados íntegramente por estudiantes y en algunos casos con supervisión de los docentes de la carrera de

	que sus estudiantes hagan prácticas en algunos segmentos de la programación.			periodismo.
--	--	--	--	-------------

Cuadro 9 (a) - Acceso a la información

Por suscripción (agencias y servicios)	Suscripción a la agencia de noticias Telam	No	No	No
Portales digitales	Solo para consulta y eventual actualización en el desarrollo de las noticias	Los productores de los espacios de coproducción consultan portales de noticias diversos	Si para consulta	Se recurre a portales digitales para la actualización de información nacional, preferentemente Telam
Corresponsalías	Red estable de Corresponsales de ARUNA			
Intercambio con otras radios universitarias	Sí, a través de ARUNA hay una vinculación que permite acceder a información universitaria con fuentes de primera mano. Y la información local de las provincias y/o ciudades donde se hallan los colegas de las RRUU. Y ocasionalmente con colegas de las	Sí, a través de ARUNA hay una vinculación que permite acceder a información universitaria con fuentes de primera mano. Y la información local de las provincias y/o ciudades donde se hallan los colegas de las RRUU. Y ocasionalmente con colegas de las	Sí, a través de ARUNA hay una vinculación que permite acceder a información universitaria con fuentes de primera mano. Y la información local de las provincias y/o ciudades donde se hallan los colegas de las RRUU, Y ocasionalmente con colegas de las	Sí, a través de ARUNA hay una vinculación que permite acceder a información universitaria con fuentes de primera mano. Y la información local de las provincias y/o ciudades donde se hallan los colegas de las RRUU. Y ocasionalmente con colegas de las

	radios de la RIU	radios de la RIU	radios de la RIU	radios de la RIU
Otros recursos	Coberturas con periodistas de la radio sobre las noticias de la UNLP y de la ciudad de La Plata en la información general.	Portal informativo de la Gobernación de E. Ríos, la legislatura y la municipalidad de Paraná y medios locales.	Grupos de Whatsapp de periodistas de radios de ARUNA	Portal informativo de la Municipalidad de Avellaneda y medios locales del Partido de Avellaneda

Fuente: Elaboración propia

En la radio de la UNLP, la presencia de la noticia, constituye un pilar de la programación, a los espacios periodísticos, se debe agregar la el rol del servicio informativo, que durante toda la semana ofrece los tradicionales boletines de noticias que relevan el material recogido por los programas mediante los audios de las entrevistas realizadas y se complementa con la redacción de noticias. El servicio informativo se logró restaurar en el año 2010 y hay que sumarle la participación del móvil de exteriores y los corresponsales, con lo que se llega a completar la información local, en los formatos breves de noticias en horarios fijos y su versión más completa en panoramas informativos.

Las otras tres emisoras de la muestra, como surge en el cuadro, no pueden contar con un servicio informativo tradicional y se ocupan de incorporar información generalista dese los portales de noticias, las áreas de prensa gubernamentales nacionales y locales y lo producido durante las entrevistas que se realizan en los programas de coproducción, como en el caso de Paraná o el espacio periodístico central que se produce en Rio Grande y en Avellaneda. Desde luego que la información institucional, la divulgación científica y las noticias de la comunidad y los claustros, se deben incluir como parte de los contenidos periodísticos.

Por último, corresponde destacar los esfuerzos colaborativos y voluntarios de los integrantes de todas las emisoras que se hallan nucleadas en ARUNA, que acordaron iniciar un sistema de intercambio de producción en información que funge como una verdadera red de corresponsales, que cubren las noticias salientes de cada provincia o localidad donde se halla la radio y aportan su participación en transmisiones especiales como coberturas electorales, emergencias o catástrofes, siempre desde la mirada alternativa mediática universitaria.

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES

1. Cerca de la centuria de la radio universitaria

Se realizó esta investigación en las inmediaciones del siglo de vida de la radio universitaria pública de gestión autónoma argentina. Hoy son 63 las radios de las Universidades Nacionales diseminadas a lo largo y ancho del país. Si se las considerara en conjunto como sistema de medios universitario (habría que agregar aquí a una treintena de propuestas audiovisuales entre digitales y canales de TV por aire) las radios por sí mismas, constituirían una segunda potencial red pública, después de Radio Nacional Argentina, con sus 50 estaciones de amplitud modulada y alrededor de 35 radios de modulación de frecuencia.

Las 63 universitarias son todas emisoras públicas que, más allá de su salida “al aire”, se multiplican desde los sistemas digitales por *streaming* y se complementan con el acceso a aplicaciones que se descargan en diversos dispositivos.

Mediante un simple repaso -que se puede realizar escuchando varias emisoras - queda evidentemente demostrado que no hay un paradigma de radio universitaria argentina, dadas las características que presentan éstos medios. Salvo la empatía con los formatos y organizaciones radiales históricas, que por razones de antigüedad sostienen un reducido grupo de radios, el repaso permite destacar que existen modelos comerciales -similares a las sociedades anónimas concesionarias de frecuencias de carácter privado- como el caso citado de LT10, consolidada desde los años 70 como SAPEM. Se trata de la radio de la Universidad Nacional del Litoral, la segunda universitaria creada en el país, que se desenvuelve produciendo un alto impacto político, social y comercial, con notables índices de audiencia en el conglomerado urbano Santa Fe-Paraná y una importantísima zona de influencia regional. En su programación, concepto publicitario y formatos estéticos e informativos, LT10 se asemeja a las versiones comerciales que rigen las emisoras privadas por sobre los objetivos universitarios que para otras radios resultan centrales.

En otro extremo conviven, en el ecosistema radial universitario, proyectos con visión comunitaria como la emisora de la Universidad Nacional de la Patagonia Austral en Río Gallegos, autodefinida como “de la universidad y de la sociedad en general”²².

Muchas de las más nuevas, casi la totalidad, que operan en el sistema de FM padecen limitaciones internas y externas como las que quedan reveladas en la presente investigación.

En el origen de esa diversidad, está la radio de la Universidad Nacional de La Plata, punto de partida de la historia radial universitaria y pública argentina. Con un gran plantel profesional, se distingue frente a los pequeños equipos de trabajo que se esfuerzan por concretar el proyecto comunicacional, en el que, en su gran mayoría, coinciden las radios universitarias surgidas a la luz de la Ley de SCA, que acompañan a la radio más antigua del mundo, en este trabajo.

Esta cita, además, responde al impulso y compromiso que han realizado varias universidades públicas, bajo el ímpetu del debate y la sanción de la Ley 26.522 de SCA, para tener sus emisoras. Todas iniciativas en las que han coincidido -más allá de las posiciones políticas o ideológicas- las respectivas autoridades universitarias. No es casual que a partir de la vigencia de esa normativa, se haya ampliado el número de emisoras radiales universitarias.

La muestra relevada, a pesar del número limitado de radios escogidas, permite proponer, previo perfeccionamiento y expansión, la utilización de la herramienta instrumentada para la investigación con el fin de establecer un mapa pormenorizado del ecosistema radial universitario público, tarea que desde la vicepresidencia de ARUNA, impulsó el autor de la investigación en el año 2018.

Desde el propósito perseguido en el objetivo general del trabajo, se ha conseguido analizar la caracterización del proyecto comunicacional de las radios de las universidades de La Plata, Entre Ríos, Tierra del Fuego y Avellaneda. Los proyectos se arriesgan en medio de muchas carencias y dificultades tanto institucionales como externas. Estas son descriptas en forma dimensional, donde son constatables los factores a los que refieren los objetivos específicos. La investigación nos permitió, dentro de la muestra, indagar sobre la gestión de los proyectos radiales de las

²² <https://www.unpa.edu.ar/contenido/radio-universidad>

universidades públicas argentinas para elaborar las conclusiones que se detallan en este capítulo, según cada una de las dimensiones analizadas.

2. Sobre el vínculo integral con la universidad

Aunque cercana, parece distante.

En las inmediaciones del centenario de existencia de la radio universitaria argentina, se puede afirmar que la institución Universidad Pública Argentina, no termina de interpretar en forma definitiva, los fines por los cuales ha accedido a incorporar medios de comunicación en su ámbito.

Detrás del concepto extensionista inaugural y el reconocimiento a la comunidad, en la cita de Nazar Anchorena en 1924, emergen en el presente trabajo los esfuerzos, obstáculos y los procesos de gestión en medio de carencias.

En algún aspecto, al igual que los medios públicos argentinos, sean éstos nacionales, provinciales o municipales, las radios de las universidades públicas se hallan sometidas a los cambios de gestión que contemplan la autonomía y democracia universitarias, valores que desde luego quedan fuera de toda oposición o discusión.

Pero sucede que los espacios que pugnan por la conducción universitaria al asumir los rectorados, suelen venir acompañados de cambios en la gestión de los medios y mientras el proyecto universitario aparece consolidado estatutariamente, la radio casi nunca es contemplada en ellos, sino que se halla sujeta a modificaciones cuyos efectos, positivos o negativos siempre repercuten con el proyecto integral de comunicación.

La gestión, de carácter pasante y con los tiempos de trabajo previamente estipulados, se aboca en general al abordaje, estudio y eventual modificación de los formatos y contenidos -la primera señal de una nueva administración se refleja inmediatamente en "el aire"- dejando en planos secundarios o pero aún sin detenerse en temas estructurales, profesionales o presupuestarios, cuyos desarrollos parecen quedar afuera del proyecto o afloran en casos de emergencia.

A diferencia de las radios comerciales privadas, un factor que tiene resuelto el responsable de una radio universitaria o pública, es el de la retribución salarial, con

suerte solo debe mediar ante situaciones especiales, demandas sobre condiciones o prestaciones laborales o la falta de personal, temas que también se pueden alojar en los segundos planos de importancia.

Cuando un proyecto se consolida desde lo institucional, se ven consagrados los objetivos a los que apuntó la universidad cuando decidió erigir una emisora de radio. Un ejemplo de coherencia en el respeto de un proyecto, lo presenta la primera radio universitaria del mundo, a la que la UNLP, más allá de los cambios de gestión, la incluyó en el proyecto arquitectónico que en el año 2014 se puso en marcha para intervenir en los espacios universitarios localizados en la manzana comprendida por las calles 6, 47, 48 y la avenida 7 de La Plata, donde los medios de la universidad fueron trasladados y adecuados a los requerimientos de su funcionamiento y prestación. La articulación armónica y los acuerdos político-institucionales que desde hace varios años se dan entre la Presidencia, la Secretaría de Extensión y la Prosecretaría de Medios junto a la delegación de la dirección de la radio a la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, logró superar el estancamiento estructural edilicio y técnico, en el que había quedado la emisora en el lugar en el que se la instaló en 1953. Un tema que se retomará más adelante en este capítulo.

La centralidad educativa superior, el proyecto institucional académico y la gratuidad son valores prioritarios en las universidades públicas y deben ser excluidos de todo análisis, pero cada universidad debería también atender una estructura organizativa para sus medios de comunicación. Se observan inconsistencias en la vinculación, desarrollos sin contención o con algunos límites impuestos por desinterés o desatención frente a las demandas centrales de la universidad.

Salvo el caso citado de la UNLP, la radio universitaria, cuyo sentido y expansión se vieron alentados en tiempos de la discusión y sanción de la Ley 26522 de SCA, parece haber quedado en el escalón más bajo de las prioridades institucionales, tras el paso del modelo neoliberal de ajuste y las restricciones que afectaron a las Universidades. Desde luego, en el bienio 2020-2021, a la sujeción a los cambios políticos y las crisis económicas, hay que sumar el impacto de la pandemia de coronavirus (Covid-19). En este último tramo, buena parte de las radios universitarias fueron operadas en forma virtual y a distancia.

Se deben investigar más profundamente -relevando la mayor cantidad de emisoras posible- los modelos de definición de la universidad para el área de dependencia directa de las radios y los resultados que han dado esas disposiciones. Condiciona los proyectos la vida de la radio en facultades o departamentos, que no se hallan vinculados con la comunicación o en secretarías de los rectorados, cuyos objetivos principales se hallan alejados de la gestión radial o de medios de comunicación en general, debido a que deben atender cuestiones de investigación o extensión y la primordial actividad académica.

El ejemplo de La Plata, tras el ejercicio casi centenario de la gestión, difiere con las otras tres emisoras de la muestra. Salvo pequeñas variantes, las universidades más jóvenes, tomaron como prioridad contar con una emisora de radio bajo el impulso del debate y la sanción de la Ley de SCA, pero dejaron en planos secundarios los aspectos que hacen al proyecto integral que se abordaron en la mayoría de las dimensiones investigadas y sobre los que se concluye más adelante.

Sí hay que destacar, que son tres radios que nacieron en un tiempo particular de la historia reciente argentina, en principio por la propia ley nacida de un largo debate de base y en medio de definiciones de políticas públicas de comunicación que terminaron con normativas y adecuaciones sobre un texto de la dictadura y sumamente desactualizado. Luego la decisión de las autoridades de las universidades de aceptar abrir sus radios transformando ese derecho en una verdadera obligación y finalmente el apoyo del Estado a la educación superior pública y una incipiente traza de asistencia a sus medios.

A casi 100 años de aquella inauguración de la primera radio universitaria, resulta necesario destacar la dinámica de gestión, más allá de los cambios de dependencia, para comparar la dilatada vinculación entre la radio y la Universidad de La Plata , con las de las otras tres emisoras del objeto de estudio, surgidas a la luz del impulso de la Ley 26.522 de SCA, cuyo texto ordenado regula por primera vez y ampliamente los medios universitarios, inspirando la virtual duplicación de emisoras universitarias en todo el país.

La referencia temporal, implica la conformación diferencial de la radio centenaria - predecesora de las radios públicas- en el marco fundante del sistema de emisoras radiales argentinas, puesto en marcha el 27 de agosto de 1920. Como se verá más adelante, su extensa y probada vinculación con la Universidad, la fue forjando con

una estructura para la gestión de un proyecto comunicacional, cuyo análisis resultó mucho más complejo, con relación a las otras radios incluidas en el estudio.

Más allá de aquellas estructuras organizadas en los formatos radiales tradicionales argentinos, como es el caso de la UNLP, las radios abiertas a partir del impulso de la discusión de 2009, que en el caso de la muestra reportan directa o indirectamente a los rectorados, viven en la situación pendular permanente entre la subsistencia y la atención integral de la universidad y el riesgo de quedar tecnológicamente atrasadas y sin que nada impida su desaparición producto de políticas públicas de retroceso o ajustes internos de la casa de estudio.

Como se verá más adelante, aparecen la desatención o las demoras en resolver situaciones adversas por las que atraviesan muchas emisoras universitarias, entre ellas algunas de la muestra, constituyendo una alerta para la realización plena del proyecto comunicacional.

También cabe señalar que se destaca la participación de la comunidad universitaria en los contenidos de las radios, sin una definición orgánica, salvo el caso de Radio UNDAV y la relativa vinculación con los procesos pedagógicos o académicos (prácticas pre-profesionales, becas, pasantías, etc.) sobre todo en las universidades con radio y carreras vinculadas con el periodismo y la comunicación.

3. Sobre el marco jurídico y legal

La regulación incompleta de la radio universitaria.

En la legislación nacional, la radio universitaria se halla contemplada únicamente por la Ley de 26522 de SCA (TITULO VIII, Art. 145 al 148) que define y encuadra a los medios de comunicación audiovisual universitarios. Con un articulado sobre el cual se volverá más adelante en las otras conclusiones dimensionales (sostenibilidad, trabajo en red) de la investigación. Los medios universitarios no se mencionan ni en la ley de educación superior ni en el presupuesto nacional.

La ley de SCA logró resolver una situación pre existente, sobre los medios universitarios, como se intentó también para el resto del sistema mediático argentino. Al ordenar que *“las universidades nacionales y los institutos universitarios podrán ser titulares de autorizaciones para la instalación y explotación de servicios*

de radiodifusión” la ley resuelve en armonía homogénea, por primera vez, la definición universitaria para la explotación de los medios. Y también el acceso diferenciado mediante la adjudicación directa cuando agrega que *“La autoridad de aplicación otorgará en forma directa la correspondiente autorización”*.

Sobre la normativa citada, las universidades no avanzaron en materia de derechos y posibilidades de explotación del medio, más allá de la voluntad de instalar sus radios.

Una futura ley de educación superior, debería contemplar los medios universitarios. Académicos y profesionales del derecho y de carreras de comunicación, fueron consultados sobre la imposibilidad y/o las causas por las cuales no aparece el tema de los medios universitarios toda vez que se legisló sobre la educación superior. Desde la vigencia de la actual LES (1995), hasta el presente, se duplicó el número de radios universitarias y el rol que cumplen desde los sistemas convencionales de transmisión y sus plataformas y redes, trasciende transversal a la sociedad en su conjunto. Su importancia queda demostrada a diario, más allá de las diferencias que se relevan en la presente investigación.

Por eso hay coincidencias afirmativas (ver anexo) con respecto a la inclusión de los medios universitarios en una futura discusión de la ley de educación superior (LES) o al menos la incorporación de un texto que registre el reconocimiento que las universidades han tenido, mediante la Ley 26522 de SCA, como sujetos de la comunicación. Y más allá de la autonomía, quede garantizada en la ley madre universitaria, la sostenibilidad y soporte del proyecto, destinado al aporte alternativo que las emisoras realizan frente a la concentración mediática y en favor de la democratización de la palabra, la divulgación científica y de la investigación.

Previo al retroceso que el modelo neoliberal impuso desde diciembre de 2015, es necesario recordar un párrafo del proyecto de ley de presupuesto aprobado por el H. Congreso de la Nación, para ese año, donde por primera y única vez, se cita la asistencia y aportes a los medios universitarios en forma desagregada. El impulso a los medios universitarios desde la vigencia de la Ley de SCA. El proyecto de “ley de leyes” en el marco de los recursos asignados a la educación, propugnaba que:

Las Universidades han sido señaladas como actores protagónicos en la construcción del nuevo paradigma de la comunicación audiovisual. Desde allí es que se proponen acciones que acompañen la instalación o la mejora de las

radios o canales universitarios existentes, propiciando el trabajo en red y compartiendo estrategias en capacitación, equipamiento, producciones, entre otras acciones²³.

La iniciativa de vigencia efímera, sirvió para dar un pequeño apoyo a las emisoras.

En cuanto a las normativas internas generales y específicas, con las que cada universidad regula la existencia y desarrollo de su radio resulta recurrente e inevitable -como en toda la investigación- la referencia al respeto y defensa de la autonomía. Cada universidad decide su gobernanza y debe desarrollar sus propias normativas y su estructura organizativa, incluyendo la relativa a los medios de comunicación que posea.

Sin embargo, las ordenanzas o resoluciones, deberían tender al reconocimiento de los servicios de comunicación audiovisual que le son propios y relacionar la actividad que desarrollan con las políticas de extensión, dentro y fuera de la comunidad de cada una de ellas, que si bien son campos diversos, deberían trabajar coordinadamente y no se perciben articulaciones orgánicas entre esos ámbitos, salvo las que acuerdan los responsables ocasionales de ambas áreas.

Internamente, cada universidad mediante sus propias normas, debería elaborar una reglamentación, que abarque todos los requerimientos y atenciones que necesite el medio. No son muchas las universidades que han avanzado en un estatuto u otra normativa similar interna que defina al proyecto, la mayoría de las radios modifican sus conducciones en coincidencia con los cambios de autoridades de la universidad.

Y fundamentalmente, apelando a la antigüedad de casi 100 años de la existencia de la radio en estos ámbitos, la legislación en materia de educación superior argentina debería incorporar a los medios de comunicación universitarios, como vectores clave de la vinculación socio-académica-comunitaria.

Las cuatro emisoras relevadas difieren en la vinculación y la resolución normativa-documental sobre su origen y funcionamiento, los documentos presentados indican criterios superficiales permitiendo que las demandas para el funcionamiento descansen en el estatuto de la universidad, sin definir los aspectos normativos de las radios (designación de directores o responsables, incorporación de personal, venta

²³ <https://www.economia.gob.ar/onp/documentos/presutexto/proy2015/jurent/pdf/P15J70.pdf>

de publicidad, compra de bienes, derechos de emisión, etc.). Un denominador común, sobre todo en las universidades jóvenes, radica en la falta de conocimiento sobre normativas y regulaciones en materia de medios de comunicación entre los responsables jurídicos o departamentos legales de la universidad a las que pertenecen.

Cabe reiterar que la radio universitaria aguarda que el H. Congreso de la Nación sancione la Ley del Día de la Radio Universitaria, proyecto que tuvo estado parlamentario y que fuera redactado por el maestrando con el apoyo legal del Dr. Alejandro Caudis (UNER) y que consagra el 5 de abril de cada año como “Día de la Radio Universitaria Argentina” como una forma de darle entidad y visibilidad a las emisoras. La fecha se corresponde con el 5 de abril de 1924, día de la inauguración de la primera radio universitaria del mundo en la UNLP y en la redacción se procuró dar visibilidad a la radio universitaria.

4. Sobre los sistemas de transmisión y adopción de las nuevas tecnologías

El desafío de funcionar y mantener el funcionamiento en el siglo XXI.

Las radios analizadas basan su proyecto en el formato radial convencional, distribución física y técnica en estudios y plantas transmisoras en el sistema analógico y en los formatos de AM y FM junto a la incorporación de nuevas tecnologías para completar el proyecto de mediatización.

En el marco del régimen legal para la radiodifusión universitaria, sólo algunas emisoras analizadas recibieron los planes técnicos requeridos para establecer sus potencias y frecuencias, (La Plata, Paraná y Rio Grande) algunas esperan su adjudicación definitiva o han postergado su plan de antena irradiante, limitando la transmisión a los servicios de internet, aplicación para dispositivos y redes (Avellaneda).

La situación técnica de las plantas transmisoras (AM o FM), la dinámica de desgaste y obsolescencia de los equipos transmisores y el mantenimiento permanente que requieren, no se hallan previstos en los proyectos evaluados. La presencia de un Ingeniero o técnicos en la especialidad, no fue prevista en los planteles radiales ni de la universidad y se debe recurrir a la provisión de la asistencia externa para el mantenimiento preventivo o cuando se produce una falla grave que deja a la radio

“fuera del aire” u otra dificultad en transmisores o antenas, al igual que las instalaciones técnicas en los estudios y controles.

Los responsables de la gestión consultados, si bien conocen elementales aspectos técnicos y de funcionamiento de las plantas transmisoras, ninguno se halla capacitado para resolver las cuestiones más simples y todos coinciden en las dificultades burocráticas o demoras para hacer frente a los honorarios de los operarios y la adquisición de repuestos.

ARUNA ha reclamado desde 2012 ante las autoridades del CIN y Ministerio de Educación de la Nación, programas de aportes para la actualización, reposición o reparación de equipamiento para las plantas transmisoras, que hasta el momento de cierre de este trabajo, seguían sin respuesta.

La gestión, como en el caso de Paraná, se puede ver afectada por interferencias y se detecta la necesidad de contar con mayor potencia, con cambios en las categorías solicitados ante la autoridad de aplicación.

El conocimiento mínimo de los aspectos técnicos es un requerimiento vital para los procesos de seguimiento y reclamos ante la universidad en el marco de la asistencia y el mantenimiento de la radio. Las plantas transmisoras descritas conviven hoy con servidores y las señales de aire van fluyendo vía *streaming* a nuevas plataformas que incluyen servicios de radiodifusión con una dinámica inusual si se la compara con los más de ochenta años del formato emisor-receptor convencional. Y las cuatro radios, adoptando la tecnología digital, completan circuitos multidireccionales de mediatización que impactan de hecho en las prácticas periodísticas y en la distribución de sus contenidos.

La UNLP hizo realidad su gran Centro Multimedial para la producción y emisión de contenidos con el traslado de Radio Universidad al edificio Karakachoff. Las tres emisoras restantes que se evaluaron, esperan evolucionar. En el caso de Paraná se reclama poder aumentar la potencia radiante y que le resuelvan los problemas de interferencia, Radio UNDAV procura conseguir su frecuencia definitiva y Río Grande aspira a poder ser sintonizada por aire en toda la isla de Tierra del Fuego, para lo que requiere una fuerte inversión.

Si bien es cierta la superpoblación del espectro radioeléctrico, en los casos positivos de asignación de frecuencias, al autorizar las radios, se les ha entregado una

categoría G, que prevé un radio de alcance de alrededor de 1,5 km. (muchas radios, si ya no lo hicieron por su propia iniciativa) solicitan cambiar de categoría y aumentar la potencia para ser escuchadas bien y “por aire” en las localidades donde se hallan.

La norma técnica del Servicio de FM (Resolución N° 142 SC/96) establece una marcada diferenciación entre las estaciones de alta y mediana potencia (categorías A, B, C y D) y las de baja potencia (E, F y G), en cuanto a la reducción del área primaria de servicio de estas últimas con radios máximos de sólo 5, 3 y 1,5 Km, respectivamente. La categorización permite asignar mayor cantidad de estas estaciones al reducirse notoriamente las distancias del alcance y el riesgo de superposición con emisoras que operan en las mismas frecuencias. La principal dificultad de la radio de la UNDAV, aún sin señal definitiva, se relaciona con su radicación en el área más superpoblada de medios y por ende la ausencia de frecuencias disponibles, la zona sur del conurbano bonaerense y el límite inmediato con la Ciudad de Buenos Aires.

5. Sobre el financiamiento y sostenibilidad económica

Lo que se puede hacer y no se hace en materia de recursos.

Todas las emisoras de la muestra se financian con el presupuesto universitario, en esa línea los salarios de los empleados, la gran mayoría no docentes: operadores, locutores, periodistas y administrativos, se hallan incluidos en las partidas pertenecientes a la cobertura de haberes de todo el personal de la universidad.

La obtención de otros ingresos, a los que acceden las radios de Paraná y La Plata, no alcanza a asistir a la inversión de la universidad, aunque constituyan aportes para gastos menores o pequeños gastos en bienes de uso. Esas mismas radios tienen discriminado e informado el presupuesto que les corresponde, las dos restantes de la muestra (Avellaneda y Río Grande) lo desconocen y sus responsables no se notifican del monto asignado al sector o área de la cual depende la emisora ni el desagregado para la radio.

Las cuatro emisoras fueron destinatarias de una ayuda efímera y por única vez a través del Ministerio de Educación y la Secretaría de Políticas Universitarias depositarios del Programa de Fortalecimiento de las Radios Universitarias presentado por el Poder Ejecutivo, en el marco de la celebración de los 400 años de

la Universidad Nacional de Córdoba en 2015. Aportes directos que se destinaron a la compra de equipamiento, capacitación y producción de contenidos.

Las radios padecieron retrocesos en el período 2015/19 cuando los recortes de presupuesto universitario, producidos por el gobierno del Ingeniero Mauricio Macri, dejaron en evidencia la incapacidad para la obtención de recursos externos por la inexistencia de un sistema propio o equipo de ventas de publicidad dentro de las universidades para apuntalar la sostenibilidad.

Tampoco se hallan comprendidas en su conjunto, en las políticas de los pautados publicitarios oficiales, sean estos nacionales, provinciales o municipales. Los trámites burocráticos resultan complejos para que la universidad, propietaria del medio, sea admitida como proveedor de/los estado/s en materia de publicidad oficial.

La Radio de la UNLP, se halla inscripta como proveedora de la agencia Telam, responsable de la distribución de la pauta publicitaria oficial, pero los montos que recibe, esporádicamente, resultan exiguos. Como la de la UNER en Paraná, la labor de los directores permite otros ingresos oficiales provinciales y municipales, agregando en Entre Ríos, aportes mínimos producto de la publicidad comercial y la coproducción de programas.

Si bien remota, siempre se halla en riesgo de la continuidad de las radios surgidas bajo el amparo de la Ley 26522 de SCA, cuando por ajustes de recursos o políticas públicas regresivas, las autoridades universitarias se vean obligadas a destinar el presupuesto solamente a las actividades académicas. Entre 2015 y 2019 los recortes presupuestarios a la educación superior incidieron en los desarrollos de los cuatro proyectos radiales.

Para las cuatro, como para el resto de la RRUU la tramitación de recursos para la renovación e innovación tecnológica o la incorporación de personal colisionan con la estructura burocrática de la universidad, cuando desconoce las características de la operación de un medio de comunicación y su potencial desarrollo territorial.

A diferencia de las radios comunitarias, beneficiadas mediante el FOMECA (Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual²⁴), las radios

²⁴ https://www.enacom.gob.ar/fondo-de-fomento-concursable-para-medios-de-comunicacion-audiovisual_p2253

universitarias no cuentan con ninguna herramienta permanente desde organismos del Estado, destinada a elaborar contenidos o el acceso a la tecnología y equipamiento.

Finalmente, ninguna de las radios genera recursos a través de los sistemas de suscripción o donaciones a través de campañas de *crowdfunding* o plataformas de recaudación de fondos, para lo que también están habilitadas por ley.

6. Sobre la estructura organizativa y el personal afectado

¿Cómo “hacer radio” con tres personas?

Son evidentes las diferencias organizacionales que se despliegan en cada radio, en buena parte, por la falta de acceso o directamente la escasez de bienes de uso técnico y tecnológico, pero las distancias se amplían cuando se trata de ubicar personal de la radio en los mínimos puestos de trabajo que demanda un proyecto de estas características.

En dos de las emisoras analizadas (Paraná y Río Grande) la puesta en marcha de la radio está depositada en la responsabilidad de tres trabajadores por cada radio. Eso las obliga a cubrir las horas de transmisión con programación digitalizada y automatizada, sobre todo en los horarios más extremos (madrugada, fines de semana, feriados) y sostener un segmento “en vivo” reducido al esfuerzo que asumen tres personas para la cobertura de las acciones necesarias de transmisión y administración de los contenidos, tareas por las que se multiplican reemplazando los puestos que no están cubiertos y sus esfuerzos para mantener horas de programación “en vivo” deben ser complementados acudiendo a formatos de coproducción, participación de estudiantes, docentes, otras áreas de la universidad e instituciones u organizaciones de la comunidad.

Con esos panoramas, si bien se pone en funcionamiento la radio, no deja de correr riesgos la continuidad y el mantenimiento de la emisión de los contenidos. Tareas específicas de la radio, administrativas, de asistencia técnica menor, deben ser resueltas por tres personas, que además son sujeto de derechos laborales. Se hace complejo el proyecto de comunicación ante esta carencia de recursos profesionales.

En las universidades, desde hace décadas, se mantiene sin resolución un debate vinculado con el encuadre laboral profesional de los trabajadores de las radios. La mayoría revistan como no docentes, en los casos de vinculación directa (concurados o interinos) y en categorías que se definen como técnicas que no especifican ninguna definición profesional que requiere la actividad mediática. La red ARUNA, ha intentado coordinar acuerdos con las organizaciones no docentes de base de cada universidad y también con la Federación Argentina de Trabajadores de Universidades Nacionales (FATUN), que los nuclea, con el fin de acercar posiciones para que el escalafón o las categorías laborales se adapten a los requerimientos del personal de los medios.

Salvando las distancias, las universidades que cuentan con establecimientos de vinculación social específicos (hospitales, servicios sociales, etc.) disponen, como corresponde, de los profesionales que requieren las prestaciones destinadas a los ciudadanos. En los medios de comunicación universitarios y por ende en las casas de estudio, sigue abierto el debate y se demora, en las inmediaciones del siglo, la incorporación de profesionales idóneos para la cobertura de cargos que demandan los medios, que se podrían equiparar -con condiciones de trabajo definidas por la actividad- con las categorías de prestación no docente.

Entre las radios estudiadas, la veterana emisora platense cumple con los roles profesionales que a los largo de los años completaron y renovaron los planteles radiales. Locutores, operadores y periodistas se desempeñan con su formación específica en las categorías no docentes. Además la Facultad de Periodismo y Comunicación Social mantiene convenios con el Instituto Superior de Enseñanza de Radiodifusión (ISER) mediante los que los estudiantes de locución del ISER, pueden completar las licenciaturas en comunicación social y los estudiantes de la F.P. y C.S. completan el acceso a la carrera de locución. La radio de la UNLP, cuenta con personal administrativo con conocimiento de gestión universitaria, pero al igual que las tres restantes, carece de personal idóneo para integrar un área comercial y/o publicitaria.

Reclamar la profesionalización de una radio en manos universitarias puede parecer hasta una falta de respeto, pero la experiencia ofrece ejemplos muy notables en ese sentido, muchos buenos proyectos de contenidos fracasan ante la falta de una estructura de recursos de talento profesional organizada.

La decisión/necesidad de operar la radio con bajo presupuesto y sin supervisión de contenidos está reñida con el desafío que asumen las casas de estudio al aceptar poner en marcha sus medios audiovisuales. Aquí no se trata de discutir estilos, lenguajes, objetivos comunicacionales, sino que se debe promover y garantizar con un plantel idóneo y profesional, que el proyecto del aire y su gestión administrativa redunden en la calidad del servicio para beneficio de la universidad, pero sobre todo para la comunidad educativa y toda la sociedad a la cual se dirige la emisora.

Por otra parte, la adopción y el acceso a las nuevas tecnologías de la información y comunicación, plantea a las radios, la incorporación de nuevos espacios de organización para la atención de sus proyecciones digitales, el acceso sistemático a las redes sociales, la supervisión de la emisión por *streaming* y la carga de contenidos en las aplicaciones y plataformas que, como se analizó, ya conforman una labor inescindible de la radio convencional. Esas tareas, las desarrolla -en los medios analizados- el personal de las radios, casi siempre con más carga de actividades para poder asistir solidariamente en el proceso de comunicación.

7. Sobre la vinculación y/o articulación social en el área primaria de cobertura

La frase fundacional reveladora.

Desde la emisión digital las radios han ganado la posibilidad del alcance global, pero sostienen la necesidad de responder al entorno inmediato.

El trabajo de investigación desarrollado por ARUNA, en este tema, permite establecer que más del 80 por ciento de las radios universitarias pueden ser sintonizadas en un radio de alcance que va desde los 20 a los 100 kilómetros y alcanzar en términos potenciales audiencias superiores a 100.000 personas, lo que constituye un desafío para la elaboración de sus programaciones y una adaptación a las características de esas comunidades.

Como se ha visto en el presente trabajo, los destinatarios directos de la emisión en todas sus formas son los docentes, estudiantes, no docentes, es decir la comunidad universitaria que interactúa en forma presencial con la universidad y en diversa forma, las radios investigadas, incorporan actores de la comunidad en general, generalmente pertenecientes a la población en del área de cobertura radial, con quienes mantienen contenidos y acciones internas y externas en la programación y

abordan temáticas locales específicas. En el marco de las posibilidades todas procuran sostener planificar y diseñar la articulación con la sociedad en la cual se insertan radio y universidad.

No es la misma realidad la de la radio de la UNTdF establecida en la ciudad más grande de la provincia con las características propias de la geografía y el clima fueguinos de Río Grande cuando se la compara con la de la Capital de la Provincia de Buenos Aires. En la isla de Tierra del Fuego, como se evaluó, hay una interacción permanente para el intercambio social y el abordaje temático.

En el caso de Paraná, la radio como cabecera del SIRUNER, conduce segmentos en cadena con sus hermanas de Concordia y Concepción del Uruguay, lo que constituye un plan de cobertura en los centros urbanos a la vera de los ríos Paraná y Uruguay con contenidos sociales, políticos y deportivos de importancia local comunitaria en buena parte de la provincia de Entre Ríos.

En el caso de Radio UNDAV, enclavada en el sur del Gran Buenos Aires, donde el espectro radioeléctrico resulta más finito, sigue en espera de su definitiva frecuencia y potencia en antena para lograr un intercambio más fluido con la comunidad. Sin embargo el estudio de la radio recibe en los programas que desarrolla la comunidad universitaria a todos los actores sociales, utilizando el máximo de sus posibilidades digitales (*streaming*, aplicación para celulares, redes) para que el intercambio se desarrolle. Acompañado por las transmisiones en exteriores desde las distintas sedes de la universidad o en los espacios públicos de la ciudad de Avellaneda.

Es por ello imprescindible que los responsables directos de las emisoras junto a los docentes, investigadores, estudiantes, no docentes, es decir todos los que integran cada Universidad deban abrir espacios que permitan democráticamente elaborar proyectos, participar en los contenidos y sobre todo preparen acciones para la articulación del acervo y saberes universitarios con actores de la comunidad, sus organizaciones, los colectivos sindicales, políticos, sociales y culturales con los que conviven.

Es que un aspecto que está en la génesis del primer medio universitario argentino es el que corresponde al rol extensionista de la universidad. La radio es un vector fundamental para esa función (también inspirada en la Reforma de 1918) cuyos objetivos deberían ser debatidos y acordados con el conjunto de la comunidad.

En estos tiempos y ante la realidad de nuestros pueblos, la extensión debe contribuir a la búsqueda de respuestas a problemas sociales, fundamentalmente de aquellos sectores más vulnerables por no tener sus derechos esenciales garantizados. Las problemáticas comunes y el intercambio permanente de su reconocimiento mediático forman parte de esa devolución que, en el caso de las universidades públicas, cierran el círculo virtuoso con los esfuerzos que la misma sociedad hace para sostenerlas. La radio puede y debe asumir el rol de herramienta idónea para ese verdadero trabajo social comunitario y no ser solo un mero reflejo o la crónica de lo que sucede en sus alrededores.

8. Sobre el trabajo en red y redes

Colaborativo, voluntario y dependiente de los actores radiales.

El artículo 147 de la Ley 26522 de SCA indica claramente que las emisoras de las Universidades Nacionales podrán constituir redes permanentes de programación entre sí o con emisoras de gestión estatal. La aparición de ARUNA en julio de 1998 resolvió un cambio superador al potenciar las posibilidades del trabajo en red, como uno de los temas del armado de la asociación. Los objetivos mayores iban en la búsqueda del encuentro para tratar de resolver la problemática común de las radios, la capacitación y sobre todo la necesidad de contar con una legislación que comprenda a las radios universitarias.

El intercambio entre las radios universitarias se profundizó a partir del regreso a la vida democrática y se consolidó con la idea de buscar, entre pares, desde ocasionales corresponsalías hasta el desarrollo de proyectos de contenidos comunes, salieron de un formato bilateral, para incursionar en el proceso no solo de compartir noticias o programas, sino la creación de nuevos productos conjuntos.

ARUNA además de lograr incorporar a los medios universitarios en la Ley de SCA, mantiene activos los debates de la problemática común entre las radios y la búsqueda de procesos de capacitación y acceso a la tecnología. Todos fines por los que se sigue peticionando.

Registrada como asociación civil sin fines de lucro, ARUNA es la única red del CIN con representación genuina universitaria y, al mismo tiempo, cuenta con autonomía para desempeñarse en el marco del encuadre institucional que se inscribe en los

requerimientos de la Inspección General de Justicia (IGJ). Las Universidades adjudicatarias de las cuatro radios evaluadas, tienen activa participación en la red desde la creación de ARUNA, la radio pionera de la UNLP tuvo, en el ya desaparecido Director el Lic. Omar Turconi, un impulso fundante de la red. Hoy ocupa una vocalía en la Comisión Directiva, el actual director de LR11, Lic. Gabriel Morini. El Profesor Aldo Rotman, titular del SIRUNER, fue dos veces presidente y tesorero de ARUNA, el autor de esta investigación se desempeñó desde 2012 como vocal, vicepresidente y secretario de la red y Elizabeth Furlano, la responsable de la radio universitaria de la UNTdF, se desempeña como vocal a cargo de la Comisión de Género de la red.

El compromiso radial y profesional de los cuatro medios, se halla presente en la generación de contenidos, acciones colectivas de la red (transmisiones especiales, edición de libros, jornadas de radio, ponencias, etc.) e innumerables acciones institucionales, mediáticas y políticas en la gestión de la Red y su vinculación con el Consejo Interuniversitario Nacional, Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación, y diversos organismos e instituciones nacionales e internacionales.

La autonomía institucional de ARUNA, ha padecido diversos embates para ser desafectada y transformada en una de las redes creadas dentro del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) como la Red Universitaria de Educación a Distancia de Argentina (RUEDA), de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN), Nacional Audiovisual Universitaria (RENAU), entre otras, para terminar siendo reconocida con un doble estándar de modo que el Coordinador de la Red de radios es a la vez el presidente de ARUNA.

ARUNA sostiene, voluntariamente, un servicio informal de noticias, integrado por periodistas, productores y locutores de las 63 radios de la red, que conforman un servicio de corresponsalías permanentes, un noticiero federal y en ocasiones especiales como elecciones o coberturas periodísticas extraordinarias, dispone el trabajo en red entre las emisoras que se quieran sumar voluntariamente, tareas que se consolidan desde el año 2012.

Los Rectores en las diversas integraciones del Comité Ejecutivo del CIN, no han asimilado aún el rol clave que la Asociación puede cumplir en el desarrollo de la actividad de los medios universitarios, aportar a su sostenibilidad, la capacidad de

centralización de la actividad publicitaria en favor del sistema de medios y otras posibilidades que podrían simplificar y resolver las demandas del ecosistema radial universitario.

En el plano internacional, en el año 2010 ARUNA fue miembro co-fundador de la Red de Radios Universitarias de América Latina y el Caribe RRULAC, junto a las redes de radios universitarias de Colombia, México y Chile. Una gran red de redes con la posibilidad de incorporar emisoras en forma individual como UNI Radio, la emisora de la Universidad de La República del Uruguay. En el comienzo estuvieron representadas más de 150 emisoras universitarias del continente.

Las radios más allá de los intercambios múltiples, descubrían que no era necesario depender de los contenidos de las tradicionales emisoras públicas internacionales (Radio Nederland, R. Francia Internacional o Deutsche Welle) para completar programación con contenidos extra-latinoamericanos, pudiendo generar los propios con comunes y en nuevos formatos conjuntos.

La segunda reunión fue para ampliar los socios de la RRULA y convertirse en la Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y el Caribe, (RRULAC) a las emisoras de México, Chile, Argentina y Colombia se sumaban radios de universidades públicas de Costa Rica, República Dominicana, Nicaragua, Venezuela, Perú, Puerto Rico y Brasil (que ya preparaba su propia red).

Entre los objetivos comunes, los estatutos buscan favorecer la democratización de las radios frente a las corporaciones mediáticas, destacar y visibilizar la radio universitaria y permitir el intercambio de profesionales docentes, alumnos y radialistas, necesarios para la formación de los cientos de colaboradores voluntarios que hacen este tipo de radio, con problemáticas y carencias similares.

En 2013 en la ciudad de Bogotá, fue corroborada la RRULAC encarnada en las radios que la integraban. Que no resultaban propiedad de nadie en particular y si en un bien del conjunto de asociadas y que estaba en proceso de desarrollo su crecimiento. En el encuentro en Colombia, apareció un espacio de exposición nuevo el de la “Radio Internacional Universitaria” para intercambiar experiencias con representantes de la red RADUNI de Italia, la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU) y la Confédération des Radios de Grandes Ecoles (CRGE) de Francia.

La RRULAC y ARUNA, organizaron la celebración de los 90 años de la creación de la Radio de la Universidad Nacional de La Plata, el 5 de abril de 2014 y allí se reconoció, desde la Red, la fecha como Día de la Radio Universitaria Latinoamericana. La evolución del trabajo conjunto de la red de redes se manifestó, entre otras actividades, con la presentación de la Radionovela “Cuando vuelvas del olvido”, ficción coproducida por Radio UNAM de México y las emisoras argentinas de las Universidades de Entre Ríos y Rosario y la serie “Semillas de Ciencia”, un proyecto de divulgación de los avances científicos, a cargo de la Asociación Radios Universitarias española. Y además se incorporó oficialmente a la RRULAC, la Red de Radios Universitarias del Ecuador.

En septiembre de 2015, con organización de ARUNA y apoyo del Ministerio de Educación de la Nación a través de la Secretaría de Políticas Universitarias, la Argentina fue sede del III Encuentro RRULAC. Impulsadas por el espíritu de construcción colectiva las cinco redes nacionales de México, Ecuador, Colombia, Chile y Argentina, con más de 200 radios de 150 universidades, sumó a la idea de una comunicación plural y democrática, la incorporación de nuevas radios de Latinoamérica y abrió el camino a nuevos miembros. Del encuentro desarrollado en el Centro Cultural Kirchner y el Espacio de la Memoria de la Ex ESMA, participaron representantes de radios universitarias españolas y la red ARU quedó incorporada como miembro pleno.

En España en 2017, durante la IV reunión, representantes de radios de más de 16 países de América Latina, El Caribe y Europa -los que venían de la RRULAC y las potenciales incorporaciones de la nueva red de emisoras de Brasil (RUBRA), junto a las radios de Costa Rica, Nicaragua, Italia, Paraguay y Portugal- decidieron afrontar nuevos desafíos para seguir construyendo la red de redes. Allí la RRULAC se transformó en la RIU (Radio Internacional Universitaria) la red de redes que, más allá de los contenidos e ideas compartidas, decidió buscar espacios de acción política, para ofrecer las voces universitarias a aquellas iniciativas de investigación, altruistas, sociales, pacifistas y democráticas, que quieran hacer buen uso de las Radios Universitarias del mundo.

La RIU ya produjo ediciones literarias²⁵, programas de radio comunes, ha presentado una solicitud de reconocimiento de la Radio Universitaria ante la UNESCO, profundizado el vínculo con otras asociaciones de radios. Ha trabajado en la necesidad de procurar idioma y lenguaje inclusivos, políticas de contenidos con perspectiva de género y la preparación de propuestas académicas (entre ellas una maestría en radios universitarias). Entre 2017 y 2021, el autor de este trabajo, representando a ARUNA, se desempeñó como Vicepresidente Institucional de la Radio Internacional Universitaria.

La RIU sostiene que es necesario apelar a la idea de un multilateralismo radial y documentar todo lo desarrollado avanzando en los temas universales que afectan a los pueblos donde se hallan radicadas las radios universitarias integrantes, junto a la tarea de divulgación y difusión de la ciencia y la colaboración en la formación académica de los estudiantes.

La tarea en red es uno de los logros más destacados por parte de las cuatro radios incluidas en la presente investigación. Y es necesario señalar, que ARUNA, también en el plano internacional, es una red única en su tipo, ante las otras organizaciones que integran la RIU. Pero como en todas ellas, la continuidad de los proyectos y la sostenibilidad institucional, siempre dependen de la tarea voluntaria, colaborativa y ad honorem por parte de quienes asumen la responsabilidad de estar al frente de ellas.

9. Sobre el abordaje y los recursos periodísticos

La responsabilidad de informar desde la Universidad

Las radios universitarias deberán dedicar espacios relevantes de su programación a la divulgación del conocimiento científico, a la extensión universitaria y a la creación y experimentación artística y cultural, sostiene el Art. 148 de la Ley de SCA y agrega la recomendación de incluir en su programación un mínimo del sesenta por ciento (60%) de producción propia.

²⁵ Los volúmenes: "Radios Universitarias en marcha: hacia la construcción de una contra agenda mediática" compilado por Daniel Martín-Pena; Agustín Vivas Moreno. - 1a Ed. - Avellaneda: Undav Ediciones, 2018. Libro digital, PDF - (Radio escrita / Calzoni, Jorge F.; Giorgi, Mario. Y "Radios universitarias en tiempos de infodemia". Martín-Pena, D., Giorgi, M. (recopiladores) (2021) San José, Costa Rica: Editorial Universidad de Costa Rica (SIEDIN).

Si bien el presente trabajo no se ha dirigido a la descripción de contenidos y el análisis de las programaciones de las cuatro radios, el encuadre de las emisoras universitarias, incluyendo el citado marco legal, las pone en el compromiso de asumir la cobertura de la información universitaria y comunitaria del ámbito donde la radio emite. Tarea difícil si se toma en cuenta la referencia del personal profesional en las radios, donde salvo LR11, el resto debe recurrir a la asistencia externa de la sociedad local y seleccionar en un proceso crítico, los temas que los portales de noticias u otras fuentes consideran noticiable. El ejemplo de la labor desarrollada durante la pandemia, resulta válido para destacar el tratamiento periodístico, contra las noticias falsas y las opiniones infundadas o tendenciosas sin soporte científico. Las cuatro radios, hicieron buen uso de los insumos propios de la universidad, apelando a científicos, médicos, infectólogos o investigadores del CONICET, para contrarrestar la andanada infodemia de los medios concentrados.

Una buena experiencia producto del entrenamiento que tienen esos planteles en la selección de noticias en medio del recurso finito con que apenas cuentan. Valdrá la pena, en los debates que faltan, trabajar un poco más profundamente en la creación de una agencia de noticias centralizada en ARUNA, para consolidar el esquema voluntario ya citado. Y desde luego, procurar la incorporación de personal y equipamiento, para que la interacción con la comunidad permita acceder a las noticias locales, ignoradas por los grandes medios y muchas veces fundamentales para las audiencias de la radio universitaria, cuyo perfil alternativo debería destacarse en la prestación informativa.

10. Consideraciones finales

En el proyecto de comunicación de las radios universitarias resulta complejo definir si realmente, el producto final integral, resuelve las expectativas de la institución que lo puso en marcha y, más grave aún, si existió una planificación, un proyecto comunicacional mediático, preparado con antelación a la puesta en marcha de la radio o se fue consolidando a través de la propia salida al aire.

Por caso LR11, la radio universitaria más antigua del país, y primera definitivamente pública, debió esperar 95 años para lograr un espacio diseñado para la labor específica como medio y aún aguarda una inversión que permita mejorar calidad y

potencia en su planta transmisora de AM. Y en los otros casos evaluados, cómo evitar interpretar que no son emisoras hijas de una corriente influenciada por la discusión y sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que quedaron en medio de un recorrido inercial, sin proyecto o sostenimiento institucional pleno.

Las dificultades que presentan la falta de recursos para la sostenibilidad de las nuevas radios, su actualización tecnológica, el servicio de mantenimiento y la incorporación de talento profesional, resultan el emergente sustancial para disponer la incorporación del ítem “sistema de medios universitarios públicos” en la discusión de una futura ley de educación superior, una iniciativa que se ha explorado por ARUNA, que hasta ahora no ha sido incorporada en la agenda de las universidades.

En la Argentina hace falta un análisis más profundo para dar un cierre a discusiones tan antiguas como las mismas radios universitarias. Como se dijo, durante décadas y en cada institución el debate sobre el encuadre del personal de las emisoras en cuanto a su pertenencia y va quedando postergado por las condiciones coyunturales y las modificaciones que ponen en un primer plano otras urgencias.

Hay muchos actores más involucrados con los contenidos que con la organización y la estructura para la emisión y faltan diseños que perduren en el tiempo, más allá de los cambios naturales y democráticos de personas a cargo de la radio y de la universidad. Un diseño que libere las decisiones en cuanto a formatos y contenidos, pero que respete el camino y la sostenibilidad del proyecto.

Por último, cerrando la ponderación dimensional, la Universidad Pública se debe un debate sobre sus propios medios, en especial el frondoso sistema radial que contiene. Es necesario que la comunidad universitaria avance para repensar sus objetivos y modos de gestión. Una discusión que debe involucrar a los trabajadores y a los sectores que representan a la comunidad universitaria en un destino común y perdurable.

Sobre la base de los relevamientos integrales -por ejemplo la investigación de ARUNA 2020- que aporten una base debatible, que problematice la vinculación y construya el sentido comunicacional, que integre lo educativo y profundice o mejore la articulación institucional radial, sin distorsionar las autonomías y sin procurar un

paradigma, solamente un nuevo enfoque que garantice la comprensión y la valoración de la radio por parte de la universidad.

Sin desconocer las debilidades que padece el sistema radial universitario y público, la sola presencia de 63 expresiones radiales exhibe una fortaleza potencial y alternativa. Con ese fin, problematizar el presente de las radios de las Universidades Públicas, se elaboró la herramienta de investigación que queda, como instrumento perfectible, al alcance de todas las emisoras de las universidades públicas, con el fin de profundizar los conocimientos sobre el ecosistema comunicacional universitario argentino.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguaded, J. y Contreras Pulido, P. (2011) *La radio universitaria como servicio público. Modelos de programación*, A Coruña, Netbiblo.
- Aguaded, J.I. Y Martín-Pena, D. (2013) *Educomunicación y radios universitarias: panorama internacional y perspectivas futuras*. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, 124, 63-70.
- Antonucci, S. Beneítez, M.E.; Gabay, S. y Turconi, O. (2009) *Radio Universidad Nacional de La Plata 85 Aniversario 1924-2009. Toda una vida*. La Plata, EDULP.
- Arabito, J. (2020) *Una crónica desapareja de la Jornadas Universitarias “La Radio del Nuevo Siglo”*. Question/Cuestión, Vol. 2, N° 66, Agosto 2020. La Plata <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/index>
- Araya Rivera, C. (2009) *Radio estudiantil: programas, audiencias y desafíos*. En: *Revista Reflexiones N° 88, Págs. 37-44*.
- Arribá, S. (2009) PDF] El peronismo y la política de radiodifusión (1946-1955). En *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. Guillermo Mastrini (editor). Buenos Aires. Ediciones La Crujía
- Asuaga, C. (2007) *Gestión De Radios Universitarias: Definiendo la estrategia*. Revista RE – Presentaciones Periodismo, Comunicación y Sociedad. Escuela de Periodismo Universidad de Santiago. Año 2, Número 3 / junio- diciembre 2007, 185-196.
- Barberis, S. y Dido, J.C. (2006) *Radios Universitarias, Principios, funciones, objetivos*. La Matanza, Universidad Nacional de La Matanza.
- Berlín Villafaña, I. (2000) *El derecho a decir: radios universitarias y educativas en México*. En *Revista Latina de Comunicación Social*. Año 3° Universidad de La Laguna. Canarias. España. Recuperado el 1 de agosto de 2018 de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000tma/irvin.html>
- Borgarello, E. (2010). *Una mirada a la Ley de Radiodifusión en nuestro país*. Question/Cuestión, 1(13). Recuperado a partir de <http://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/341>

- Bosetti, O. (1993). *Radiofonías. Palabras y sonidos de largo alcance. Buenos Aires.* Ediciones Colihue
- Bosetti, O. y Haye, R. (Comp.) (2015). *Radios universitarias Argentinas. Una red pública y federal para ejercer el derecho a la comunicación.* Serie La Radio del Nuevo Siglo. La Matanza, Universidad Nacional de La Matanza.
- Bosetti, O. y Haye, R. (Comp.) (2016). *Encrucijadas del nuevo milenio: Radio, Comunicación y Nuevas Tecnologías.* Serie La Radio del Nuevo Siglo. Avellaneda. Undav Ediciones.
- Bosetti, O. y Haye, R. (Comp.) (2018). *Pensar las radios. Reflexiones desde las cátedras, talleres y otros alrededores.* Serie La Radio del Nuevo Siglo. Avellaneda. Undav Ediciones.
- Casajús, L. (2011). *Radio universitaria en América Latina: escenarios y perspectivas.* En Aguaded, J.I. y Contreras, P. (Coords.) *La radio Universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática.* A Coruña. Netbiblo.
- Casajús, L. (2015). *Radios universitarias y redes sociales.* Tesis Doctoral. Departamento Ciencias de la Comunicación. Universitat Jaume I.
- Casajús, L. (2018). *La articulación académica y la participación de los estudiantes en la radio universitaria. La experiencia de Radio UNDAV.* En D. Martín Pena y A. Vivas Moreno (Eds.) *Radios Universitarias en Marcha. Hacia la construcción de una contra agenda mediática* (pp. 98-112). Avellaneda, Argentina: UNDAV Ediciones.
- Casajús, L. y Martín-Pena, D. (2016) *La presencia de las radios universitarias españolas en las redes sociales.* En *Comunicación y Hombre*, núm. 12, junio, 2016, pp. 291-304. Universidad Francisco de Vitoria. Pozuelo de Alarcón, España.
- Casajús, L. y Martín Pena, D. (2016). *La coproducción de contenidos en las redes de radios universitarias.* En Bosetti, O. y Haye, R., *Encrucijadas del nuevo milenio: Radio, Comunicación y Nuevas tecnologías.* Avellaneda, Argentina: UNDAV Ediciones - ARUNA.
- Casajús, L. y Giorgi, N. (2017). *Lo dijo la radio. Entonces habrá que investigar.* Colección Radio Escrita. Avellaneda. Undav Ediciones.
- Casajús, L.; Giorgi, M. y Giorgi, N. (2018). *Radio universitaria en Argentina. El caso de la emisora de la Universidad Nacional de Avellaneda.* *Revista Mediterránea de*

- Comunicación/Mediterranean Journal of Communication, 9 (1), 81-96.
<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.1.5>
- Casajús, L., & Giorgi, N. (2020). *100 años de radio, 96 de radio universitaria*. Question/Cuestión, 2(66). Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/6373>
- Castiñeiras, J. R. (1985) *Historia de la Universidad de La Plata*. Tomo II. Facsímile de la primera edición (1940). La Plata. República Argentina.
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/128437>
- Chandler, R. y Plano, J. (1988). *The public administration dictionary*. Santa Bárbara, ABC-Clio.
- Elías, A. (2006). *Los gobiernos progresistas en debate*. Buenos Aires, CLACSO.
- Elíades, A. (2003) *Historia legal de la radio y la televisión en Argentina*. En Revista: Oficios Terrestres; no. 13. Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS). U.N.L.P.
- Espino, C. y Martín-Pena, D. (2012) *Las TIC y las radios universitarias: hacia una nueva comunicación*. (Págs. 21-35) En Espino, C. y Martín-Pena, D. (Coords.) *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*. UOC, Barcelona.
- Farizano, A. (2016) *El contacto con la realidad local, el eje de la sustentabilidad de la radio universitaria*. En Bosetti, O. y Haye, Ricardo. *Encrucijadas del nuevo milenio. Radio, Comunicación y nuevas Tecnologías*. Avellaneda, UNDAV Ediciones.
- Fernández, J L. (2008). *La Construcción de lo Radiofónico*. Editorial La Crujía, Buenos Aires.
- Gardella, T. y Villamayor, C. (2015) *Radios universitarias: proyecto político comunicacional y constitución del espacio público*. En: Bosetti, O. y Haye, R. (Coords.) *Radios universitarias argentinas: una red pública y federal para ejercer el derecho a la comunicación*. Universidad nacional de La Matanza, La Matanza.
- Giorgi, M. (2015) *La radio Universitaria. Hacia la consolidación de una Red Autónoma de Medios*. UNDAV Ediciones Avellaneda, Universidad Nacional de Avellaneda.

- Giorgi, M. (2018). *De cómo la RRULAC se transformó en la RIU*. En D. Martín Pena y A. Vivas Moreno (Eds.) *Radios Universitarias en Marcha. Hacia la construcción de una contra agenda mediática* (pp. 128-143). Avellaneda, Argentina: UNDAV Ediciones.
- Giorgi, M.; Casajús, L.; Giorgi, N. y Bralo, M. (2016) *Radio UNDAV. La experiencia de creación y puesta en marcha de la Radio de la Universidad Nacional de Avellaneda*. *Actas de Periodismo y Comunicación*. Revista electrónica sobre congresos, encuentros y Jornadas de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social ISSN 2469-0910 <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/3737>
- Grynspar, R. (2018). *Las radios universitarias: actor fundamental de la comunicación iberoamericana*. En Martín Pena, D. y Vivas Moreno, A. (Ed. Y Coord.). *Radios universitarias en marcha. Hacia la construcción de una contra agenda mediática*. (pp. 7-9). Avellaneda: UNDAV Ediciones.
- Guber, R (2004) *El salvaje metropolitano*. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo. Paidós. Buenos Aires.
- Ibarra, D. (2015) *Criterios para organizar la programación de una radio universitaria*. En O. Bosetti y R. Haye (Eds.), *Radios universitarias argentinas. Una red pública y federal para ejercer el derecho a la comunicación*. (pp. 41-70). La Matanza, Argentina: Editorial UNLaM.
- Iglesias, M. (2015) *A contramano: modelos de gestión y estrategias económicas de las radios comunitarias argentinas en búsqueda de la sustentabilidad (2005-2015)*. Tesis para la Maestría en Industrias Culturales UNQ.
- Katz, C. (2008) *Las peculiaridades de América latina* Theomai, núm. 17, primer semestre, 2008, pp. 139-151 Red Internacional de Estudios sobre Sociedad, Naturaleza y Desarrollo. Buenos Aires, Argentina
- Kischinhevsky, M. (2017) *Radio y medios sociales. Mediaciones e interacciones radiofónicas digitales*. Editorial UOC, Barcelona.
- Koziner, N. S. (2018). *La prensa económica y el debate sobre los medios. Análisis de la cobertura informativa del proceso de discusión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Ámbito Financiero y El Cronista Comercial* (marzo - octubre de 2009). (Tesis de posgrado Universidad Nacional de Quilmes).

- Lindloff, T. (1995) *Qualitative Communication Research*. Thousand Oaks, CA: Sage / Jankovsky, Nicholas (eds.) *A handbook of methodologies for mass communication research*. London & New York, Routledge (Base de Análisis Cualitativo. En: Martini, S. 2017).
- López Veneroni, F. (1997). *Forma y sentido de la radio pública*. Revista electrónica El hilo de Ariadna. México
- Loreti, D. (1995) *El derecho de la información. Relación entre medios, público y periodistas*. Editorial Paidós, Buenos Aires.
- Loreti, D. y Lozano, L. (2014). *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas (1°)*. Siglo XXI Editores. Buenos Aires.
- Loreti, D. (2019) Entrevista del autor para la presente Tesis.
- Marta, C. y Martín-Pena, D. (2013) *Investigación sobre radio universitaria: presente, pasado y futuro*. Edmetic, 3 (1), 8-25.
- Martín Barbero, J. (2008) *Políticas de la comunicación y la cultura. Claves de la investigación*. Documentos CIDOB Dinámicas Interculturales. CIDOB Ediciones. Barcelona.
- Martini, S., Chicco, I. y Vinelli, C. (2006). *Analizar las noticias*. Buenos Aires. Documento de la Cátedra.
- Martín-Pena, D. (2018) *Primeras experiencias radiofónicas y evolución del trabajo en red*. En Martín-Pena, D. y Vivas Moreno, A. *Radios universitarias en marcha. Hacia la construcción de una contra agenda mediática*. (pp. 29-30). Avellaneda: UNDAV Ediciones.
- Martín-Pena, D. y Casajús, L. (2017). *La investigación en materia de radio universitaria en Latinoamérica y España*. En Lo dijo la radio. Entonces habrá que investigar. Casajús, L. y Giorgi, N. Avellaneda. Universidad Nacional de Avellaneda.
- Martín Pena, D.; Casajús, L.; Giorgi, M.; y Giorgi, N. (2018). *La radio universitaria en la era digital. Los casos de Radio UNDAV y OndaCampus*. Actas del III Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Generación Smartphone. Comunicación Móvil. Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/87647/978-84-17270-30-df?sequence=1&isAllowed=y>

- Martín-Pena, D. y Giorgi, M. (2019) *La radio universitaria como alternativa de formación y comunicación*, Documentos de Trabajo, nº 17 (2ª época), Madrid, Fundación Carolina.
- Martín-Pena, D., Giorgi, M. (2021) *Radios universitarias en tiempos de infodemia*. San José, Costa Rica: Editorial Universidad de Costa Rica (SIEDIN). ISBN: 978-9930-568-39-2
- Martin-Pena, D., Marta-Lazo, C. y Ortiz Sobrino, M.A. (2016). (Coords.) *Perspectivas y prospectivas de la radio universitaria en la era digital*. En Cuadernos Artesanos de Comunicación, 113. La Laguna (Tenerife): Latina.
- Martín-Pena, D. y Vivas Moreno, A. (2017) *Modelo de investigación para el estudio de las radios universitarias* en Estudios sobre el Mensaje Periodístico 23 (2), 1265-1283.
- Martín-Pena, D. y Vivas Moreno, A. (Ed. y Coord.) (2018). *Radios Universitarias en marcha. Hacia la construcción de una contra agenda mediática*. Colección Radio Escrita. Avellaneda. Undav Ediciones.
- Mastrini, G. (2009) El antiperonismo como factor clave de los inicios de la televisión privada argentina. En: Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004). Buenos Aires. Ediciones La Crujía
- Marino, S., Mastrini, G. y Becerra, M. (2012) *Los medios digitales: Argentina*. Disponible en https://www.researchgate.net/profile/Marius-Dragomir/publication/349462511_Los_medios_digitales_Argentina/links/60310c1d92851c4ed5862b93/Los-medios-digitales-Argentina.pdf
- McChesney, R. (2003) *El problema del periodismo: una contribución económica política a una explicación de la crisis del periodismo estadounidense contemporáneo*. Estudios de Periodismo Volumen 4, numero 3 (pp.299-329) Disponible: <https://www.tandfonline.com/doi/ref/10.1080/14616700306492?scroll=top>
- Méndez Rosas, J. (2005) *La historia de la radio que no fue: Retos a la comunicación alternativa en Tlaxcalancingo, Puebla*. En Tesis de la licenciatura en ciencias de la Comunicación. Universidad de Las Américas. Puebla, México.
- Milito, C. y Casajús, L. (2011) *Las radios universitarias argentinas en Internet, relevamiento, desarrollos, modelos y enfoques*. Question, vol. 1, 30.

- Milito, C. (2019) *Radio y Comunicación en la UNLP. Mundo analógico y cultura digital. Desde LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata a RadioPerio, la radio web de la Facultad de periodismo y Comunicación Social*. Trabajo de Tesis de Maestría. sedici.unlp.edu.ar <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/88369>
- Molina, M. (2014) *La autonomía institucional y académica de las universidades nacionales. Evolución conceptual en la legislación y jurisprudencia argentina*, en Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES), México, UNAM - IISUE / Universidad, vol. V, núm. 13, pp. 66-89.
- Moraes, de D. (2011) *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Paidós, Buenos Aires.
- Orcajo, O. (2018) UNI Radio. *La primera radio universitaria de Uruguay. Montevideo*. UdelAR, Facultad de Información y Comunicación.
- Ottaviano, C. (2013) En: *La Ley de la comunicación democrática*. Universidad Nacional de Quilmes; Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. 1ª. Edición Bernal.
- Pallares, F. (1988). *Políticas públicas. El sistema político en acción*. Revista de Estudios Políticos. 62. México: 141.
- Pauli, C. (2012). *Democratizar la comunicación. Estudio y propuesta para la gestión de la radio de la Universidad Nacional de La Plata*. Trabajo integrador de la Especialización en comunicación radiofónica <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/29752>
- Perona Páez, J.J. (2012). *Las emisoras universitarias en el contexto digital: programación, nuevos medios y hábitos de escucha*. En Espino, C. y Martín-Pena, D. (Coords.) *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*. UOC, Barcelona.
- Porro, M. (1982) LR11 *Radio Universidad Nacional de La Plata. Primera emisora universitaria*. (Págs. 537 y 538) En “La Plata, ciudad milagro”. Directora Lerange, C. Buenos Aires. Corregidor
- Prieto Castillo, D. (1996). *Las emisoras universitarias frente a las transformaciones de fin de siglo*. I Festival Centroamericano de la Radio. Costa Rica.

- Recalde, A (2008) Análisis de la Ley del Servicio de Radiodifusión 14.241 del año 1953. Revista Question; vol. 1, no. 18. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/31993>
- Rodríguez, C. (2009) *De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término*. (Págs. 13-25) En Folios N° 21-22 Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia.
- Rodríguez Garavito, C.; Barret, P. y Chavez, D. (2008), *La nueva izquierda en América Latina*. Su trayectoria y perspectivas. Editorial Grupo Norma. Buenos Aires.
- Ronda, J. (2011) *Inventar en las ondas. La radio universitaria una nueva forma de programación y especialización*. (Págs. 109-118) En Aguaded, J. y Contreras (Coords.) *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. La Coruña, Netbiblo.
- Rotman, A. (2020) *Las radios de la reforma*. Question/Cuestión, 2(66). Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/6340>
- Sautu, R. (2003) *Todo es teoría: objetivos y métodos de investigación*. Bs. Aires, Lumiere.
- Sautu, R.; Boniolo, P.; Dalle, P.; Elbert, R. (2005) *Manual de Metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Bs. Aires, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO).
- Svampa, M. (2016), *América Latina: Fin de ciclo y populismos de alta intensidad, Rescatar la esperanza. Más allá del neoliberalismo y el progresismo*, Barcelona, Entrepueblos.
- Tedesco, M. (2013). *Políticas de comunicación y radio universitarias*. En Página/12. Recuperado el 23 de julio de 2018 de <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-229272-2013-09-18.html>
- Tedesco, M. (2016) *La Radio es el aula más grande de la Universidad. Política y políticas de comunicación en la radiodifusión universitaria*. El caso de AM 1240 Radio Universidad Nacional del Sur. Tesis Maestría. Universidad Nacional de Quilmes.
- Vanyay, M., Solari, V, y Viera, J. (2019). *La radio universitaria como comunicadora de saberes La experiencia de Deporte Sostenible en Radio UNDAV*. XXI° Congreso

de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Humanidades (UNSa), Salta, 2019. Dirección estable:<https://www.aacademica.org/21redcom/129>

- Vasilachis De Gialdino, I. (1992) *Métodos Cualitativos I. Los problemas teórico-epistemológicos*. Centro Editor de América Latina. Buenos Aires.

-Vázquez Guerrero, M. (2012). *La radio Universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes*. Tesis Doctoral, Universidad Pompeu Fabra.

-Vázquez Guerrero, M. (2015). *La radio Universitaria en Iberoamérica: trascendencia y retos*. En *Comunicación y Medios* (31), p. 151.

-Velásquez Betancur, J. (2014). *La comunicación: fundamento de las políticas públicas*. *Revista Comunicación*, No. 30 p. 23 - 33 Medellín. Colombia.

-Villamayor, C. y Lamas, E. (1998) *Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana*. FES, AMARC ALC, Quito. Ecuador.

-Villanueva, S. (2012) *La radio universitaria y su función social como instrumento para la integración*. (La Radio Universitaria en la ciudad de Monterrey, Nuevo León). Diploma Estudios Avanzados, Departamento de Sociología IV, Universidad Complutense, Madrid.

OTRAS FUENTES Y ARTÍCULOS EN LA WEB

- ARUNA. Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales Argentinas
<http://aruna.edu.ar/>

- CIN. Consejo Interuniversitario Nacional <https://www.cin.edu.ar/>

- Diario Página 12. Las XIII jornadas universitarias "La Radio del Nuevo Siglo". Un encuentro de radios universitarias

<https://www.pagina12.com.ar/222169-un-encuentro-de-radios-universitarias>

-ENACOM. Ente Nacional de Comunicaciones https://www.enacom.gob.ar/ley-26-522_p2709

-Páginas de Facebook y Twitter de las emisoras:

Radio UNDAV <https://www.facebook.com/UNDAVMedios/> y
<https://twitter.com/UNDAVMedios>

100.3 Radio UNER Paraná <https://www.facebook.com/RadioUnerParana/> y
<https://twitter.com/RadioUNER>

Radio UNTDF 106.3 <https://www.facebook.com/FM1069RadioUNTDF/> y
<https://twitter.com/RadioUNTDF>

Radio Universidad de La Plata <https://www.facebook.com/radioulaplata/>

- RIU. Radio internacional Universitaria <https://radiosriu.org/>

- Sitios web de las emisoras:

100.3 Radio UNER Paraná <https://siruner.uner.edu.ar/>

Radio UNTDF 106.3
<http://untdf.edu.ar/institucional/comunicacion/radiountdf1069/radiountdf>

Radio UNDAV <http://radio.undav.edu.ar/>

Radio Universidad UNLP <https://www.radiouniversidad.unlp.edu.ar/>

-UNER. Universidad Nacional de Entre Ríos

https://www.fc.edu.uner.edu.ar/?page_id=1075

-UNTdF. UNIVERSIDAD NACIONAL DE Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur

- Radio UNLP <https://unlp.edu.ar/extension>

<http://www.untdf.edu.ar/institucional/radiountdf1069>

-UNDAV. Universidad Nacional de Avellaneda

<http://radio.undav.edu.ar/direcciondemedios>

-UNDAV Ediciones https://ediciones.undav.edu.ar/?product_cat=coleccion-radio-escrita&grupo=3

ANEXOS

ANEXO I

Radio Universidad Nacional de La Plata. Entrevista, encuesta y documentos 154

ANEXO II

Radio Universidad Nacional de Entre Ríos. Entrevista, encuesta y documentos 166

ANEXO III

Radio Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.
Entrevista, encuesta y documentos 197

ANEXO IV

Radio Universidad Nacional de Avellaneda. Entrevista, encuesta y documentos 214

ANEXO V

Consultas y aportes a la herramienta de investigación 228

ANEXO VI

Entrevistas y encuestas complementarias. Aportes jurídicos y académicos 238

ANEXO VII

Documentación complementaria 272

ANEXO I

Radio Universidad Nacional de La Plata. Entrevista, encuesta y documentos.

1 Entrevista al Lic. Gabriel Morini, Director de LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata.

(Telefónica, noviembre de 2019)

Hola Gabriel, la radio más antigua del mundo ya tiene nueva casa, hablemos del paso a la sede nueva, la mudanza, un logro después de décadas.

Si, la radio ya está en su nueva sede, desde hace apenas un mes, en el Centro de Producción Multimedial del remodelado Edificio Sergio Karakachoff²⁶, en calle 48 entre avenida 7 y calle 6, en La Plata, después de funcionar casi 70 años en Plaza Rocha 133, ocupando la casa en los altos de la Biblioteca Pública de la UNLP que originalmente fue diseñada como vivienda para el bibliotecario o la bibliotecaria. Una casa enorme para vivienda familiar pero cada vez más chica para la radio.

Que significa Centro Multimedial?

Las refacciones del Edificio Karakachoff que incluyen el Pasaje del Bicentenario representan un proyecto ambicioso de la UNLP. Aquí funcionan una sede de Posgrado con un total de 60 aulas, y disponible para todas las facultades; un Centro de Convenciones para dos mil personas en simultáneo, y un Centro de Arte y Cultura. Y en el octavo piso Radio Universidad y TV Universidad, además de otras dependencias, entre ellas la Editorial de la Universidad.

Cuando Radio Universidad cumplió 90 años, en 2014, ya se hablaba de este proyecto

Si, y antes también hubo otros planes de mudanza, había decisiones de cambiar de edificio que no se concretaron entre 1967 o 1968. Pero fue a comienzos del 2014, cuando la UNLP puso en marcha el proyecto arquitectónico de jerarquización la manzana de 6, 48, 7 y 47. A partir de la mudanza de la Facultad de Psicología concretada en 2012 y el traslado de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación al predio del Ex Batallón de Infantería de Marina N° III ubicado en avenida 122 y 50 de Ensenada, se

²⁶El edificio de calle 48 entre avenida 7 y calle 6, en La Plata, había sido inaugurado en el año 1976, iniciada la dictadura militar, y se constituyó en uno de los símbolos más emblemáticos del poder que ejerció el autoritarismo sobre el sistema de educación superior de la Argentina. En octubre de 2014, el Consejo Superior de la UNLP aprobó la propuesta de renombrar al edificio donde funcionaron Humanidades, Ciencias Jurídicas y Psicología, como edificio Sergio Karakachoff. El cambio de nombre obedeció en reconocimiento al dirigente radical, abogado y periodista, asesinado el 10 de septiembre de 1976 por efectivos de la represión ilegal que 24 horas antes lo habían secuestrado en su estudio de la ciudad de La Plata. Otro acto de terrorismo de Estado que permanece impune.

comenzó con la construcción de un sector peatonal de uso público bautizado como Pasaje del Bicentenario.

Un cambio de fisonomía para este edificio en la propia manzana donde se halla la Presidencia de la UNLP.

Claro, es una obra sin antecedentes, donde primero se hizo una demolición parcial de los primeros tres pisos del Ex Edificio Tres Facultades, se construyó un pasaje peatonal amplio que conecta el edificio con el Rectorado, que es la sede central de la presidencia de la Universidad. Y la puesta en valor integral de los 9 pisos, destinando una de esas plantas para los medios.

Además un paso histórico, para los que trabajamos algún tiempo en la sede de Plaza Rocha, donde ya no había más espacio para la AM y la FM.

Si las dos radios parecen nuevas hoy, junto con los espacios que satisfacen todas y cada una de las necesidades técnicas y profesionales, los nuevos estudios con características técnicas de primer nivel. Ambas frecuencias se instalaron en unos 400 metros cuadrados que fueron acondicionados y transformados y vinculados con las instalaciones del Canal. La radio ocupa el ala del edificio que da a la avenida 7 y el canal ocupa 520 metros el ala que da a calle 6.

Cómo se diseñaron las nuevas instalaciones de la radio?

En total son 5 estudios de distintas dimensiones, instalados para AM y FM, todos con sus respectivas salas de control y operación y las condiciones técnicas y acústicas. La mudanza implica un salto cualitativo y cuantitativo para la Radio, dado que se pueden emitir dos programas al aire en simultáneo (en las señales de AM y FM) y producir, pre-producir o post-producir contenidos al mismo tiempo. Además hay áreas de apoyo y producción de contenidos para el servicio informativo, portal web, técnica y oficinas de gestión y administración.

La renovación y la casa nueva vienen con algunos otros pasos?

Esperamos llegar a la renovación integral de equipamientos técnicos, como así también la incorporación de nuevo mobiliario –fabricado por la Escuela de Oficios de la UNLP. Ya se instaló la nueva antena de 108 metros de altura, en el Centro Regional de Extensión Universitaria (CREU), en calles 60 y 130 de Berisso. Ese mástil incluye las antenas de la FM y la señal de televisión digital y desde allí el enlace a la planta transmisora de AM ubicada en el predio que la Universidad posee en la Estación Experimental Hirschornn, de Los Hornos. El enlace desde los estudios a la planta transmisora del CREU se hará mediante el tendido de fibra óptica

Gabriel, como hombre de los medios dame una definición de este nuevo espacio

Tiene características técnicas de primerísimo nivel, que permiten una repotenciación de ambas señales muy notable. Tenemos estaciones de trabajo de avanzada para todo el

personal; para poder comunicar como los tiempos exigen y las nuevas condiciones en la que funciona la Radio satisfacen todas y cada una de las necesidades en términos técnicos, así que tendremos que ponerle el esfuerzo humano, profesional para dar respuesta a estas circunstancias.

Muchas gracias.

2. Encuesta y relevamiento.

Nuevas instalaciones de las dos emisoras de la UNLP (Reconstrucción del autor del trabajo con datos recabados en la nueva sede)

Domicilio estudios: Calle 48 N° 566 Entre 6 y Av. 7 Piso 8vo. Edificio Sergio Karakachoff. La Plata, Provincia de Buenos Aires

Edificio propio: Compartido con el canal de TV

Edificio Compartido: Multimedial

Características

Desde cuándo se encuentra en ese domicilio: Octubre de 2019

Domicilio planta transmisora: Planta de AM se halla en la Estación Experimental Hirschornn. Av. 66 y Calle 172, Los Hornos. Planta FM Av. 60 y calle 130 Berisso

Edificio propio: Sí, es un edificio propio.

Edificio Compartido: Se halla en un predio de la UNLP

Características del/los estudios

Cantidad de estudios: 5 estudios

Cantidad de control de estudios: 5 controles para emisión y grabaciones.

Áreas de producción: Tiene 2.

Áreas de redacción: 2.

Áreas administrativas: 2 y dos auxiliares

Otras dependencias vinculadas con la actividad: 2 despacho del director y secretaría

Características de la planta:

Torre. Tipo y altura. La torre de la AM se encuentra en la planta transmisora de Los Hornos y tiene 120 metros de altura, es decir, media onda. Tiene radios metálicos enterrados de la misma longitud que la torre.

Transmisores (tipo/marca. Potencia): El transmisor de AM es transistorizado. Fue desarrollado por la empresa argentina ADEMA y sus módulos alcanzan una potencia de 10 Kilowatts.

El transmisor de FM es valvular, marca y modelo no informados Potencia: declara alcanzar los 4 KW.

Transmisor Auxiliar: Tipo/marca. Potencia. No hay.

Vínculo transmisor - antena. En ambas emisiones el vínculo es un coaxil.

Antena. Tipo polarización en el caso FM. 8 dipolos vertical

Antena AM Radio universidad: No informado.

Enlace estudio planta (si lo hubiera): Se usa un enlace de VHF principal y hay otro Encuesta

Descripción principal de la radio (Incluye datos de las antiguas instalaciones)²⁷

01. NOMBRE DE LA RADIO: Radio Universidad Nacional de La Plata

02. Señal distintiva: LR11

03. Frecuencia (AM o FM): AM 1390 KHz y FM 107.5 MHz

<i>SITUACION DE LA RADIO ANTES DEL TRASLADO A LOS NUEVOS ESTUDIOS Y PLANTA DE FM (Respuestas del Lic. Santiago Albarracín ex director de LR11)</i>

04. DOMICILIO ESTUDIO/S: Plaza Rocha nº 133

05. Edificio propio: El edificio pertenece a la Universidad Nacional de La Plata

06. Edificio Compartido: El edificio y otros aledaños ocupan la totalidad de una manzana delimitada por la Avenida 7, la Calle 61, la Calle 8, la Diagonal 78 y Plaza Rocha. En este conjunto funcionan, además de la radio, la Facultad de Bellas Artes y la Biblioteca Central de la UNLP.

07. Características (solo si es compartido). Las instalaciones de Radio Universidad se encuentran en el segundo piso del ala que da sobre Plaza Rocha, por encima de la Biblioteca. Se llega por ascensor o escalera y tiene una terraza donde se desarrollan actividades vinculadas con la programación de la FM.

08. Desde cuándo se encuentra en ese domicilio. Desde la década del 50

²⁷ La encuesta fue contestada por un ex director y el actual Director en el momento de la realización de la mudanza. Octubre de 2019.

09. DOMICILIO PLANTA TRANSMISORA. La Planta Transmisora de la señal de AM se encuentra en Av. 66 y 173, en la localidad de Los Hornos.

10. Edificio propio. Si, es un edificio propio.

11. Edificio Compartido. NO.

12. Características (solo si es compartido)

13. Desde cuándo se encuentra en ese domicilio. No informado

CARACTERISTICAS DEL/LOS ESTUDIOS (antes de la mudanza a la nueva sede)

14. Cantidad de estudios: Tiene 3 estudios

15. Cantidad de control de estudios: Tiene 2 controles para emisión y un tercero para grabaciones.

16. Áreas de producción: Tiene 2.

17. Áreas de redacción. 1.

18. Áreas administrativas: 1.

19. Otras dependencias vinculadas con la actividad: 1 despacho del director

- CARACTERISTICAS DE LA PLANTA

20. Torre. Tipo y altura. La torre de la AM se encuentra en la planta transmisora de Los Hornos y tiene 120 metros de altura, es decir, media onda. Tiene radios metálicos enterrados de la misma longitud que la torre. / La torre de la FM es más pequeña y monta cuatro dipolos. Está ubicada en otra terraza del edificio de Plaza Rocha.

21. Transmisor Principal: Tipo/marca. Potencia. El transmisor de AM es transistorizado. Fue desarrollado por la empresa argentina ADEMA y sus módulos alcanzan una potencia de 10 Kilowatts. / El transmisor de FM es valvular, desconozco la marca y declara alcanzar los 4 KW.

22. Transmisor Auxiliar: Tipo/marca. Potencia. No hay.

23. Vínculo transmisor - antena. En ambas emisiones el vínculo es un coaxil.

24. Antena. Tipo polarización en el caso FM. Desconozco.

25. Antena AM Radio universidad. Desconozco.

26. Enlace estudio planta (si lo hubiera): Se usa un enlace de VHF principal y hay otro enlace de backup.

- TRANSMISION DIGITAL

27. Tipo de sistema. Streaming para ambas emisiones.
28. Proveedor de servicio o servicio propio. Se empezó con un servicio comprado a una empresa de EE.UU. pero durante 2012 se hizo cargo la propia UNLP de brindar ese servicio.
29. Características del servicio (velocidad, capacidad, etc.). Desconozco.
30. Otros formatos y plataformas: aplicaciones, redes sociales, sitios web, etc. Entre 2011 y 2014 se renovó el sitio web de la radio, se abrieron usuarios institucionales en Twitter y Facebook y se renovó la identidad gráfica. Se puso en marcha un servicio de podcast que una vez al día resumía en un minuto las principales notas de la jornada.

SITUACION JURIDICA Y LEGAL DE LA RADIO

31. Situación de la emisora frente a la autoridad de aplicación (ENACOM, AFSCA, COMFER). Acto administrativo de la adjudicación, uso de licencia, asignación de parámetros de frecuencia y potencia, etc. ¿Se puede aportar copias de la documentación? La radio estuvo siempre en regla, tanto para la AM como para la FM. En mi gestión no tuve acceso a permisos pero deben obrar en Rectorado de UNLP.
32. Documentación universitaria vinculada con la creación de la emisora. Fecha de autorización Consejo Superior y fecha de puesta en el aire. ¿Se puede aportar copias de la documentación? Hay un banco de imágenes históricas pero no vi ninguna de 1924.
33. Otra documentación (si existiera) estatutaria, organizacional, resolutive o metodológica, que describa fines, integración, funcionamiento, etc. de la radio. Obran en las resoluciones de la UNLP. Es importante el libro de los 85 años que editó la radio durante la gestión de Omar Turconi.
34. Resoluciones u otra documentación que acredite las designaciones del personal, de los responsables de áreas y del director o responsable principal de la radio. También, obran en la UNLP. La radio ha sido considerada una dependencia y en tal sentido sus límites siempre fueron establecidos desde Rectorado, tanto en lo operacional como en lo administrativo.

ORGANIZACIÓN INTERNA DE LA RADIO

35. Describa las áreas que integran la emisora (Ej.: técnica, periodística, estudios, planta transmisora, etc.). La FM tiene su personal que funciona de manera semi independiente de la que trabaja en la AM. Hay un área técnica, un servicio informativo, un área de administración, un área de planta transmisora, un área de locutores y un área de operadores técnicos.
36. Recursos Humanos: total de personal: Más de 50. No lo recuerdo con precisión.
37. Distribución del personal por área. Más de la mitad aportaba a la AM. Cada área mencionada tenía entre 5 y 10 personas.

38. Vínculo del RRHH con la radio. (Relación de dependencia, contratados, otros). 70% de planta y 30% de contratados y becados.
39. Describa la integración de los planteles entre docentes, no docentes, etc. Todo el personal de planta es no docente, aunque algunos pocos también ejercían la docencia en la universidad.
40. Son profesionales formados para los medios (locutores, operadores, periodistas, etc.) o personal idóneo formado o integrante de la universidad? Locutores y operadores son egresados del ISER. Los periodistas son egresados de la UNLP o estudiaron alguna vez en ella, ya sea periodismo, letras u otras ciencias sociales.

RELACION INTEGRAL CON LA UNIVERSIDAD

(Destacar para cada radio)

- VINCULO DIRECTO CON LA UNIVERSIDAD

41. Área de la que depende la radio. Depende de la Secretaría de Extensión Universitaria
42. Área de la obtiene recursos presupuestarios. De Presidencia UNLP
43. Maneja presupuesto propio discriminado? Sí.
44. Maneja su propia administración? Sí.
45. ¿Hay vínculos con la actividad académica? ¿Cuáles? Hay programas dedicados a algunas facultades y tratativas para ampliar esa vinculación con otras.
46. Participación en la programación de la comunidad universitaria. Es a iniciativa de los miembros de la comunidad. No tenemos un consejo asesor que intervenga.
47. Asesoramiento para los contenidos? No, todo se resuelve en la radio.
50. ¿Participan estudiantes? Sí. Algunos como becarios, otros de modo informal y siempre por iniciativa de ellos a excepción de programas de las cátedras de radio de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
51. Si la respuesta es afirmativa: ¿Hay sistemas de práctica y practicas pre-profesionalizantes? ¿Cómo se disponen? Sí, hay espacios en la programación que son gestionados por los docentes de las cátedras de radio de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
52. Participan en la programación? Sí.
53. Presentan propuestas propias vinculadas con programación? Sí, pero las presentan a sus docentes y sólo durante algunos períodos del año.
54. Obtienen reconocimientos por parte de la radio (créditos, certificaciones, etc.). No.

55. ¿Participan docentes? Sí.

56. Si la respuesta es afirmativa. ¿Cómo se manifiesta esa participación? En la mayor parte de los casos son fuentes informativas. Se los llama por teléfonos para que salgan al aire y respondan preguntas o brinden testimonios sobre los temas en los que tienen alguna autoridad profesional. Hay programas que conducen y en un caso convocan a sus estudiantes de la escuela primaria de la UNLP.

57. ¿Lo hacen por razones curriculares académicas de sus materias? No, a excepción del caso de las cátedras de radio que mencionamos anteriormente.

58. ¿Participan en la programación? Sí, en algún caso puntual.

59. ¿Presentan propuestas propias vinculadas con programación? No.

- VINCULO CON OTRAS AREAS DE LA UNIVERSIDAD

60. ¿Existen vínculos con otras áreas de la universidad más allá de la/s citada/s? Sí, con varias.

61. Describa cuales son y qué tipo de interacción tienen con la radio. (Programación, asesoramiento para contenidos, etc.) Se han desarrollado acuerdos con la Facultad de Bellas Artes para la composición, grabación y edición de la música incidental de la radio, sus cortinas, etc. También se acordó una línea de trabajo muy firme con el repositorio institucional de la UNLP para digitalizar el archivo sonoro de la emisora.

62. Acciones desde la radio hacia las áreas de la universidad. (Difusión, divulgación, coberturas periodísticas, eventos, etc.). Se realizan campañas de difusión de las acciones de toda la UNLP: campañas de salud, servicios a los estudiantes como el tren universitario, convocatorias a becas, entre otras acciones.

63. Comunicación Institucional de la universidad: Vinculación/participación de la radio. (Difusión, divulgación, coberturas periodísticas, eventos, etc.). Sí, en cada evento importante de la UNLP la radio siempre está. Participa de la Expo Universidad con un stand propio, acompaña al presidente a las actividades protocolares importantes, etc.

VINCULACION TERRITORIAL Y COMUNITARIA

64. ¿Existe un vínculo directo con la comunidad y el territorio donde se encuentra instalada la radio? Sí, la radio es una entidad referente en la "manzana de las artes" y buena parte de la zona universitaria platense.

65. Describa acciones de la emisora desde la programación, participación, interacción con la comunidad y el territorio. Fue agitadora para la vigencia plena de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y organizó recitales y otros eventos junto al AFSCA. También acompañó al desarrollo de actividades comunitarias en La Plata y en Ensenada.

66. ¿La comunidad, no universitaria participa de la programación? Sí, a través de instituciones intermedias.

67. ¿La radio sale a la calle? Coberturas en exteriores, periodísticas, contenidos, etc. Sí, tiene movileros, un móvil nuevo, un estudio portátil, una cápsula que se acopla por partes para armar un estudio acuatizado. La radio siempre genera contenidos desde la calle, tanto en AM como en FM.

68. Describa si hay dificultades en los procesos de participación desde y hacia la comunidad en el territorio. Sí, tenemos que racionar el uso del vehículo de la radio y a veces no tenemos móvil a la tarde.

69. Describa, si existieran, las herramientas para la sustentabilidad de las coberturas descriptas precedentemente. (Técnicas, económicas, de RRHH, etc.). La radio cuenta con un vehículo propio, tiene un estudio portátil que permite las transmisiones de los partidos de fútbol y personal afectado al uso de esas herramientas.

CONTENIDOS Y FORMATOS PERIODISTICOS

70. ¿La programación tiene componentes periodísticos? Describa: RRHH, en aire, producción, etc. Sí, y son los protagonistas de la programación. En aire, producción, exteriores, dirección hay profesionales del periodismo haciendo el trabajo.

71. Servicios periodísticos: sistema informativo convencional, frecuencia, características. El informativo sale cada 30 minutos en AM y cada 60 minutos en FM. En AM sale con el top y tiene un panorama a las 8, otro a las 12 y otro a las 19. Los panoramas son de 10 minutos. Suelen tener audios de entrevistas. En cambio, los boletines salen cada 30 minutos y duran entre 2 y 3 minutos.

72. Definición editorial, descripción de la selección y elección temática de la noticia. Tipos de abordajes. Agendas. La agenda temática es un compuesto entre temas propios de la UNLP y temas de la agenda política en general. Las noticias internacionales también tienen lugar cuando son importantes, sobre todo las de América Latina.

73. Participación de los estudiantes de carreras de periodismo y/o comunicación social en los contenidos periodísticos. Sí, la hay. En parte porque el personal periodístico se ha formado en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP y, además, hay acuerdos con los Talleres de Producción Radiofónica para que sus estudiantes hagan prácticas en algunos segmentos de la programación.

74. ¿Cuenta con un manual de estilo? No. Hay acuerdos generales sobre la estética o las estéticas habilitadas pero no están formalizados en un manual.

75. ¿Se provee de información externa por suscripción? (Agencias, distribuidores nacionales o internacionales) Describa otros recursos periodísticos. Sí, se cuenta con una suscripción a Télam.

76. ¿La cobertura periodística se intercambia o vincula con otras emisoras universitarias o no universitarias? ¿De qué manera? Sí, a través de ARUNA hay una vinculación que permite acceder a información universitaria con fuentes de primera mano. Además, en esta radio se produce y se emite el programa "Vamos las radios" que se realiza con los aportes de las emisoras asociadas a la red de radios universitarias.

TRABAJO COLABORATIVO EN RED/REDES

77. Describa la participación en trabajos en red con una o más emisoras. "Vamos las radios" es un informativo universitario de frecuencia semanal que se realiza en base a los aportes informativos de las emisoras asociadas a ARUNA. Durante la semana se establece una agenda que va tomando noticias de las diferentes universidades y se recurre a sus radios para la producción de la información. También se aportan voces y grabaciones para los institucionales de ARUNA y para campañas específicas diseñadas por la red.

78. ¿De qué modo participa la radio? (Coproducción de contenidos, intercambios, coberturas periodísticas, contenidos específicos, otros). En el programa mencionado el rol de esta radio es central, ya que la producción, la puesta en el aire, la edición y la distribución del material corre por cuenta nuestra. En otros productos colaboramos con la grabación de audios, la obtención de testimonios y tenemos a disposición el Archivo de la Palabra, cuyos contenidos poco a poco están siendo publicados en una plataforma de acceso público.

79. ¿La vinculación de la emisora se produce con radios universitarias del país, universitarias del exterior o con todo tipo de emisoras? Describa los vínculos. Se da, principalmente, con emisoras universitarias. En parte porque es una política institucional de la UNLP establecer vínculos de cooperación, pero también porque está en la estrategia de la dirección de la radio articular acciones que eviten que la emisora se estanque. Y a veces, el estímulo hay que buscarlo afuera. La dimensión de la radio y la trayectoria son valores que son apreciados en otros ámbitos. Y esto también repercute en el ámbito local. Al tomar la agenda local como parte de nuestros contenidos, somos parte también del ecosistema de medios locales. Esto también nos da un lugar en el escenario mediático platense.

80. Participación institucional en redes. Describa la asociación de la emisora con redes de radios universitarias nacionales e internacionales. El vínculo más importante es con ARUNA y su red de medios universitarios. Y a través de ARUNA también somos parte de RRULAC, la Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe. Pero también participamos de la Asociación de Universidades Grupo Montevideo (AUGM), ámbito en el que integramos la Comisión Permanente de Medios Universitarios. Allí acordamos acciones conjuntas con emisoras radiofónicas y audiovisuales de otras universidades argentinas y de otros países de América Latina. Y también, en el ámbito local, articulamos con TV Universidad, el canal de televisión de la UNLP.

81. Describa los roles asumidos por la emisora, en representación de la universidad, sobre la participación en las redes citadas. Pocos años atrás el director de esta radio, Omar Turconi, emprendió una reconstrucción de los lazos asociativos de las radios universitarias argentinas. Fue así que retomó vitalidad ARUNA y hoy es una red muy fuerte, a tal punto que el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) la ha tomado como propia y le imprimió la formalidad que le faltaba para ser el ámbito legítimo del mundo radial universitario. Turconi fue el presidente de ARUNA y dejó un legado muy importante, entre otras cosas por el aporte de ARUNA y sus emisoras al diseño de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y también por el empuje que la red le dio a la creación de medios en las universidades públicas. También la relación con otras redes de otros países fue impulsada por esa gestión. Luego, la radio de la UNLP prosiguió con su protagonismo

en ARUNA ocupando la vicepresidencia y, más tarde, la tesorería. Además, en ocasión de su 90^a Aniversario, la radio de la UNLP albergó una Asamblea muy importante de la Asociación y una reunión de la Comisión Permanente de Medios Universitarios de AUGM.

82. Participación en otro tipo de redes, no necesariamente radiales. (Comunicación, DDHH, sociales, etc.). En ocasiones participamos en representación de la UNLP en la Comisión de Comunicación del CIN. En el ámbito de la UNLP somos parte de la Secretaría de Extensión y participamos del Consejo Social y otros foros donde se valora el rol de la radio en la comunicación de la universidad con sus públicos. Entre otras participaciones de este tipo, fuimos convocados por la Defensoría del Público para la elaboración de un manual de buenas prácticas periodísticas en ocasión de catástrofes, a raíz de la cobertura realizada por la radio en la inundación del 2 de abril de 2013.enlace de backup.

Documentación complementaria

Proyecto Institucional UNLP

http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/115634/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

[Estatuto de la UNLP \(reformado en el año 2008\)](#)

<https://unlp.edu.ar/frontend/media/20/120/722e7f1b616ac158e02d148aaeb762aa.pdf>

ANEXO II

Radio UNER Paraná. Universidad Nacional de Entre Ríos Encuesta, entrevista y documentos.

1. Entrevista al Lic. José Trovato, Director de FM 100.3 Radio UNER Paraná.

¿Dónde se halla ubicada Radio UNER Paraná?

La radio funciona en la Calle Córdoba 475, edificio conocido como Casa de la UNER, es una delegación del rectorado en Paraná, la sede natural del rectorado se halla en la ciudad de Gualeguay.

¿Cuántas personas, trabajadores están vinculados directa o indirectamente con la radio?

La UNER tiene tres radios, en un Sistema de Radios (SIRUNER), aquí somos tres (3) trabajadores no docentes y para completar los servicios de emisión se recurre a becarios o al esfuerzo de las coproducciones.

¿Cómo se produce la vinculación con la sociedad en general, hay vínculos?

Si, la radio se propone, tiene ese objetivo de establecer los vínculos, de estar involucrada con las necesidades y la discusión pública, no solo cumplir con nuestros objetivos de divulgar lo que se hace en la universidad o darle lugar a las expresiones culturales de la zona, digamos, todo lo que es cultura en todas sus manifestaciones hacemos un gran esfuerzo por tenerlos en la radio sino además tratar de participar en la discusión de la cosa pública, eso es algo que la radio intenta y se propone todo el tiempo y bueno lo logra con suerte dispar.

¿Tiene la emisora propuestas destinadas a la formación o práctica de los estudiantes?

Si, de la carrera de Comunicación, el caso es que hay una cátedra y como parte de la cátedra hacen un programa de radio semanal, que se llama, Parte del Aire el programa y la cátedra es de Oscar Bosetti, después tenemos alternativamente, las cátedras de audio de la carrera de comunicación de la UNER se acercan cuando ellos consideran que necesitan y hacen sus cosas, por ejemplo, la última vez los alumnos de tercer año de la carrera prepararon unos micros sobre música en la radio, y lo que hicimos esta vez a diferencia de las anteriores es en vez de presentarlos en un programa especial hicimos que los micros fueran insertándose en los programas que salen en la radio todos los días, entonces los chicos interactuaban con los conductores y no quedaban tan apegados al guion. Sale los lunes a las 15 y hacen ellos radio en vivo.

Hablemos de la participación de otros actores de la universidad en la radio.

El 90 por ciento de los que desarrollan actividades, junto a los alumnos, son ex alumnos, profesionales graduados, profesores de la universidad. Y de ese 90 por ciento de la

universidad el 80 son de Comunicación y hay un 10 que se ha sumado este año que son los de Ciencias Económicas que se animaron a hacer un programa de economía, profes y alumnos que vienen a hacerlo.

¿Sin personal propio como se resuelve la programación y el resto de las actividades?

Mediante coproducciones porque como dije la radio tiene 3 empleados con lo cual, no hay una producción ciento por ciento propia porque es muy difícil llevarla adelante, lo que hacemos con las coproducciones es tratar de, es decir, los programas no andan solos, nosotros tenemos vínculo con los programas, no nos metemos en los contenidos pero hacemos aportes sugerencias, en los programas que tienen algunos perfiles parecidos yo trato de hacer las veces de coordinador para que no se repitan entrevistados o ese tipo de cuestiones o sugerir algunas cosas que son más de la universidad que por ahí el que viene de laburar en otro lado no lo tiene tan presente.

¿Cuál es la importancia de la presencia de la radio universitaria en el territorio?

Es una radio que se está armando, que está buscando su identidad, hoy que nuestro slogan es "Tu lugar se escucha" la radio va por esa idea, tratar de que lo que pasa en la ciudad esté presente en la radio y que la radio pueda tener una apertura para que el ciudadano paranaense se pueda apropiarse de la radio, hoy eso igual todavía es incipiente, nosotros nos vinculamos con organizaciones sociales, con organizaciones no gubernamentales, la universidad sirve en ese sentido porque es una marca, la gente sabe que es la UNER que por ahí con la radio tardarías más en instalarlo y eso permite abrir una puerta porque vamos también detrás de los proyectos en los que la universidad se involucra en el territorio.

Muchas gracias.

2. Encuesta y relevamiento.

DESCRIPCIÓN PRINCIPAL DE LA RADIO

01. NOMBRE DE LA RADIO: Radio UNER Paraná

02. Señal distintiva: LRI 395 Radio UNER Paraná 100.3

03. Frecuencia (AM o FM): 100.3

04. DOMICILIO ESTUDIO/S: Córdoba 475 Paraná, Entre Ríos

05. Edificio propio si

06. Edificio Compartido

07. Características (solo si es compartido)

08. Desde cuándo se encuentra en ese domicilio: desde su fecha de creación 4 de agosto de 2011

09. DOMICILIO PLANTA TRANSMISORA

10. Edificio propio: Sí. Calle Córdoba 475

11. Edificio Compartido

12. Características (solo si es compartido)

13. Desde cuándo se encuentra en ese domicilio. Desde la fecha de su creación

- CARACTERISTICAS DEL/LOS ESTUDIOS

14. Cantidad de estudios: A momento solo 1. Muy próximos a inaugurar el segundo

15. Cantidad de control de estudios, un control de aire

16. Áreas de producción: Hasta el momento no tenemos. Se inaugura en febrero de 2020

17. Áreas de redacción. Se inaugura en febrero de 2020

18. Áreas administrativas, en proceso de conformación

19. Otras dependencias vinculadas con la actividad.

- CARACTERISTICAS DE LA PLANTA

20. Torre. Tipo y altura. Torre de 48 mts. Completa SI168 homologación CNC. 48 mts en zona, en tramos de 6 m, con sistema de puesta a tierra reglamentaria y balizamiento LED autoalimentado, 3 niveles de arriostamiento con cable de acero de 4,8cm, tensores y grilletes reglamentarios y tornillería de alta resistencia. Estrella antitorsión o anti rotor.

21. Transmisor Principal: Tipo/marca. M31 Potencia 1k cuatro módulos

22. Transmisor Auxiliar: Tipo/marca. Potencia no contamos con transmisor auxiliar

23. Vínculo transmisor - antena cable

24. Antena. Tipo polarización en el caso FM Polarización vertical, formación de 4 dipolos

25. Antena AM Radio universidad.

26. Enlace estudio planta (si lo hubiera): no hay enlace

- TRANSMISION DIGITAL

27. Tipo de sistema

28. Proveedor de servicio o servicio propio.

29. Características del servicio (velocidad, capacidad, etc.)

30. Otros formatos y plataformas: aplicaciones, redes sociales, sitios web, etc.

SITUACION JURIDICA Y LEGAL DE LA RADIO

31. Situación de la emisora frente a la autoridad de aplicación (ENACOM, AFSCA, COMFER). Acto administrativo de la adjudicación, uso de licencia, asignación de parámetros de frecuencia y potencia, etc. ¿Se puede aportar copias de la documentación?

Se adjunta Decreto 783/89

La emisora tiene licencia y carpeta técnica presentada en ENACOM

32. Documentación universitaria vinculada con la creación de la emisora. Fecha de autorización Consejo Superior y fecha de puesta en el aire. ¿Se puede aportar copias de la documentación?

Sistema integrado de radios, se adjunta ordenanza 369 del Consejo Superior de la UNER

33. Otra documentación (si existiera) estatutaria, organizacional, resolutive o metodológica, que describa fines, integración, funcionamiento, etc. de la radio.

Se adjunta

34. Resoluciones u otra documentación que acredite las designaciones del personal, de los responsables de áreas y del director o responsable principal de la radio.

ORGANIZACIÓN INTERNA DE LA RADIO

35. Describa las áreas que integran la emisora (Ej.: técnica, periodística, estudios, planta transmisora, etc.)

En lo estrictamente formal las áreas que tienen personal afectado desde su designación son la Dirección de la emisora y la dirección artística. El resto de las áreas como la parte periodística, de publicidad y técnica se van cubriendo con el personal existente como tarea adicional.

36. Recursos Humanos: total de personal 3 (tres)

37. Distribución del personal por área. Dirección, Locutor institucional y editor artístico y Operador.

38. Vinculo del RRHH con la radio. Relación de dependencia, Personal administrativo y de servicios.

39. Describa la integración de los planteles entre docentes, no docentes, etc. Son todos no docentes.

40. Son profesionales formados para los medios (locutores, operadores, periodistas, etc.) o personal idóneo formado o integrante de la universidad? En el caso del operador es formado en medios y los otros en la UNER.

RELACION INTEGRAL CON LA UNIVERSIDAD

- VINCULO DIRECTO CON LA UNIVERSIDAD

41. Área de la que depende la radio. Secretaría de extensión y Cultura.

42. Área de la que obtiene recursos presupuestarios. Los recursos se obtienen del presupuesto universitario y de un propio producido que se compone de la venta de publicidad y la presentación de proyectos en distintos organismos.

43. Maneja presupuesto propio discriminado? Sí.

44. Maneja su propia administración? El Área de Comunicación y Medios está en proceso de conformación, construyendo un circuito administrativo que tiende a la autonomía.

45. ¿Hay vínculos con la actividad académica? ¿Cuáles? Hay cátedras que ocupan espacios de la programación. El vínculo con la actividad académica es muy importante, no solo con la carrera de Licenciatura en Comunicación Social, sino también con otras carreras como Ciencias Económicas y Trabajo Social.

46. Participación en la programación de la comunidad universitaria. Sí de distintas disciplinas.

47. Asesoramiento para los contenidos?

50. ¿Participan estudiantes? Si

51. Si la respuesta es afirmativa: ¿Hay sistemas de práctica y prácticas pre-profesionalizantes? ¿Cómo se disponen? Los estudiantes proponen experiencias para realizar en la radio.

52. Participan en la programación? Si

53. Presentan propuestas propias vinculadas con programación? Si

54. Obtienen reconocimientos por parte de la radio (créditos, certificaciones, etc.) Según el caso. Cuando son pasantías académicas se realizan informes de seguimiento de los estudiantes y en ese caso la radio funciona como centro de aplicación. Cuando los estudiantes que han realizado alguna participación solicitan una constancia, la dirección extiende la certificación correspondiente.

55. ¿Participan docentes? Si

56. Si la respuesta es afirmativa. ¿Cómo se manifiesta esa participación? Están a cargo de programas y en otros casos como coordinadores de grupos de estudiantes.

57. ¿Lo hacen por razones curriculares académicas de sus materias? En algunos casos si, en otros no.

58. ¿Participan en la programación? Si

59. ¿Presentan propuestas propias vinculadas con programación? Si

- VINCULO CON OTRAS AREAS DE LA UNIVERSIDAD

60. ¿Existen vínculos con otras áreas de la universidad más allá de la/s citada/s? Si

61. Describa cuales son y qué tipo de interacción tienen con la radio. (Programación, asesoramiento para contenidos, etc.) Forman parte de los contenidos. Como especialistas, divulgando proyectos, etc.

62. Acciones desde la radio hacia las áreas de la universidad. (Difusión, divulgación, coberturas periodísticas, eventos, etc.).

63. Comunicación Institucional de la universidad: Vinculación/participación de la radio. (Difusión, divulgación, coberturas periodísticas, eventos, etc.).

VINCULACION TERRITORIAL Y COMUNITARIA

64. ¿Existe un vínculo directo con la comunidad y el territorio donde se encuentra instalada la radio? Si

65. Describa acciones de la emisora desde la programación, participación, interacción con la comunidad y el territorio. Divulgación de actividades, referentes culturales, debates locales.

66. ¿La comunidad, no universitaria participa de la programación? Si

67. ¿La radio sale a la calle? Coberturas en exteriores, periodísticas, contenidos, etc. Si

68. Describa si hay dificultades en los procesos de participación desde y hacia la comunidad en el territorio. Si

69. Describa, si existieran, las herramientas para la sustentabilidad de las coberturas descritas precedentemente. (Técnicas, económicas, de RRHH, etc.) Técnicas y de RR.HH.

CONTENIDOS Y FORMATOS PERIODISTICOS

70. ¿La programación tiene componentes periodísticos? Describa: RRHH, en aire, producción, etc. Sí. En las coproducciones que la radio contempla en el segmento matutino sobretodo.

71. Servicios periodísticos: sistema informativo convencional, frecuencia, características. No

72. Definición editorial, descripción de la selección y elección temática de la noticia. Tipos de abordajes. Agendas. Con perspectiva universitaria pero sujeto a los responsables de los espacios.

73. Participación de los estudiantes de carreras de periodismo y/o comunicación social en los contenidos periodísticos. SI

74. ¿Cuenta con un manual de estilo? No

75. ¿Se provee de información externa por suscripción? (Agencias, distribuidores nacionales o internacionales) Describa otros recursos periodísticos. NO

76. ¿La cobertura periodística se intercambia o vincula con otras emisoras universitarias o no universitarias? ¿De qué manera? Si, a través de redes como ARUNA.

TRABAJO COLABORATIVO EN RED/REDES

77. Describa la participación en trabajos en red con una o más emisoras. A través de coberturas periodísticas, informes y análisis según los temas lo requieren.

78. ¿De qué modo participa la radio? (Coproducción de contenidos, intercambios, coberturas periodísticas, contenidos específicos, otros). Intercambios, coberturas, circulación de producciones.

79. ¿La vinculación de la emisora se produce con radios universitarias del país, universitarias del exterior o con todo tipo de emisoras? Describa los vínculos. Con las redes, ARUNA y RIU

80. Participación institucional en redes. Describa la asociación de la emisora con redes de radios universitarias nacionales e internacionales. Forma parte de ARUNA a nivel país y de RIU.

81. Describa los roles asumidos por la emisora, en representación de la universidad, sobre la participación en las redes citadas.

82. Participación en otro tipo de redes, no necesariamente radiales. (Comunicación, DDHH, sociales, etc.). No sistematizadas.

Documentación complementaria

Creación del SIRUNER

file:///C:/Users/mgjor/Desktop/PARANA/ORD_N%C2%BA_369.pdf

Sistema Integrado de Radios de la UNER. Fines:

file:///C:/Users/mgjor/Desktop/PARANA/ORD_N%C2%BA_369_Anexo_Unico.pdf

Conformación del SIRUNER

file:///C:/Users/mgjor/Desktop/PARANA/ORD_N%C2%BA_457.pdf

Integración del Sistema de Comunicación y Medios de la UNER

[file:///C:/Users/mgjor/Desktop/PARANA/ORD_N%C2%BA_457_Anexo I.pdf](file:///C:/Users/mgjor/Desktop/PARANA/ORD_N%C2%BA_457_Anexo_I.pdf)

Marco Regulatorio General del SIRUNER

[file:///C:/Users/mgjor/Desktop/PARANA/ORD_N%C2%BA_457_Anexo II.pdf](file:///C:/Users/mgjor/Desktop/PARANA/ORD_N%C2%BA_457_Anexo_II.pdf)



ORDENANZA 457

//

consultados. Dicho informe tendrá el carácter de no vinculante.

- Darse su propio reglamento interno de funcionamiento.
- Toda otra función que resulte necesaria para el logro de los objetivos fijados en esta ordenanza y el Estatuto de la Universidad.



//
fijados.

e. A los responsables institucionales de las emisoras de radios y del canal de televisión les corresponden las siguientes funciones:

- Asesorar ampliamente en la materia de su incumbencia.
- Elaborar el proyecto de planificación operativa y la programación de actividades del área correspondiente, en el marco de las políticas, lineamientos y determinaciones en materia de Comunicación de la UNER.
- Elaborar el proyecto de presupuesto anual del área correspondiente y elevarlo a su superior inmediato.
- Organizar, dirigir y controlar el desarrollo de las actividades del área correspondiente, incluyendo las actividades asignadas al personal.
- Informar al superior jerárquico de las situaciones particulares que se presenten.
- Ejecutar todas las actividades tendientes a garantizar el perfil institucional del área correspondiente.
- Elevar al superior jerárquico un informe de gestión anual y la rendición de cuentas.
- Llevar a cabo los procedimientos y registros necesarios, formalizar el resguardo documental, establecer vínculos con los titulares de derechos intelectuales –de autor, conexos o industriales- y, en general, realizar o supervisar la gestión administrativa y de producción que permita resguardar las personas, los bienes y el patrimonio.
- Realizar toda otra función que resulte necesaria para el logro de los objetivos fijados incluidas las propuestas de mejora para el área respectiva.

f.- Consejo de Comunicación Institucional: se reunirá periódicamente y cada vez que resulte necesario a fin de tratar exclusivamente los temas del orden del día. La convocatoria la podrá realizar el Rector, el Secretario de Extensión Universitaria y Cultura de la Universidad, el Coordinador General del Sistema de Comunicación y Medios de la UNER o el Coordinador de Comunicación Institucional.

Tendrá por funciones:

- Asesorar ampliamente en la materia de su incumbencia.
- Expedirse mediante informes escritos y debidamente fundados acerca de los temas

13-//



//

Secretario de Extensión Universitaria y Cultura de la Universidad o el Coordinador General del Sistema de Comunicación y Medios de la UNER.

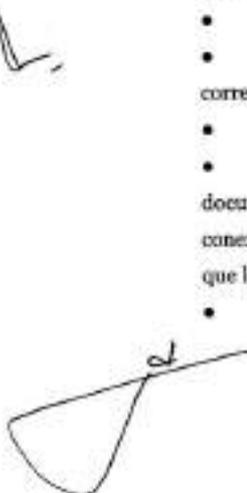
Tendrá por funciones:

- Asesorar ampliamente en la materia que le sea requerida.
- Expedirse mediante informes escritos y debidamente fundados acerca de los temas consultados. Dicho informe tendrá el carácter de no vinculante.
- Elaborar un anteproyecto del tema solicitado por la autoridad convocante con los antecedentes suficientes que permita su posterior tratamiento en el órgano correspondiente.
- Toda otra función que resulte necesaria para el logro de los objetivos fijados en esta Ordenanza y el Estatuto de la Universidad.

d.- A los responsables de Comunicación Institucional y de la EDUNER les corresponden las siguientes funciones:

- Asesorar ampliamente en la materia de su incumbencia.
- Elaborar el proyecto de planificación operativa y programación de actividades del área correspondiente.
- Elaborar el proyecto de presupuesto anual del área correspondiente y elevarlo a su superior inmediato.
- Organizar, dirigir y controlar el desarrollo de las actividades del área correspondiente, incluyendo las actividades asignadas al personal.
- Informar al superior inmediato de las situaciones particulares que se presenten.
- Ejecutar todas las actividades tendientes a garantizar el perfil institucional del área correspondiente, en el marco de los planes y políticas fijadas por el Consejo Superior.
- Elevar al superior inmediato un informe de gestión anual y la rendición de cuentas.
- Establecer los procedimientos y registros necesarios, formalizar el resguardo documental, establecer vínculos con los titulares de derechos intelectuales -de autor, conexos o industriales- y, en general, establecer la gestión administrativa y de producción que lleve a resguardar las personas, los bienes y el patrimonio.
- Realizar toda otra función que resulte necesaria para el logro de los objetivos

12.-//





Universidad Nacional
de Entre Ríos



ORDENANZA 457

//

demás universidades nacionales, de otros organismos de interés y acerca de las tendencias a nivel nacional e internacional en la materia.

- Analizar y proponer junto al Coordinador General de Comunicación y Medios de la UNER la proyección presupuestaria anual prevista para los contenidos audiovisuales de la UNER.
- Participar en las reuniones que le solicite el Coordinador General de Comunicación y Medios de la UNER con los equipos del Sistema de Comunicación y Medios de la UNER, el Consejo de Comunicación Institucional o las comisiones Ad Hoc con el objeto de monitorear el seguimiento de la política institucional aprobada, el desarrollo de los objetivos planteados o el que le sea indicado oportunamente.
- Elaborar distintas propuestas de financiamiento para el desarrollo de los contenidos audiovisuales de la UNER, teniendo en cuenta la disponibilidad presupuestaria definida previamente por el Consejo Superior.
- Elaborar y elevar anualmente al Coordinador General de Comunicación y Medios de la UNER el informe de gestión de la coordinación y la rendición de cuentas para su tratamiento en el órgano que corresponda.
- Informar de todo cuanto considere relevante y oportuno al Coordinador General de Comunicación y Medios de la UNER.
- Presentar al Secretario de Extensión Universitaria y Cultura y al Coordinador General de Comunicación y Medios de la UNER los informes que éstos le soliciten.
- Ejecutar todas las actividades tendientes a garantizar el perfil institucional del Sistema de Comunicación y Medios de la UNER en el marco de las políticas, lineamiento y determinaciones que establezcan los órganos competentes.
- Realizar todas las gestiones que considere convenientes con los organismos externos a la universidad para lograr el correcto funcionamiento y desarrollo del área a su cargo.
- Realizar toda otra función que resulte necesaria para el logro de los objetivos fijados.

e.- Comisión ad hoc de expertos: se reunirá cada vez que resulte necesario a fin de tratar exclusivamente los temas del orden del día. La convocatoria la podrá realizar el Rector, el

11.-//

//

presentados por las áreas integrantes del sistema cuando lo estime conveniente y con las observaciones que considere pertinentes.

- Organizar, dirigir y controlar la implementación del plan operativo y la programación de las actividades de las áreas que integran el Sistema de Comunicación y Medios de la UNER.
- Informar de todo cuanto considere relevante y oportuno al Secretario de Extensión Universitaria y Cultura de la UNER.
- Ejecutar todas las actividades tendientes a garantizar el perfil institucional del Sistema de Comunicación y Medios de la UNER en el marco de las políticas, lineamiento y determinaciones que establezcan los órganos competentes.
- Realizar toda otra función que resulte necesaria para el logro de los objetivos fijados.
- Presentar al Secretario de Extensión Universitaria y Cultura los informes que éste le solicite.

b.- El Coordinador de Contenidos Audiovisuales de la UNER tendrá por funciones:

- Planificar, organizar, dirigir y controlar juntamente con el Coordinador General de Comunicación y Medios de la UNER el área de contenidos audiovisuales de la UNER.
- Elaborar y proponer el proyecto integral de planificación estratégica y operativa de contenidos audiovisuales de la UNER.
- Participar, junto al Coordinador General de Comunicación y Medios de la UNER, en la elaboración de la planificación operativa y programación de actividades del área pertinente.
- Proponer las políticas, lineamientos y determinaciones en materia de contenidos audiovisuales de la UNER.
- Asesorar ampliamente en la materia de su incumbencia.
- Promover y desarrollar la política, los lineamientos y determinaciones de contenidos audiovisuales de la UNER.
- Elaborar documentos a fin de promover diálogos acerca de política comunicacional, haciendo hincapié en contenidos audiovisuales de la universidad, de las

10.-//





Universidad Nacional
de Entre Ríos



ORDENANZA 457

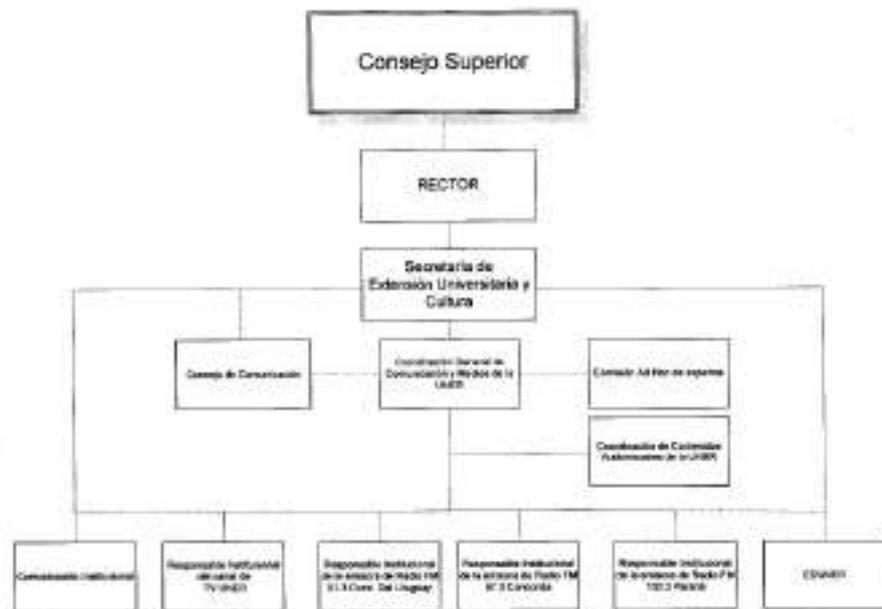
//

conformación de las comisiones ad hoc.

- Elaborar y proponer al Secretario de Extensión Universitaria y Cultura el proyecto integral de planificación estratégica y operativa del Sistema de Comunicación y Medios de la UNER.
- Participar en la coordinación y elaboración de la planificación operativa de cada una de las áreas a su cargo.
- Incorporar a la planificación integral del Sistema de Comunicación y Medios de la UNER los planes operativos consensuados con sus responsables.
- Elaborar y presentar anualmente el proyecto de presupuesto del Sistema de Comunicación y Medios de la UNER para ser elevado al órgano correspondiente.
- Elaborar una propuesta de financiamiento para el Sistema de Comunicación y Medios de la UNER, basada en la política comunicacional de la UNER, de las líneas temáticas prioritarias y disponibilidad presupuestaria definidas previamente por el Consejo Superior.
- Promover y gestionar reuniones periódicas con los equipos del Sistema de Comunicación y Medios de la UNER y el Consejo de Comunicación Institucional, con el objeto de monitorear el desarrollo de las líneas previstas y consolidar instancias de socialización y aprendizaje colectivos.
- Elevar al Secretario de Extensión Universitaria y Cultura las propuestas de normas generales y particulares de funcionamiento del Sistema de Comunicación y Medios de la UNER.
- Elaborar y proponer al Secretario de Extensión Universitaria y Cultura el régimen de contrataciones y compras para el Sistema de Comunicación y Medios de la UNER, incluido los espacios publicitarios, que requiera una norma específica para su adecuado funcionamiento, el que deberá ser aprobado por el Consejo Superior e incorporado a la normativa vigente en la materia.
- Elaborar y elevar anualmente al Secretario de Extensión Universitaria y Cultura el informe de gestión del Sistema de Comunicación y Medios de la UNER y la rendición de cuentas para su tratamiento en el órgano que corresponda.
- Evaluar y elevar al Secretario de Extensión Universitaria y Cultura los proyectos

9-//

//



ARTÍCULO 8º.- Las funciones principales de la estructura establecida son las siguientes:

a.- El Coordinador General de Comunicación y Medios de la UNER tendrá por funciones:

- Asesorar ampliamente en la materia.
- Proponer las políticas, lineamientos y determinaciones en materia de Comunicación de la UNER.
- Promover y desarrollar de modo transversal la política, los lineamientos y determinaciones de comunicación de la UNER.
- Elaborar documentos a fin de promover diálogos y debates tanto en el Consejo Superior como en los Consejos Directivos, acerca de política comunicacional de la UNER.
- Proponer la conformación de comisiones ad hoc para el tratamiento de temas específicos que así lo ameriten.
- Proponer al Secretario de Extensión Universitaria y Cultura la terna para la

8.-//





Universidad Nacional
de Entre Ríos



ORDENANZA

457

//

operatividad de los medios incluidos en el sistema.

ARTÍCULO 5º.- Se establece que la estructura organizativa y de funcionamiento del Sistema de Comunicación y Medios de la Universidad Nacional de Entre Ríos se conformará con los órganos, miembros y funciones que se indican en los artículos siguientes.

ARTÍCULO 6.- Estructura general del sistema. El sistema contará con la siguiente estructura general:

- 1.- Una (1) Coordinación General de Comunicación y Medios de la UNER, cuyo cargo es designado por el Rector.
- 2.- Una (1) Coordinación de Contenidos Audiovisuales de la UNER, cuyo cargo es designado por el Rector.
- 3.- Una Comisión ad hoc de expertos compuesta por tres (3) miembros designados por el Rector a propuesta del Secretario de Extensión Universitaria y Cultura de la UNER. Se procurará que los integrantes de dicha Comisión sean referentes de áreas temáticas diferentes entre sí.
- 4.- Un (1) Responsable Institucional del Canal de Televisión de la Universidad Nacional de Entre Ríos, cuyo cargo es designado por el Rector.
- 5.- Un (1) Responsable Institucional por cada emisora de radio de frecuencia modulada de la UNER, con designación a cargo del Rector.
- 6.- Un (1) Responsable de la Editorial de la Universidad Nacional de Entre Ríos (EDUNER), cuyo cargo es designado por el Rector.
- 7.- Un (1) Responsable de Comunicación Institucional de la Universidad Nacional de Entre Ríos, cuya designación corresponde al Rector.
- 8.- Un Consejo de Comunicación Institucional: integrado por un (1) representante por Unidad Académica, el Coordinador General de Comunicación y Medios, el responsable de Comunicación Institucional de la UNER y el Secretario de Extensión Universitaria y Cultura de la UNER quién presidirá el Consejo.

ARTÍCULO 7º.- El siguiente es el esquema de la estructura general del sistema:

7-11



//

ANEXO II

**MARCO REGULATORIO GENERAL DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ENTRE RÍOS**

ARTÍCULO 1º.- Corresponde al Consejo Superior fijar las pautas de política institucional en materia de comunicación de la Universidad.

ARTÍCULO 2º.- El Rector de la Universidad determinará los lineamientos específicos y la política editorial institucional en materia de comunicación de la Universidad a partir de las pautas de política institucional fijadas por el Consejo Superior.

ARTÍCULO 3º.- La Secretaría de Extensión Universitaria y Cultura, o la que en el futuro la reemplace, será la autoridad de aplicación del Sistema de Comunicación y Medios de la Universidad Nacional de Entre Ríos y, como tal, es responsable de dar cumplimiento a los fines expresados en los Considerandos de esta Ordenanza, a los principios constitucionales allí meramente enumerados con carácter no taxativo, a determinar las acciones y actividades que permitan dar cumplimiento a la política institucional en materia de comunicación establecida por el Consejo Superior y a los lineamientos determinados por el Rector en consecuencia.

ARTÍCULO 4º.- La autoridad de aplicación de este régimen expide las Disposiciones normativas que posibiliten el cumplimiento de lo establecido anteriormente.

Asimismo, se faculta a la autoridad de aplicación a establecer, mediante los actos generales o individuales que correspondan, el reconocimiento de los derechos y deberes que correspondan en virtud de lo establecido en la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, la Ley 11.723 (Propiedad Intelectual), la Ley 22.399 (ISBN), la Ley 25.446 (Fomento del Libro y la Lectura), la Ley 25.542 (Defensa de la Actividad Librera) y la Ley Ley 26.899 (Creación de Repositorios Digitales Institucionales), así como toda otra norma que en el futuro se establezca sobre las materias o temáticas que la presente ordenanza involucra.

También se autoriza a la Secretaría aludida a autorizar, suscribir, ejecutar y controlar los contratos y convenios que sean necesarios para el desenvolvimiento y

6.-//



//

ANEXO I

**INTEGRACIÓN DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ENTRE RÍOS**

Integran el Sistema de Comunicación y Medios de la Universidad Nacional de Entre Ríos los siguientes:

- Área de Comunicación Institucional de la Universidad y de cada una de sus Facultades.
- Editorial de la Universidad Nacional de Entre Ríos (EDUNER).
- Revistas de la UNER.
- Radio de Frecuencia Modulada 91.3 Mhz. (Concepción del Uruguay).
- Radio de Frecuencia Modulada 97.3 Mhz. (Concordia).
- Radio de Frecuencia Modulada 100.3 Mhz. (Paraná).
- Canal de Televisión en la señal digital 20.1 y 20 UHF (Concepción del Uruguay).
- Portales digitales.
- Redes Sociales.



5-//



Universidad Nacional
de Entre Ríos



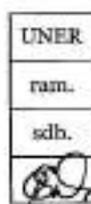
ORDENANZA 457

//

toda otra norma que se oponga a la presente.

ARTÍCULO 6°.- Regístrese, comuníquese, publíquese en el apartado Boletín del Digesto Electrónico de la Universidad y, cumplido, archívese.

DADA EN LA SALA DE SESIONES.




Ing. Daniel Capodoglio
Secretario Privado
a/c Sec. Consejo Superior


Cr. Andrés E. Sabella
Rector

//

editoriales (comprensiva de libros, revistas y otros formatos), los radios, el canal de televisión y la cobertura de las redes sociales, entre otras.

Que ello sólo es posible si se establece un sistema integral de medios la que permita establecer las pautas que lleven a fijar políticas, atribuir recursos, adoptar formatos organizacionales y establecer estrategias comunicacionales apropiadas para entender la complejidad, transversalidad y la trascendencia que estas decisiones conllevan.

Que sobre las actuaciones pertinentes ha intervenido la Dirección General de Asuntos Jurídicos -a fojas 16- y dictaminado de manera conjunta las comisiones de Interpretación y Reglamentos, de Extensión Universitaria y de Hacienda, a fojas 18.

Que es atribución del cuerpo expedirse al respecto, conforme lo establecido en el Artículo 14, incisos a), d), y m), del Estatuto (texto ordenado por Resolución "C.S." 113/05).

Por ello,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ENTRE RÍOS

ORDENA:

ARTÍCULO 1º.- Establecer el Sistema de Comunicación y Medios de la Universidad Nacional de Entre Ríos, que se conforma con los detallados en el Anexo I y por todos aquellos que se incorporen en el futuro, a través de la Resolución Rectoral que así lo disponga.

ARTÍCULO 2º.- Reconocer la preexistencia de los medios indicados en el Anexo I de la presente aun cuando no hubiese sido formalizada su creación por acto de autoridad competente.

ARTÍCULO 3º.- Establecer el marco regulatorio general del Sistema de Comunicación y Medios de la Universidad Nacional de Entre Ríos que consta en el Anexo II de la presente.

ARTÍCULO 4º.- Disponer que la Secretaría de Extensión Universitaria y Cultura, o la que en el futuro la reemplace, es la autoridad de aplicación de este reglamento y, en función de ello, puede emitir las disposiciones necesarias para implementar y dotar de operatividad al Sistema aquí establecido.

ARTÍCULO 5º.- Derogar en toda su extensión las ordenanzas 292 y 369, como así también

3-11



//

de la Convención Interamericana de Derechos Humanos (1969), de la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA (2000), y de los demás documentos de organismos internacionales que así lo expresan, lo que conlleva la obligación de preservar, proteger, consolidar y promover este derecho humano.

Que más allá del plexo normativo, resulta imprescindible que la Universidad profundice su participación en la sociedad que, en el inicio del siglo XXI, se muestra eminentemente mediatizada, atravesada por los distintos medios de comunicación, y convergente en cuanto a formatos y potencias que brindan las tecnologías de la información y comunicación.

Que la impronta de la Universidad que se asiente en el territorio de toda la Provincia de Entre Ríos y con alcance a los más recónditos espacios, posibilita establecer marcos de reflexión y de expresión propios que den lugar a intercambios comunicacionales de características singulares, no condicionados por una sociedad globalizada y, en general, mercantilizada.

Que ello conlleva posibilitar, desde la Universidad, establecer nuevas maneras de participación y renovadas formas de constituir los espacios, tiempos, lenguajes y vínculos.

Que esta institución en tanto parte integrante del sistema de medios públicos, pero con características peculiares dada su singular institucionalidad, debe constituirse en guía estratégica y facilitador de esas renovadas fuerzas, que van más allá de las mediciones de audiencia, proponiendo, instalando y ensanchando las perspectivas y marcos dialógicos de temáticas que hacen al sentido de lo público.

Que, ante las diferentes expresiones que convienen en los medios de comunicación, vale destacar que, en lo que respecta a los medios audiovisuales, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 dedica completamente el Título VIII a los "Medios de Comunicación Audiovisual Universitarios y Educativos", que proporcionan el sustento legal para llevar a cabo los propósitos antes enunciados.

Que, más allá del medio de expresión que se trate, es imprescindible e irrenunciable por parte de la Universidad establecer una perspectiva propia, coherente y sistemática, que abarque la comunicación institucional, la comunicación digital, las

2.-//



CONCEPCIÓN DEL URUGUAY, 13 NOV 2019

Visto que es preciso constituir un Sistema Integral de Medios de la Universidad, y

CONSIDERANDO:

Que la Constitución Nacional -sobre todo desde su última reforma acaecida en el año 1994 y con la incorporación de diversos documentos de rango internacional sobre derechos humanos- ha previsto en diversas disposiciones que la comunicación es un Derecho Humano, esencial para la vida en sociedad, sostén del sistema democrático y baluarte de la transparencia de las instituciones públicas.

Que, asimismo, la Carta Magna ha reconocido, en su Artículo 75, Inciso 19), la autonomía y autarquía de las Universidades Nacionales.

Que, en ese marco, la Universidad Nacional de Entre Ríos ha consagrado en su Estatuto no sólo la realización de sus funciones principales -docencia, investigación y extensión- sino que, además, en su Preámbulo y en diversos artículos tales como el 2º, 14, 16, 23, 25, 50 a 53 y 80, entre otros, propicia -en su más amplio sentido- la comunicación, difusión, transferencia, vinculación e interacción de quienes integran la comunidad universitaria con la sociedad toda, de modo tal que la difusión de la cultura, la ciencia, la tecnología y las ideas responda a la más amplia expresión del saber y a toda corriente cultural e ideológica, sin discriminaciones, de modo de contribuir al conocimiento de los pueblos.

Que, desde hace muchos años, en la UNER coexisten diversos medios de comunicación que han cimentado una tradición y una experticia en cada una de las áreas involucradas, más allá de que no todos han sido reconocidos formal y normativamente.

Que, no obstante ello, esta Universidad ha promovido la constitución de medios de comunicación propios en el convencimiento -así ha sido declarado en diversas oportunidades- de que es preciso respetar y sustentar, a partir de acciones concretas, los principios que dimanar del plexo constitucional y, en especial, aquéllos que surgen del Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948), del Artículo 13

//



Expte. 033162



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ENTRE RÍOS

RECTORADO

ORDENANZA 369

//

Realizar las tareas de limpieza.

Mantener en orden el mobiliario de la radio.

Colaborar con las tareas que se le requieran para un adecuado funcionamiento de la radio.



RECTORADO

//

Velar por el óptimo funcionamiento del equipamiento técnico de la radio.
Planificar el mantenimiento preventivo del equipamiento, coordinar su ejecución e informar al Director.
Capacitar al personal para el adecuado uso del equipamiento.
Efectuar todas las tareas necesarias para garantizar el adecuado funcionamiento de la radio.

7. Operador Técnico: Le corresponden las siguientes funciones:

Operar los controles de sonido.
Monitorear la calidad técnica de salida al aire de la frecuencia modulada.
Realizar todas las tareas que considere pertinentes o se le requieran para un adecuado funcionamiento de la radio.

8. Locutores: Le corresponden las siguientes funciones:

Ejecutar las actividades propias de su profesión, y colaborar con las tareas que se le requieran para un adecuado funcionamiento de la radio.

9. Periodistas: Le corresponden las siguientes funciones:

Producir y poner al aire los envíos de noticias, en los servicios informativos programados.

10. Personal administrativo: Le corresponden las siguientes funciones:

Asistir al Director en lo referido a los convenios comerciales y publicitarios y en las relaciones con otras instituciones.
Efectuar las tareas necesarias para una adecuada administración.
Efectuar el intercambio de material de cualquier tipo, su catalogación y archivo.
Confecionar el registro del Libro de Programación.
Confecionar mensualmente las planillas de Programación de acuerdo a los requerimientos del Comité Federal de Radiodifusión.

11. Personal de maestranza: Le corresponden las siguientes funciones:

8.-//



RECTORADO

//

al Director General y al Consejo Editorial con las observaciones que considere pertinentes.

4. Director: Le corresponden las siguientes funciones:

Elaborar el proyecto de planificación operativa de la radio, en el marco de los planes y políticas fijadas por el Consejo Editorial, y elevarlo al Consejo Consultivo Local.

Elaborar el proyecto de presupuesto anual de la radio y elevarlo al Consejo Consultivo Local.

Dirigir y controlar el desarrollo de las actividades de la radio, incluyendo las actividades asignadas al personal.

Implementar la planificación operativa aprobada.

Informar al Consejo Consultivo Local y al Director General de las situaciones particulares que se presenten.

Ejecutar todas las actividades tendientes a: garantizar el perfil institucional de la radio, incrementar su posicionamiento y contar con los medios personales, materiales y financieros para su adecuado funcionamiento, todo ello en el marco de los planes y políticas fijadas.

Elevar al Consejo Consultivo Local y al Director General un informe anual y la rendición de cuentas.

Realizar toda otra función que resulte necesaria para el logro de los objetivos fijados.

5. Coordinador General de puesta al aire: Le corresponden las siguientes funciones:

Coordinar y dirigir las actividades del personal de locución, periodístico y operación técnica.

Implementar la programación de la radio, en el marco de los planes y políticas previstos.

Informar al Director del desarrollo de actividades, nivel de cumplimiento e inconvenientes suscitados.

Realizar toda otra función que resulte necesaria para la adecuada implementación de la programación, tendiente al logro de los objetivos fijados.

6. Gerente Técnico: Le corresponden las siguientes funciones:

7.-//



RECTORADO

//

Proponer al Consejo Editorial el régimen general de contrataciones de espacios de publicidad, en el marco de las normas vigentes.

Controlar la efectiva implementación del plan operativo de funcionamiento aprobado por el Consejo Superior.

Coordinar y dirigir las actividades de las radios.

Convocar al Consejo Editorial, cuando lo estime necesario.

Informar de todo cuando considere relevante y oportuno al Consejo Editorial.

Ejecutar todas las actividades tendientes a: garantizar el perfil institucional de la radio, incrementar su posicionamiento y contar con los medios personales, materiales y financieros para su adecuado funcionamiento, todo ello en el marco de los planes y políticas fijadas.

Elaborar el informe anual integral y la rendición de cuentas, presentarlo ante el Consejo Editorial para su elevación al Rector.

Elaborar proyectos de difusión para las radios de la universidad y presentarlo para su aprobación por el Consejo Editorial.

Realizar toda otra función que resulte necesaria para el logro de los objetivos fijados.

Solicitar al Rector las contrataciones necesarias para su funcionamiento.

3. Consejo Consultivo Local: Le corresponden las siguientes funciones:

Considerar el proyecto de planificación operativa de la radio, en el marco de los planes y políticas fijadas por el Consejo Editorial, y elevarlo al Director General.

Considerar el proyecto de presupuesto anual de la radio y elevarlo al Director General.

Controlar el cumplimiento de las políticas fijadas y la efectiva implementación de los planes aprobados por el Consejo Superior.

Autorizar modificaciones a los planes operativos, en casos de urgencia, e informarlos al Director General.

Asesorar al Director General y al Consejo Editorial sobre los temas que le soliciten.

Seleccionar y proponer al Consejo Editorial la designación del Director de la radio.

Pedir informes al Director sobre los aspectos relacionados al funcionamiento.

Evaluar el informe anual y la rendición de cuentas presentados por el Director y elevarlos



RECTORADO

//

1. Un Coordinador General de puesta al aire.
2. Un Gerente Técnico.
3. Un Operador Técnico.
4. Locutores.
5. Periodistas.
6. Personal Administrativo.
7. Personal de maestranza.

Las funciones principales de cada órgano son las siguientes:

1. Consejo Editorial: Le corresponden las siguientes funciones:

Poner a consideración del Consejo Superior las políticas editoriales generales que garanticen el perfil institucional de las radios.

Elevar al Consejo Superior el proyecto integral de planificación anual de las radios.

Presentar al Consejo Superior los informes que éste le solicite.

Elevar al Consejo Superior las propuestas de normas generales de funcionamiento de las radios.

Aprobar o modificar el reglamento interno de las radios, en el marco de lo normado por el Consejo Superior, e informar de ello a dicho cuerpo.

Proponer al Rector la designación de los directores de las radios locales a propuesta del Consejo Consultivo Local.

Aprobar el régimen general de contrataciones de los espacios de publicidad.

Elevar al Rector el presupuesto, el informe anual integral y la rendición de cuentas, presentadas por el Director General para su tratamiento en el Consejo Superior.

2. Director General de las radios de la Universidad: Le corresponden las siguientes funciones:

Elaborar el proyecto integral de planificación operativa de las radios, en el marco de los planes y políticas fijadas, y elevarlo al Consejo Editorial.

Elaborar el proyecto integral de presupuesto de las radios, discriminando los ingresos y egresos generales y los específicos de cada emisora, y elevarlo al Consejo Editorial.



RECTORADO

//

Federal de Radiodifusión, la presente ordenanza, la normativa vigente de esta universidad, y aquella que se dicte en lo sucesivo sobre el particular, con especial sujeción a las disposiciones y políticas emanadas por los órganos universitarios competentes destinadas a este Sistema Integrado de Radios de la Universidad Nacional de Entre Ríos.

ESTRUCTURA DE FUNCIONAMIENTO

Se establece como estructura organizativa y de funcionamiento, con los órganos, miembros y funciones que luego se detallarán, la siguiente:

Estructura General del sistema de radios:

1. Un Consejo Editorial: estará compuesto por los siguientes miembros:

El Secretario de Extensión Universitaria y Cultura de la Universidad, en carácter de Presidente.

Un consejero por cada facultad y el Rectorado.

Un representante del Consejo Superior.

El Director General de las radios.

2. Un Director General de las Radios de la Universidad, designado por el Consejo Superior a propuesta del Rector.

Estructura de cada radio:

1. Un Consejo Consultivo Local: estará compuesto por los siguientes miembros:

Un representante por cada una de las facultades del asentamiento.

Un representante del Consejo Superior.

El Director de la radio del asentamiento.

2. Un Director de la Radio de la Universidad.

Estructura Operativa de cada radio:

La estructura operativa de cada emisora se adecuará a las necesidades y posibilidades económicas, financieras y técnicas de cada una de las etapas de la puesta en funcionamiento de las mismas. Las funciones a cubrir serán las siguientes:

4.-//

he



RECTORADO

ANEXO ÚNICO

SISTEMA INTEGRADO DE RADIOS

FINES

Se determinan como fines y perfil institucional del Sistema Integrado de Radios de esta universidad, los siguientes:

El sistema tendrá como objetivo alcanzar una amplia y fluida comunicación con la comunidad, desde una perspectiva universitaria, actuando como nexo entre la Universidad Nacional de Entre Ríos y aquella.

Desde tal perspectiva orientará su programación a promover, transmitir, difundir la cultura, la Ciencia y la Tecnología y asignará en ella un lugar destacado a la divulgación del conocimiento, Extensión Universitaria, promoviendo acciones periodísticas y comunicacionales destinadas al bien común, así como a la experimentación artística y cultural.

Estimulará la libre expresión, el ejercicio del periodismo independiente y de investigación, el derecho a la información, fomentará la participación ciudadana, propiciará la defensa de los principios democráticos y los derechos humanos.

Promoverá las diferentes expresiones culturales, las obras de músicos, artistas e intelectuales; difundirá música nacional y del mundo.

Difundirá los proyectos, elaboraciones y actividades de esta universidad en beneficio de la comunidad.

Para ello recurrirá a todos los recursos humanos y medios tecnológicos a su alcance, en el marco de lo normado por la Ley Nacional 22.285 de Radiodifusión, sus decretos modificatorios y/o aquellas normas que en el futuro los modifiquen o sustituyan, el Comité

3.-/1



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ENTRE RÍOS

ORDENANZA 369

RECTORADO

//

estructura de funcionamiento se integra como anexo único.

ARTÍCULO 2º.- Regístrese, comuníquese, publíquese en el Boletín Oficial de la Universidad y, cumplido, archívese.

DADA EN LA SALA DE SESIONES.

UNER
h./r./l.
L/db.

CRA. LIA LUCRECIA RODRIGUEZ
SECRETARIA CONSEJO SUPERIOR

CE. EDUARDO ASUETA
RECTOR



RECTORADO

CONCEPCIÓN DEL URUGUAY, 24 JUN 2008

VISTO la recuperación de las licencias para la explotación de las emisoras de frecuencia modulada situadas en las ciudades de Concordia, Concepción del Uruguay y Paraná y la propuesta de funcionamiento y estructura del Sistema Integrado de Radios Universitarias de la Universidad Nacional de Entre Ríos que fueran presentadas por la Secretaría de Extensión Universitaria y Cultura del Rectorado, y

CONSIDERANDO:

Que es necesario consolidar un sistema integrado de comunicación que reafirme la presencia institucional de esta universidad en la provincia y la región, al que las radioemisoras contribuirán especialmente.

Que resulta conveniente posicionar a la universidad pública como productora y difusora de conocimiento.

Que se cuenta con el equipamiento necesario.

Que sobre el particular han dictaminado la Dirección General de Asuntos Jurídicos y las comisiones de Extensión Universitaria, Interpretación y Reglamentos y de Hacienda, a fojas 58 vuelta y 65, 69,70 y 71, respectivamente.

Que es atribución de este cuerpo expedirse sobre el particular, conforme lo establecido en el Artículo 14, incisos a), y d), del Estatuto (texto ordenado por Resolución "C.S." 113/05).

Por ello,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ENTRE RÍOS

ORDENA:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar el Sistema Integrado de Radios cuyos fines, perfil institucional y

//

ANEXO III

Radio Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. Entrevista, encuesta y documentos.

1. Entrevista a la Lic. Elizabeth Furlano, responsable de Radio Universidad de Tierra del Fuego.

¿De qué área de la universidad depende la radio?

Dependemos del rectorado, mediante nuestra vinculación directa con la Dirección de Comunicación, no hay una instancia intermedia. La radio es un departamento que tiene un jefe, es un jefe de categoría 3 nodocente, formamos parte de un área mayor que es la Dirección de Comunicación, donde tenemos un Director y triangulamos con la Jefatura de Prensa. Hay dos jefaturas que alimentan a esa Dirección y dentro de lo que es la macro-área de la universidad hay una persona encargada de redes sociales, todo lo que es home/web de la universidad, protocolo, flyer, diseño, es decir ellos no tienen una jefatura pero conformamos una gran dirección, con dos jefaturas bien definidas en lo que cada una hace.

Entonces tu cargo es una jefatura

Sí, soy Jefa del Departamento Radio a cargo de la Coordinación General de Programación y Contenidos.

¿Cómo está la radio técnicamente en materia de alcance y transmisión?

Salimos al aire mediante la frecuencia es analógica 1106.9 FM y la categoría que se nos otorgó en el momento de la entrega de la frecuencia es la "F" y nosotros tenemos presentado ahora un pedido de mayor categoría para mayor cobertura y no hemos tenido respuestas en una ida y vuelta permanente con el ENACOM.

¿Cuándo fue creada la radio y donde funcionan estudios y planta?

Fue inaugurada en 2015, tras haber recibido la resolución 242/2015 de la entonces AFSCA. Tenemos como todas las instituciones un domicilio legal y un domicilio real, el domicilio legal es Fuegia Basket 251, Ushuaia -que es el domicilio jurídico de la UNTDF- y el domicilio real es Thorne 302, mientras que la planta emisora en ciudad donde funciona el campus Rio Grande de la universidad

¿En cuanto al personal de la radio y las tareas que desarrollan?

En la radio somos cuatro Nodocentes, que además nos desempeñamos como docentes en la universidad. Eso limita a la programación a un armado de 8 a 20 y a complementar con contenidos grabados, de las radios de la red ARUNA y la programación del sábado de 8 a 22 hs es con todo lo hecho en la semana en vivo. Y como son muy pocos, abrimos una convocatoria desde de diciembre a febrero para recibir propuestas de ciclos, para ser emitidos de marzo a noviembre, destinados a

colectivos, como una organización, instituciones, sindicatos, es decir contenidos con identidad de un sector.

A propósito ¿cómo se define el contexto social y territorial de la emisora?

Nosotros nos consideramos a nosotros mismos un espacio de encuentro que tiene varias funciones, porque hago hincapié en la función, porque la universidad está concebida en el territorio, entonces desde el slogan mismo y vuelvo a repetirte que es Uniendo Territorios, una de las misiones de la radio como voz de la universidad es buscar ese vínculo de manera constante y permanente con el afuera y con el adentro, entonces, gran parte de la programación, esta generada con el afuera con organizaciones de la sociedad civil con esos colectivos que cité. Siempre hay un interés y una necesidad, algo que se da mucho en Tierra del Fuego, no sé si suma o no, pero por ejemplo en la ciudad de Rio Grande hay aproximadamente 40 emisoras no todas están en la legalidad o en el total de la legalidad, es una legalidad parcial, de esas 40 emisoras 18 son evangélicas, tenemos dos radios Universitarias en Rio Grande que también es una particularidad (la de la UTN y nosotros), hay una radio de AM Radio Nacional y la FM y después hay radios comerciales que se quedan con la audiencia masiva. Por eso el vinculo que tenemos con las instituciones es interesante porque a las radios comerciales no les interesa lo que estos grupos tienen para decir y encuentran en la radio de la universidad ese parlante que ellos necesitan y el hecho de que saben que todo lo compartimos en redes, nosotros tenemos mucha más escucha en el pos, en la re emisión, en el compartido que en el vivo directo.

En ese abordaje territorial ¿dónde va la temática de los contenidos para integrar a la sociedad, incluso en materia informativa?

Es una radio con perspectiva de género con perspectiva en derechos humanos, es una radio que va a abordar el tema de la discapacidad en todas sus diversidades y el tema de la inclusión. Todas las temáticas tienen un punto en común y en todas estamos haciendo divulgación.

Hablemos de la participación de la comunidad universitaria.

Nuestra universidad no tiene carrera de periodismo hay una materia de Comunicación Social en la Licenciatura de Medios Audiovisuales donde ven muy por arriba Historia de los Medios, escuela de Frankfurt, lo que vemos todos en primer año de Comunicación. Hay un dialogo constante con el Secretario de Extensión la Secretaria Académica , donde propongo inclusive que la radio sea un espacio donde estudiantes de todas las carreras puedan al menos a lo largo de su paso por la universidad, en los cinco años mínimo que van a estar, una materia que sea promovida con un trabajo sonoro.

Volviendo a las participaciones externas, virtuales co-producciones o externos a la emisora: ¿Resuelven con esa ayuda la falta de personal?

El 60 por ciento de los programas son contenidos producidos por la emisora, porque estamos divididos de tal manera y hemos armado una grilla de tal manera donde a pesar no a pesar, en buena hora de que somos 4 trabajamos complementados, a veces sobrecargados, hay días que es más menos, pero sí que los operadores generan sus propios productos, los operadores que son gente con formación académica también, Noelia que es la operadora del turno mañana es diseñadora en sonido por la UBA está haciendo una especialización en transmedia, entonces hay intereses por parte de ella de ser parte de ser parte, no solamente operadora, en el caso de Andrés, que es el operador de la tarde, él es ingeniero en sonido y tiene un pequeño estudio en la casa y trabaja mucho con bandas locales y se dio cuenta después de estar un tiempo en la radio y de entender cómo funciona la radio, porque era su primera experiencia y ambos aprendieron a hacer radio con una radio nueva, con la nuestra.

Todos haciendo de todo

Sí, y tenemos mucho lugar a la experimentación, entonces ellos han propuesto cosas, en el caso de productos que compartimos también con ARUNA que están subidos en las redes, trabajamos mucho con la idea de territorio, es un tema la migración y de generar identidad en una provincia con tanta migración, entonces un tópico de la radio es el territorio y dentro de esa línea o eje temático generamos el contenido y los dos operadores general dos productos cada uno para ese raviol de la tarde. Cada uno tenemos auestas 4 horas diarias, es decir la franja de la mañana todos tenemos una hora y de las franjas de la tarde al menos un raviol cubrimos más la producción o el apoyo que le hacemos a los productos de afuera que no son periodistas, que no son comunicadores pero tienen mucho para decir, entonces los ayudamos a darle formato de radio.

¿Qué fuentes de información utilizan?

Recurrimos a los medios nacionales, locales y universitarios en general y los propios. Hacemos informativos con nuestra agenda en dos momentos del día para dar cuenta de que es lo que está pasando y bajo este título "que están diciendo los medios hegemónicas a esta hora del día". Y los mencionamos, que dice Página, que dice Clarín, que dice Télam, a las 8.30 de la mañana los medios nacionales dicen esto, y en el resumen de noticias de las 12.30 cuando hacemos la confluencia de lo que ha asado hasta esa hora de la jornada también leemos que es lo que están levantando los medios nacionales, en el segmento de noticias nacionales, que son tres minutos a las 8.37 y 3 minutos a las 12.27, esa es nuestra agenda nacional, después durante el día lo que se construye es local, es la demanda de la universidad y es la demanda de la comunidad, y se conviven con tres o cuatro agendas.

Muchas Gracias

2. Encuesta y relevamiento.

DESCRIPCIÓN PRINCIPAL DE LA RADIO

01. NOMBRE DE LA RADIO:

02. Señal distintiva: LRF935

03. Frecuencia (AM o FM): FM 106.9

04. DOMICILIO ESTUDIO/S

05. Edificio propio: Sí

06. Edificio Compartido: Sí

07. Características (solo si es compartido) -

En la calle Thorne 302, Río Grande ocupamos un área total de 4 mts x 5 mts. Comprende: un estudio A, un box de locución (sin terminar), un área de edición/producción, un control, un área técnica, hall de recepción. Ventanas con visión al hall central de la Universidad. Todos los ambientes se encuentran debidamente acondicionados térmica y acústicamente.

08. Desde cuándo se encuentra en ese domicilio.

Desde Diciembre de 2016.

09. DOMICILIO PLANTA TRANSMISORA

Campus Rio Grande de la Universidad, Río Grande - Tierra del Fuego.

10. Edificio propio. Edificio cedido en comodato por AABE a la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

11. Edificio Compartido

Edificio cedido en comodato por AABE a la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur con mejoras.

12. Características (solo si es compartido)

13. Desde cuándo se encuentra en ese domicilio.

Diciembre de 2016. Thorne 302 (9420) Rio Grande, Tierra del Fuego.

- CARACTERÍSTICAS DEL/LOS ESTUDIOS

14. Cantidad de estudios: dos (2)

15. Cantidad de control de estudios (1)

16. Áreas de producción: (1) (incluye área de edición)
17. Áreas de redacción - ninguna
18. Áreas administrativas - ninguna
19. Otras dependencias vinculadas con la actividad - Página web y sector redes (en construcción)

- CARACTERÍSTICAS DE LA PLANTA

20. Torre. Tipo y altura. Torre autoportante de 20 mts a cima. con riendas
21. Transmisor Principal: Tipo/marca. Potencia transmisor de 250w de potencia homologado por CNC nº 32-1951 - Trialcom
22. Transmisor Auxiliar: Tipo/marca. Potencia--
23. Vínculo transmisor - antena. La conexión con la antena de enlace se realiza con un coaxil de 1/2" tipo celflex.
24. Antena. Tipo polarización en el caso FM - formación de cuatro dipolos.
25. Antena AM Radio universidad.--
26. Enlace estudio planta (si lo hubiera): Sistema

- TRANSMISIÓN DIGITAL

27. Tipo de sistema: Streaming.
28. Proveedor de servicio o servicio propio: Solumedia.
29. Características del servicio (velocidad, capacidad, etc.): SHOUTCAST / Aacplus / 32kbps 44,1khz Parametric Stereo V2 / 1000 accesos simultáneos.
30. Otros formatos y plataformas: aplicaciones, redes sociales, sitios web, etc.

@RadioUNTDF en Twitter, Facebook, Instangran, Youtube.
Www.untdf.edu.ar/radioenvivo (micrositio propio en desarrollo)

SITUACIÓN JURÍDICA Y LEGAL DE LA RADIO

31. Situación de la emisora frente a la autoridad de aplicación (ENACOM, AFSCA, COMFER). Acto administrativo de la adjudicación, uso de licencia, asignación de parámetros de frecuencia y potencia, etc. ¿Se puede aportar copias de la documentación?

Autorización AFSCA - Resolución 242/2015.

32. Documentación universitaria vinculada con la creación de la emisora. Fecha de autorización Consejo Superior y fecha de puesta en el aire. ¿Se puede aportar copias de la documentación?

No hay un documento que indique la creación de la radio, lo que hay es resoluciones que ordenan el llamado a convocatoria para cubrir cargos en la radio, en las funciones de la DPA se indica armar la programación y contenidos de la emisora, y en los requisitos de los cargos a concursar hay exigencia de presentar un proyecto para el área. Y en el estatuto de la Universidad, en el armado del organigrama aparece el departamento radio como dependiente del rectorado.

33. Otra documentación (si existiera) estatutaria, organizacional, resolutive o metodológica, que describa fines, integración, funcionamiento, etc. de la radio.

Sí. El estatuto, Anexo 1, misiones y funciones de la radio.

34. Resoluciones u otra documentación que acredite las designaciones del personal, de los responsables de áreas y del director o responsable principal de la radio.

Sí. La resolución de designación en el cargo tras el concurso público de antecedentes y oposición. Un Jefe de Departamento de Programación, Un Periodista redactor, y dos operadores (uno con funciones de arte y grabación) el otro con funciones técnicas y de puesta al aire.

ORGANIZACIÓN INTERNA DE LA RADIO

35. Describa las áreas que integran la emisora (Ej.: técnica, periodística, estudios, planta transmisora, etc.)

Es un área total de 4 mts x 5 mts.

Comprende: un estudio A: Mesa de trabajo con 4 micrófonos, 4 auriculares, capacidad para 7 personas en la sala. Un box de locución (sin terminar): un micrófono, atril para lectura, auricular, timbre lumínico.

Un área de edición/producción, un área técnica: conviven en el mismo sector el Rac de transmisor, con 2 pc para edición y minúsculo sector de producción.

Un control: Pc Aire, Pc edición 1, Pc edición 2, Pc Streaming. Consola de 4 canales. Un híbrido. Teléfono de línea. Hall de recepción: 1 silla para espera. Ventanas con visión al hall central de la Universidad. Todos los ambientes se encuentran debidamente acondicionados térmica y acústicamente.

36. Recursos Humanos: total de personal cuatro personas (todos No docentes)

37. Distribución del personal por área.

Una Operadora, musicalizadora, editora, manejo de red instagran, también produce 2 proyectos de ciclo (turno mañana).

Un Operador, musicalizador, editor, arte de la emisora, carga programada y descarga de materiales externos (turno tarde) manejo de red Youtube.

Una Periodista, conductora de programa de 10 a 12, productora de programas semanales conducidos por docentes o Nodocentes. Manejo de red twitter

Una Jefa de departamento, conducción de programas en vivo, producción de latas, edición de materiales para otras emisoras, gestión administrativa, acciones interinstitucionales, tutora de los estudiantes que realizan prácticas en la emisora. Asiste técnicamente al área prensa de la Universidad. Maneja red Facebook.

38. Vinculo del RRHH con la radio. (Relación de dependencia, contratados, otros)

Todos NODOCENTES concursados - personal de planta permanente.

39. Describa la integración de los planteles entre docentes, no docentes, etc.

Programas realizados por docentes Un total de dos. Programas realizados por No docentes Un total de dos, Programas realizados por estudiantes un total de dos, programas realizados por organizaciones externas cuatro.

40. Son profesionales formados para los medios (locutores, operadores, periodistas, etc.) o personal idóneo formado o integrante de la universidad? Excepto el personal de planta de la radio, todo el resto es personal integrante de la universidad o de otras instituciones.

RELACIÓN INTEGRAL CON LA UNIVERSIDAD

- VÍNCULO DIRECTO CON LA UNIVERSIDAD

41. Área de la que depende la radio. RECTORADO

42. Área de la obtiene recursos presupuestarios. RECTORADO / dirección de comunicación / proyectos de SPU.

43. Maneja presupuesto propio discriminado? No manejamos presupuesto

44. Maneja su propia administración? NO.

45. ¿Hay vínculos con la actividad académica? ¿Cuáles? Sí. Todos los NoDocentes de la radio, son también docentes investigadores de asistencia principal con carga horaria simple en la Licenciatura en medios audiovisuales. Se realizan las prácticas de las materias en la radio.

46. Participación en la programación de la comunidad universitaria. 50% de la programación se construye con la comunidad universitaria.

47. Asesoramiento para los contenidos? Sí, la radio asesora en los contenidos y en el armado de las artísticas, manteniendo una línea de trabajo.

50. ¿Participan estudiantes? En las tareas de manejo de consola, puesta al aire NO.

51. Si la respuesta es afirmativa: ¿Hay sistemas de práctica y prácticas pre-profesionalizantes? ¿Cómo se disponen? NO - No hay aun para la carrera de medios, si hay en el ámbito de la universidad. Se hace lo que se puede.

52. Participan en la programación? En los programas Sí.

53. Presentan propuestas propias vinculadas con programación? Presentan propuestas cuando se abre la convocatoria anual para la presentación de proyectos de ciclo.

54. Obtienen reconocimientos por parte de la radio (créditos, certificaciones, etc.) Sí. Certificación de Extensión con carga de horas.

55. ¿Participan docentes? Sí

56. Si la respuesta es afirmativa. ¿Cómo se manifiesta esa participación? Conducen y producen columnas, micros o programas semanales.

57. ¿Lo hacen por razones curriculares académicas de sus materias? No, por militancia o convicción ideológica (Temas de soberanía/Malvinas, Identidad fueguina, Género, Ambiente)

58. ¿Participan en la programación? Sí.

59. ¿Presentan propuestas propias vinculadas con programación? Presentan propuestas cuando se abre la convocatoria anual para la presentación de proyectos de ciclo.

- VINCULO CON OTRAS AREAS DE LA UNIVERSIDAD

60. ¿Existen vínculos con otras aéreas de la universidad más allá de la/s citada/s? Sí.

61. Describa cuales son y qué tipo de interacción tienen con la radio. (Programación, asesoramiento para contenidos, etc.) Actualización de agenda y actividades, reunión mensual con todas las coordinaciones de áreas.

62. Acciones desde la radio hacia las áreas de la universidad. (Difusión, divulgación, coberturas periodísticas, eventos, etc.). Se realizan 6/7 actividades al año, abiertas a la comunidad y en interacción con las áreas involucradas: Día 13 de febrero x día mundial de la radio, abril actividades por el día del investigador, Junio actividades por el día del periodista, Agosto actividad por inicio del segundo cuatrimestre, en octubre por mes aniversario de la radio.

63. Comunicación Institucional de la universidad: Vinculación/participación de la radio. (Difusión, divulgación, coberturas periodísticas, eventos, etc.). Participación activa de la radio, en acciones de difusión y cobertura. En el caso de divulgación

solo en temas sociales. Nos falta formación para cuestiones más específicas de las ciencias duras.

VINCULACION TERRITORIAL Y COMUNITARIA

64. ¿Existe un vínculo directo con la comunidad y el territorio donde se encuentra instalada la radio? Sí.

65. Describa acciones de la emisora desde la programación, participación, interacción con la comunidad y el territorio.

Jornadas de sensibilización o concientización en temas sensibles para la comunidad organizadas desde la radio en: Suicidio, Economía Social, Discapacidad, Soberanía, Violencia de Género.

Participación en Interclaustró junto a otros sectores de la universidad y gremios docentes de la ciudad.

Participación en Intersindical para el armado de actos 24 de marzo, 2 de abril, marchas por la soberanía nacional, o en defensa de la educación pública.

66. ¿La comunidad, no universitaria participa de la programación? Sí.

Casa de Jóvenes/DIAT Sedronar - realiza un programa con los jóvenes que asisten a la casa.

El observatorio astronómico de la ciudad de Río Grande (dependiente de la UNLP) también.

El área de deportes del municipio de la ciudad, Y el Espacio tecnológico para el Desarrollo (una especie de incubadora de proyectos electrónicos). La feria de ciencias de la provincia hace un ciclo corto.

67. ¿La radio sale a la calle? Coberturas en exteriores, periodísticas, contenidos, etc.

NO. no contamos con estructura. Nos las ingeniamos para que gente que nos quiere nos haga las veces de móvil en los eventos no institucionales, y en los eventos institucionales la cobertura la hace prensa y la hacemos por teléfono.

68. Describa si hay dificultades en los procesos de participación desde y hacia la comunidad en el territorio.

Las dificultades son de tipo económicas y falta de recursos humanos para hacer más cosas.

69. Describa, si existieran, las herramientas para la sustentabilidad de las coberturas descritas precedentemente. (Técnicas, económicas, de RRHH, etc.)

Todo, para coberturas en exteriores no se cuenta ni con personal ni con recursos económicos para traslados o movilidad. En caso de transmisiones de exteriores tampoco se cuenta con los equipos imprescindibles a la fecha...

CONTENIDOS Y FORMATOS PERIODÍSTICOS

70. ¿La programación tiene componentes periodísticos? Describa: RRHH, en aire, producción, etc. Solo un recurso humano que hace aire, producción y redes.

71. Servicios periodísticos: sistema informativo convencional, frecuencia, características. Se genera desde la radio, un RESUMEN DIARIO DE NOTICIAS DE 18' a partir de lo propio producido y con información de agencia y portales.

72. Definición editorial, descripción de la selección y elección temática de la noticia. Tipos de abordajes. Agendas.

Noticias locales, provinciales, patagónicas y nacionales. Noticias con perspectiva de género, lenguaje inclusivo, atención a la discapacidad, promoción de la defensa de los recursos naturales y de los territorios insulares, promoción de la Ley 19640, nuevos consumos, deportes electrónicos, deportes no profesionales. Comunicación democrática para todos.

73. Participación de los estudiantes de carreras de periodismo y/o comunicación social en los contenidos periodísticos. NO tenemos carrera de periodismo.

74. ¿Cuenta con un manual de estilo? SI-NO. No es un manual, es un instructivo para el envío de audios, materiales para ser utilizados por todos los programas. Hay un acuerdo tácito interno entre quienes manejamos las redes respecto de los # o palabras claves en las publicaciones.

75. ¿Se provee de información externa por suscripción? (Agencias, distribuidores nacionales o internacionales) Describa otros recursos periodísticos. NO.

76. ¿La cobertura periodística se intercambia o vincula con otras emisoras universitarias o no universitarias? ¿De qué manera? SI. A través del grupo de whatsapp y productores periodísticos de ARUNA y en el intercambio de RADAR NOA, AMBA, SUR.

TRABAJO COLABORATIVO EN RED/REDES

77. Describa la participación en trabajos en red con una o más emisoras.

Se colabora en la producción de contenidos o envíos de pedidos específicos. En caso de que algún integrante de la red de productores de ARUNA solicite un contacto, o se envían informes específicos para quien los solicita.

El caso del Hilo Violeta Radio UNTDF hace la curación de contenidos, edición y carga online, se envía por mail a 12 emisoras universitarias.

Se edita contenidos para SOMOS RIU, 3 contenidos mensuales aproximadamente desde Noviembre de 2018 a la actualidad.

78. ¿De qué modo participa la radio? (Coproducción de contenidos, intercambios, coberturas periodísticas, contenidos específicos, otros).

Se colabora en la producción de contenidos o envíos de pedidos específicos. En caso de que algún integrante de la red de productores de ARUNA solicite un contacto, o se envían informes específicos para quien los solicita o intercambio de audios de cobertura.

El caso del Hilo Violeta Radio UNTDF hace la curación de contenidos, edición y carga online.

Se edita contenidos para SOMOS RIU, 3 contenidos mensuales aproximadamente

79. ¿La vinculación de la emisora se produce con radios universitarias del país, universitarias del exterior o con todo tipo de emisoras? Describa los vínculos.

Principalmente la vinculación es con las radios universitarias del país.

También somos convocados telefónicamente por periodistas de otros medios (gráficos, portales o radios comerciales, para el envío de algún informe sobre todo en temas de empleo/fabricas/importaciones en la isla. temas específicos.

En el caso de red RIU, el vínculo es a través de ARUNA.

Sabemos, por las descargas de los programas online que generamos y subimos, que algunas cápsulas son descargadas por diferentes medios sobre todo en fechas claves como el 2 de abril.

80. Participación institucional en redes. Describa la asociación de la emisora con redes de radios universitarias nacionales e internacionales.

Participamos en ARUNA. Integramos la CD. (Vocalía)

Co-producción de contenidos a RIU.

Contribución e intercambio de contenidos con la Campaña Nacional por el Aborto Legal, Seguro y Gratuito.

Las trabajadoras de Radio UNTDF participan además en la RED RUGE del CIN y en la RED de prensa de UUNN

81. Describa los roles asumidos por la emisora, en representación de la universidad, sobre la participación en las redes citadas.

La Universidad cumple con las misiones y funciones encomendadas por el Rector ante cada red del CIN.

82. Participación en otro tipo de redes, no necesariamente radiales. (Comunicación, DDHH, sociales, etc.). Red RUGE (Género) / la radio integra en la universidad las comisiones de Discapacidad y la de Bienestar estudiantil

Documentación complementaria

Estatuto Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur (2012)

https://www.untdf.edu.ar/uploads/archivos/Estatuto_1560344855.pdf

Ushuaia, 15 NOV 2018

VISTO:

La Ley 26.559, el Estatuto de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, las Resoluciones REC N° 144/17, REC N° 367/17, REC N° 313/18, y

CONSIDERANDO:

Que por Ley 26.559 se creó la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

Que, por su parte, el artículo 49° de dicho Estatuto determina que son atribuciones y deberes del Rector, "...conducir la gestión general de la Universidad, cumplir y hacer cumplir las resoluciones y reglamentaciones de la Universidad y establecer la organización administrativa de la Universidad...".

Que mediante las Resoluciones REC N° 144/17, REC N° 367/17, REC N° 313/18, entre otras, se realizaron diversas modificaciones en la estructura orgánica y funciones de la Universidad.

Que el Sr Rector estima necesario realizar modificaciones en la Dirección de Comunicación Institucional, a fin de generar un plan integral de comunicación institucional

Que el suscrito se encuentre facultado para dictar el presente acto administrativo

POR ELLO:

**EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE TIERRA DEL FUEGO, ANTÁRTIDA
E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR
RESUELVE:**

ARTÍCULO 1º.- Modificar el Anexo I de la Resolución REC N° 313/18, en lo específicamente dispuesto en el Anexo I de la presente resolución, quedando subsistente la resolución mencionada en lo que no fuera modificado por la presente.

ARTÍCULO 2º.- Establecer que la Resolución REC N° 313/18 mantiene su vigencia en todo lo que por la presente no se modifica expresamente.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese. Comuníquese a las distintas Secretarías e Institutos. Publíquese en la página web de la Universidad. Cumplido, Archívese.

RESOLUCIÓN REC N°: 739-2018



Dr. **Roberto Salas** (C.P. 9410) - Ushuaia - Tel. +54 2901 454183 Provincia de Tierra del Fuego
Rector
Avenida Brasil 2100 - Ushuaia - República Argentina 580 Web: www.untf.edu.ar E-mail: univers@untf@untf.edu.ar

ANEXO 1 – RESOLUCIÓN REC. N° 739 – 2018

Unidad: COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Misión:

- Asistir al Rectorado en la estrategia de construcción de la identidad institucional de la Universidad y en la realización de un plan integral de comunicación.

Funciones:

- Asistir al Rectorado en las estrategias de posicionamiento de identidad institucional en la comunidad.
- Entender en las estrategias, plataformas y protocolos de comunicación interna y externa de la Universidad.
- Entender en la articulación con los Institutos, las distintas Secretarías y demás áreas de la comunidad universitaria en el campo de la identidad y la comunicación institucional.

Unidad: DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Misión: Asistir a la Coordinación de Comunicación Institucional en la elaboración de una estrategia de comunicación tendiente a comunicar y acompañar el quehacer institucional, promover la construcción y mantenimiento de la imagen institucional favorable en la comunidad y el Sistema Universitario. Depende en forma directa de Rectorado.

Funciones:

- Asistir a la Coordinación de Comunicación Institucional en el diseño y ejecución de una política de prensa y difusión que atienda a la construcción y mantenimiento de la imagen institucional definida por las autoridades.
- Planificar estrategias de comunicación interna y externa de acuerdo a los objetivos propuestos por la gestión.
- Gestionar, monitorear y acompañar los planes de acciones de comunicación institucional.
- Analizar y evaluar los resultados de las acciones de comunicación institucional.
- Intervenir en la normalización de los medios gráficos (logo, tipografía, colores, etc.) empleados para las comunicaciones institucionales internas y externas.

Fuego Basket 251 (C.P. 9410) - Ushuaia - Tel. +54 2901 434163 Provincia de Tierra del Fuego

Antártica e Islas del Atlántico Sur – República Argentina Sitio Web: www.untdf.edu.ar E-mail: universidad@untdf.edu.ar

Unidad: DEPARTAMENTO DE PRENSA Y DIFUSIÓN INSTITUCIONAL.

Misión: Asistir a la Dirección de Comunicación Institucional en la producción de acciones de comunicación vinculadas a divulgación de las actividades académicas y de producción de conocimiento de la Universidad. Depende en forma directa de la Dirección de Comunicación Institucional.

Funciones:

- Desarrollar las tareas de difusión interna y externa, de acuerdo a lo establecido en el plan institucional de comunicación y a las instrucciones emanadas de las autoridades superiores.
- Producir noticias institucionales y acciones de prensa para medios gráficos, radio, televisión, web y redes sociales.
- Promover los contenidos de la página web institucional, las redes sociales y campañas institucionales.
- Recepcionar, responder y administrar las comunicaciones del correo electrónico oficial de la Universidad.
- Indagar sobre las actividades institucionales y científicas de la Universidad, procesando la información para construir mensajes que resulten de interés para la agenda pública de la sociedad.
- Efectuar la recopilación y el análisis de la opinión pública sobre los asuntos universitarios en general y de la UNTDF en particular, a efectos de informar sintéticamente a las autoridades.
- Asesorar a las autoridades sobre la conveniencia de efectuar comunicaciones, difusiones, o aclaraciones por distintos medios.
- Promover la participación de los Institutos y organismos responsables de la conducción de la Universidad en la elaboración de estrategias de comunicación y de divulgación de las misiones sustantivas de la Universidad.
- Impulsar vínculos con los medios y comunicadores sociales para mantener a la institución en la agenda pública de los medios locales, provinciales, nacionales.
- Supervisar el cumplimiento de las tareas por parte del personal y áreas a su cargo.

Unidad: DIVISIÓN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL - REDES SOCIALES.

Misión: Asistir al Departamento de Prensa y Difusión en la producción de piezas audiovisuales que contribuyan al desarrollo de la identidad institucional y la proyección académica de la Universidad. Depende en forma directa del Departamento de Prensa y Difusión Institucional.

Funciones:

Puebla Basket 251 (C.P. 941 0) – Ushuaia – Tel. +54 2901 424163 Provincia de Tierra del Fuego

Patagonia y las Islas del Atlántico Sur – República Argentina Sitio Web: www.untdf.edu.ar E-mail: universidad@untdf.edu.ar

- Entender en la producción integral del material audiovisual de difusión de la Universidad.
- Entender en la edición de videos, fotografías y sonido conforme las funciones a cargo del Departamento de Prensa y Difusión Institucional.
- Entender en la administración de redes sociales y página web de la Institución, conforme los lineamientos del Departamento de Prensa y Difusión Institucional.
- Entender en la realización de campañas publicitarias, spot de eventos, conforme los lineamientos del Departamento de Prensa y Difusión Institucional.
- Entender en la difusión de material audiovisual institucional a medios provinciales y nacionales.
- Entender en el diseño del material gráfico en función de las necesidades de las diferentes áreas de la Universidad, de acuerdo al manual de estilo.
- Entender en la confección del diseño de piezas gráficas, Merchandising y folletería para la promoción los eventos.
- Entender en el diseño y actualización de la página web.
- Asistir gráficamente en la divulgación de las distintas actividades acuerdo al calendario de eventos institucionales.
- Supervisar el cumplimiento de las tareas por parte del personal a su cargo.
- Prestar colaboración y apoyo a sus superiores jerárquicos en las tareas que le sean encomendadas con fin de dar cumplimiento a las tareas a cargo de la Dirección de Comunicación Institucional.

Unidad: DEPARTAMENTO RADIO.

Misión: Realizar y gestionar la Radio de la Universidad, contribuyendo a las diferentes necesidades de comunicación institucional de la Universidad. Depende en forma directa de la Dirección de Comunicación Institucional.

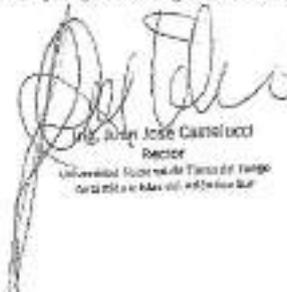
Funciones:

- Planificar la grilla de programación y agenda de trabajo de la radio de la Universidad.
- Producir y realizar productos radiales.
- Definir las tareas que desempeñará el personal a su cargo, para la ejecución de los proyectos radiales.
- Planificar el presupuesto del área y gestionar líneas de financiamiento para el área a su cargo.
- Coordinar la difusión web de la radio de la Universidad.
- Vincular la radio de la Universidad con redes de comunicación en pos de generar intercambios de contenidos y otros recursos.
- Dar seguimiento a las necesidades de índole técnico administrativa y de infraestructura de la radio de la Universidad.

Fuego Basket 251 (C.P. 9410) - Ushuaia - Tel. +54 2901 434163 Provincia de Tierra del Fuego

Antártida e Islas del Atlántico Sur - República Argentina Sitio Web: www.untf.edu.ar E-mail: universidad@untf.edu.ar

- Prestar colaboración y apoyo a sus superiores jerárquicos en las tareas que le sean encomendadas con fin de dar cumplimiento a las tareas a cargo de la Dirección de Comunicación Institucional.
- Supervisar el cumplimiento de las tareas por parte del personal a su cargo.



Dr. José Camarero
Rector
Universidad Nacional de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur

ANEXO IV

Radio Universidad Nacional de Avellaneda. Entrevista, encuesta y documentos.

Comentario del autor del trabajo de Tesis.

Por razones lógicas y más allá de los documentos aportados, se trata de una síntesis, del autor del presente trabajo de investigación, en su rol de Director de Medios de donde depende Radio UNDAV, en la órbita de la Secretaria de Investigación y Vinculación Tecnológica e Institucional del rectorado..

El conurbano bonaerense es complejo y supone enormes contrastes, la mayoría de ellos sin solución de continuidad. Situaciones sociales diversas, ofertas culturales y educativas sorprendentes y la incidencia de la ciudad de Buenos Aires en la convivencia con, y entre, esas dimensiones. Avellaneda, virtual suburbio de la C.A.B.A. sostiene, no obstante, una idiosincrasia propia y un conglomerado social de raíz laboriosa y obrera, mixturada con sectores medios muy activos y la radicación de grandes superficies comerciales, logísticas e industriales. En ese escenario, como sucede en casi todo el conurbano, la vulnerabilidad y la situación de riesgo de numerosos habitantes postergados.

La radio, al igual que el proyecto institucional de la universidad a la que pertenece, tiene en su origen un compromiso social. Por definición, apoyada en la asignatura transversal de Trabajo Social Comunitario, la universidad incluye en todas sus carreras el anclaje territorial como una herramienta didáctica mediante la cual los estudiantes adquieren conocimientos que redundarán en una parte importante de recorrido una vez que se reciben. Esa temática de abordaje social y comunitario se verifica a lo largo de la programación de Radio UNDAV. Y si bien es inducida por la conducción de la radio, las temáticas y los contenidos surgen naturalmente ya que los actores radiales no son en su mayoría profesionales del medio, pero cargan con el compromiso universitario inclusivo, social y territorial. Conducen, producen y musicalizan, docentes, alumnos, trabajadores, interactuando con el territorio y reflejando la sensibilidad social, a quienes se les acercan algunos elementos del lenguaje radial.

Programas destinados a acercar información sobre derechos de los ciudadanos (a cargo de estudiantes de abogacía) organizaciones de DDHH (Madres y Abuelas de Plaza de Mayo), prevención y salud, deportes (desde las áreas de la propia universidad) conviven con los proyectos mediante los cuales se concursa en la propuesta "Radio UNDAV, te quiere en el aire" destinada a incorporar proyectos de programa de una hora semanal que incorporen temáticas sociales, culturales, etc. que entreveran con la línea central universitaria. La radio encarna la voz de la universidad en su compromiso social en el territorio, sin perder la lógica de informar y entretener.

En la radio se desarrollan los programas de las cátedras de radio de la carrera de Licenciatura en Periodismo de la universidad, "El aire de Radio 2" y "Radio 3" que realizan sus prácticas en vivo. También se realizan prácticas pre-profesionales y voluntarias de estudiantes que realizan tareas de producción, conducción, columnas, entrevistas, micros

y edición para el programa institucional de la emisora Vivís la UNDAV que va de lunes a viernes de 9 a 12.

La radio, hija de la UNDAV, refleja ese anclaje educativo durante casi una década. Se prodiga para acercarse a ese contexto social, variopinto pero bien definido al mismo tiempo. En la radio, como dije, está la universidad y su territorio circundante. Es necesario que la propia institución universitaria en general, produzca el reconocimiento definitivo de sus medios. Desde hace casi 100 años, las emisoras de las universidades han ido apareciendo en forma espasmódica y envuelta en las características de cada casa de estudio en el marco de sus autonomías. Pero en esas apariciones, creo que falta una vinculación inmediata territorial-comunitaria, para lo cual hay que trabajar en tres aspectos fundamentales: los técnicos para garantizar una mínima cobertura territorial por aire o buenos servidores para las aplicaciones y redes.

Luego la implementación de sistemas administrativos y organizacionales que reconozcan los tiempos radiales y la prestación del servicio de los RRHH y finalmente la cobertura temática asociada e interactuando con la comunidad para que -tras reconocer el territorio- se puedan brindar respuestas a través de una agenda democrática y alternativa, frente a los procesos concentrados o hegemónicos. La radio, debe, como voz universitaria, asumir su compromiso con el territorio, en el caso de nuestra emisora, esperamos poder resolver los aspectos citados, para profundizar ese proyecto territorial.

2. Encuesta y relevamiento.

DESCRIPCION PRINCIPAL DE LA RADIO

01. NOMBRE DE LA RADIO:

02. Señal distintiva:

03. Frecuencia (AM o FM):

04. DOMICILIO ESTUDIO/S

05. Edificio propio. No

06. Edificio Compartido. Si

07. Características (solo si es compartido). La radio se halla en la sede del rectorado de la UNDAV

08. Desde cuándo se encuentra en ese domicilio. Desde el mes de agosto de 2011

09. DOMICILIO PLANTA TRANSMISORA

10. Edificio propio. No

11. Edificio Compartido. Si

12. Características (solo si es compartido). La radio se halla en la sede del rectorado de la UNDAV. España 350, Avellaneda.

13. Desde cuándo se encuentra en ese domicilio. Desde el mes de agosto de 2011

- CARACTERISTICAS DEL/LOS ESTUDIOS

14. Cantidad de estudios: 2

15. Cantidad de control de estudios: 2

16. Áreas de producción: 2

17. Áreas de redacción: 2

18. Áreas administrativas: No

19. Otras dependencias vinculadas con la actividad: 2 Oficina de Dirección de Medios y espacio de Undav TV

- CARACTERISTICAS DE LA PLANTA

20. Torre. Tipo y altura. 36 m

21. Transmisor Principal: Tipo/marca. Potencia: M31 1kw. Emitiendo en baja potencia 100 w

22. Transmisor Auxiliar: Tipo/marca. Potencia. No

23. Vínculo transmisor – antena: Cable coaxil

24. Antena. Tipo polarización en el caso FM: 4 dipolos Vertical

25. Enlace estudio planta (si lo hubiera): No

26. Sistema de Transmisión: Provisorio.

- TRANSMISION DIGITAL

27. Tipo de sistema: streaming

28. Proveedor de servicio o servicio propio: Informática de UNDAV

29. Características del servicio (velocidad, capacidad, etc.): No conocido

30. Otros formatos y plataformas: aplicaciones, redes sociales, sitios web, etc.: App para Android, YouTube, Facebook, Twiter, Spotify, todo desarrollado por personal de la radio <http://radio.undav.edu.ar/>

SITUACION JURIDICA Y LEGAL DE LA RADIO

31. Situación de la emisora frente a la autoridad de aplicación (ENACOM, AFSCA, COMFER). Acto administrativo de la adjudicación, uso de licencia, asignación de parámetros de frecuencia y potencia, etc. ¿Se puede aportar copias de la documentación? Opera Sin autorización. Sendas notas elevadas desde 2010, siguen sin respuesta para adjudicar la frecuencia definitiva.

32. Documentación universitaria vinculada con la creación de la emisora. Fecha de autorización Consejo Superior y fecha de puesta en el aire. ¿Se puede aportar copias de la documentación? La Radio fue creada por resolución del Rector N°007/12, del 3 de abril del 2012.

33. Otra documentación (si existiera) estatutaria, organizacional, resolutive o metodológica, que describa fines, integración, funcionamiento, etc. de la radio. No se conoce.

34. Resoluciones u otra documentación que acredite las designaciones del personal, de los responsables de áreas y del director o responsable principal de la radio. Resolución del rectorado N° 820/15, del 10 de julio de 2015, designa al Director de Medios de la UNDAV, en el marco del Art. 1 de la Resol. 007/12. El documento faculta a la Secretaría general de la UNDAV, para decidir los mecanismos de incorporación del personal.

ORGANIZACIÓN INTERNA DE LA RADIO

35. Describa las áreas que integran la emisora (Ej.: técnica, periodística, estudios, planta transmisora, etc.)

36. Recursos Humanos: total de personal

37. Distribución del personal por área.

38. Vinculo del RRHH con la radio. (Relación de dependencia, contratados, otros)

39. Describa la integración de los planteles entre docentes, no docentes, etc.

40. Son profesionales formados para los medios (locutores, operadores, periodistas, etc.) o personal idóneo formado o integrante de la universidad?

RELACION INTEGRAL CON LA UNIVERSIDAD

- VINCULO DIRECTO CON LA UNIVERSIDAD

41. Área de la que depende la radio. Secretaria de Investigación y Vinculación Tecnológica e Institucional

42. Área de la obtiene recursos presupuestarios. Se obtienen del presupuesto universitario asignado a la Secretaria de Investigación y Vinculación Tecnológica e Institucional, área que dispone la asistencia a la emisora.

43. Maneja presupuesto propio discriminado? No

44. Maneja su propia administración? No

45. ¿Hay vínculos con la actividad académica? ¿Cuáles? La Articulación es permanente ya que todas las Secretarías y Departamentos tienen acceso a la radio. Además se desarrollan transmisiones especiales en eventos de cada área. Musicales, Expo-Universidad, colaciones, etc.

46. Participación en la programación de la comunidad universitaria. Si

47. Asesoramiento para los contenidos? Si

50. ¿Participan estudiantes? Si

51. Si la respuesta es afirmativa: ¿Hay sistemas de práctica y prácticas pre-profesionalizantes? ¿Cómo se disponen?: No son prácticas, se abre el estudio a distintas materias de la carrera de Periodismo y se halla abierta cada año la convocatoria "Radio UNDAV, te quiere en el aire", destinado a presentar propuestas de programas, para estudiantes y docentes de todas las carreras.

52. Participan en la programación? Si, por lo antedicho.

53. Presentan propuestas propias vinculadas con programación? Si, por lo antedicho.

54. Obtienen reconocimientos por parte de la radio (créditos, certificaciones, etc.) Se disponen certificaciones tras el desarrollo de los programas propuestos que llegan a ser emitidos. La Dirección de Medios certifica las prácticas y los desarrollos de los ciclos emitidos en los que participan estudiantes, cuando solicitan esa constancia curricular personal.

55. ¿Participan docentes? Sí.

56. Si la respuesta es afirmativa. ¿Cómo se manifiesta esa participación? Dictando materias de periodismo y presentando propuestas de programas.

57. ¿Lo hacen por razones curriculares académicas de sus materias? Ambas

58. ¿Participan en la programación? Si

59. ¿Presentan propuestas propias vinculadas con programación? Si

- VINCULO CON OTRAS AREAS DE LA UNIVERSIDAD

60. ¿Existen vínculos con otras aéreas de la universidad más allá de la/s citada/s? La totalidad de la programación se realiza con miembros de la comunidad universitaria.

61. Describa cuales son y qué tipo de interacción tienen con la radio. (Programación, asesoramiento para contenidos, etc.) Participan en los concursos, las coberturas especiales de actividades de todas las áreas.

62. Acciones desde la radio hacia las áreas de la universidad. (Difusión, divulgación, coberturas periodísticas, eventos, etc.). La Dirección de Prensa de la UNDAV, articula su Comunicación Institucional para la difusión y divulgación integral de las actividades de la UNDAV y a través de la radio y sus responsables desarrollan un programa propio.

63. Comunicación Institucional de la universidad: Vinculación/participación de la radio. (Difusión, divulgación, coberturas periodísticas, eventos, etc.). Si, según lo antedicho.

VINCULACION TERRITORIAL Y COMUNITARIA

64. ¿Existe un vínculo directo con la comunidad y el territorio donde se encuentra instalada la radio? La comunidad es interpelada desde los programas que son realizados íntegramente por personas vinculadas directamente con la universidad (plantel de la propia radio o los productores y actores que desarrollan programas que provienen de la actividad académica, sindical, nodocente, etc.

65. Describa acciones de la emisora desde la programación, participación, interacción con la comunidad y el territorio. La comunidad universitaria y en general, participa desde las coberturas de los programas periodísticos. Debido al escaso alcance de la emisión se halla restringida la convocatoria directa.

66. ¿La comunidad, no universitaria participa de la programación? Sí. Por intermedio de actores de la universidad. Se desarrollan distintas coberturas en las sedes de la universidad desarrolladas por carreras, y secretarías y los actos de colación

67. ¿La radio sale a la calle? (Coberturas en exteriores, periodísticas, contenidos, etc.): Si. Se desarrollan distintas coberturas en las sedes de la universidad desarrolladas por carreras, y secretarías y los actos de colación

68. Describa si hay dificultades en los procesos de participación desde y hacia la comunidad en el territorio. Sí, de carácter logístico, técnico y económico.

69. Describa, si existieran, las herramientas para la sustentabilidad de las coberturas descriptas precedentemente. (Técnicas, económicas, de RRHH, etc.)

CONTENIDOS Y FORMATOS PERIODISTICOS

70. ¿La programación tiene componentes periodísticos? Describa: RRHH, en aire, producción, etc. Durante el segmento en vivo de la programación y de lunes a viernes entre las 12 y las 19 hs.

71. Servicios periodísticos: sistema informativo convencional, frecuencia, características. Sí. Cada una hora de lunes a viernes entre las 12 y las 19

72. Definición editorial, descripción de la selección y elección temática de la noticia. Tipos de abordajes. Agendas. Se cubren Información generalista pero centrada en noticias locales, universitarias de las distintas áreas de la UNDAV, provinciales y nacionales.

73. Participación de los estudiantes de carreras de periodismo y/o comunicación social en los contenidos periodísticos. Si participan en asistencia de producción y en la propuesta y desarrollo de espacios periodísticos desarrollados íntegramente por estudiantes y en algunos casos con supervisión de los docentes de la carrera de periodismo.

74. ¿Cuenta con un manual de estilo? No. No hay manual de estilo solo el abordaje de las noticias con mirada universitaria con recurso permanente a las recomendaciones de la defensoría del Público de SCA y los aportes de la Ley 27499 conocida como “Ley Micaela” en el tratamiento de temas con perspectiva de género

75. ¿Se provee de información externa por suscripción? (Agencias, distribuidores nacionales o internacionales) Describa otros recursos periodísticos. No. Se recurre a portales digitales para la actualización de información nacional, preferentemente Telam. Y el portal de noticias de la Municipalidad de Avellaneda.

76. ¿La cobertura periodística se intercambia o vincula con otras emisoras universitarias o no universitarias? ¿De qué manera? Red estable de Corresponsales de ARUNA. A través de ARUNA hay una vinculación que permite acceder a información universitaria con fuentes de primera mano. Y la información local de las provincias y/o ciudades donde se hallan los colegas de las RRUU. Y ocasionalmente con colegas de las radios de la RIU

TRABAJO COLABORATIVO EN RED/REDES

77. Describa la participación en trabajos en red con una o más emisoras. La radio integra desde hace 10 años la Comisión Directiva de ARUNA en distintos cargos y es creadora de la RIU (Radio Internacional Universitaria) y la Asociación de Radios Públicas y Universitarias de América Latina y el Caribe (ARPUALC).

78. ¿De qué modo participa la radio? (Coproducción de contenidos, intercambios, coberturas periodísticas, contenidos específicos, otros). En forma integral desde la generación de contenidos comunes, hasta la provisión de noticias y divulgación científica.

79. ¿La vinculación de la emisora se produce con radios universitarias del país, universitarias del exterior o con todo tipo de emisoras? Describa los vínculos. Del país y del exterior como se señaló en la participación en redes. “Somos RIU” un ciclo de presentación de la Red de Redes a cargo de Radio UNDAV y emisoras universitarias de otros países, “Una tarde para ARPUALC” de idéntico tenor y ciclos o programas especiales que describen las radios y sus universidades en el marco de la RIU.

80. Participación institucional en redes. Describa la asociación de la emisora con redes de radios universitarias nacionales e internacionales. Radio UNDAV ha generado y diseñado contenidos para la red ARUNA, incluidos en el Fondo de Fomento destinado a las RRUU por el Poder Ejecutivo, mediante la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación y ha generado contenidos para la RIU y la ARPUALC⁸¹. Describa los roles asumidos por la emisora, en representación de la universidad, sobre la participación en las redes citadas.

82. Participación en otro tipo de redes, no necesariamente radiales. (Comunicación, DDHH, sociales, etc.). Colaboramos en las redes de Editoriales Universitarias, Género, Prensa y Red Nacional Audiovisual Universitaria (RENAU)

Documentación complementaria

RESOLUCIÓN
Nº

007 / 12

Avellaneda, 3 ABR 2012

VISTO:

El Expte 01/350/11

Lo establecido por la Ley 26.522, por el Decreto 1148/09 y 364/10

Lo previsto por el acta Aprobatoria Nº7 del Consejo Asesor del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre, que aprobó el Reglamento General del Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales

CONSIDERANDO:

Que de acuerdo a lo establecido en la Ley 26522 respecto de la producción y difusión de contenidos, en la programación de los distintos medios de comunicación audiovisual las Universidades se constituyen en actores preponderantes en la generación de contenidos.

Que la Universidad Nacional de Avellaneda desarrolla carreras relacionadas con disciplinas de incumbencia en la temática de producción de contenidos para medios de comunicación.

Que el Reglamento General del Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales prevé la conformación de una red de Polos Audiovisuales Tecnológicos, que fomenten la producción de contenidos audiovisuales, nucleando a los Nodos Audiovisuales Tecnológicos, habiéndose reservado a las Universidades Nacionales las tareas de coordinación, articulación y administración, junto con sectores gubernamentales y actores de la sociedad civil vinculados a la producción de contenidos.

Que a los efectos de una mejor implementación y seguimiento de las labores que se emprendan, es necesario establecer las bases para su funcionamiento, previendo que se encuentren comprometidos todos los actores intervinientes a tal fin. Que la Secretaría General resulta el órgano competente para coordinar la instrumentación de acciones que permitan la producción de contenidos audiovisuales a tenor de lo previsto por el artículo 75 del Estatuto Provisorio.

La presente resolución se dicta en uso de las facultades otorgadas por la Ley 24.521 y el Estatuto Provisorio de la Universidad

POR ELLO

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD DE AVELLANEDA:

RESUELVE:

ARTÍCULO 1: Proceder a la puesta en marcha del "Consejo Universitario de Medios de la Universidad Nacional de Avellaneda dependiente del Rectorado de la Universidad, que tendrá por coordinadora a la Secretaría General de la Universidad Mg. Patricia Domench, DNI 16.388.464 quien, procederá a dictar las normas que permitan su adecuado funcionamiento, y convocar a los distintos actores pertenecientes a sectores gubernamentales y de la sociedad civil vinculados a la producción de contenidos. A tal fin la Secretaría General podrá dictar su reglamento interno, y resolver sobre los contenidos, temas, objetivos y actividades a desarrollar.

ARTÍCULO 2: Establecer como organización básica la designación de 7 miembros correspondientes a: El Departamento de Articulación Transversal de Ciencias Sociales; a La carrera de Tecnicatura en Periodismo; al área de comunicación de la Universidad; a la carrera de Licenciatura en Artes Audiovisuales; al consejo municipal de medios y dos personalidades destacadas del ámbito cultural y de comunicación que oportunamente designará el Rector.

ARTÍCULO 3: Las tareas a desarrollar podrán ser efectuadas por profesores y alumnos de la Universidad y profesionales técnicos de las distintas disciplinas involucradas en los distintos proyectos.

ARTÍCULO 4: Todo producto de la actividad del Consejo Universitario de Medios, será de propiedad exclusiva de la Universidad, quien podrá proceder a su publicación o transferencia.

ARTÍCULO 5: Comuníquese y archívese

RESOLUCIÓN
Nº

007 / 12

ING. JORGE F. CALZONI
RECTOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA



RESOLUCIÓN R N° 820 / 15

Avellaneda, 10 JUL 2015

VISTO:

El expediente n° 01-350/11:

Lo establecido por la Ley 26.522, y por los decretos 1148/09 y 364/10.

Lo previsto por el Acta Aprobatoria n° 7 del Consejo Asesor del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre, que aprobó el Reglamento General del Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales.

La Resolución Rector n° 79/12, que crea en el ámbito de la Universidad Nacional de Avellaneda el Consejo Universitario de Medios de esta Institución.

La Resolución CS n° 7/12, que procede a la puesta en marcha del Consejo Universitario de Medios de la UNDAV.

La escala salarial vigente para el personal abarcado por el Convenio Colectivo de Trabajo para el Sector No Docente de las Instituciones Universitarias Nacionales homologado por decreto PEN 366/06.

Lo establecido en el artículo 60 del Estatuto de la Universidad Nacional de Avellaneda, y

CONSIDERANDO:

Lo establecido por la Ley 26.522 respecto de la producción y difusión de contenidos en la programación de los distintos medios de comunicación audiovisual.

Que la Universidad Nacional de Avellaneda desarrolla carreras relacionadas con disciplinas de



Ing. JORGE F. CALZONI
RECTOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA



RESOLUCIÓN N° 820 / 15

asesoramiento y orientación en la elaboración de contenidos audiovisuales.

Que según lo establece el Estatuto mencionado en los vistos, es facultad del Sr. Rector ejercer la conducción administrativa de la Universidad, y organizar las Secretarías de la Universidad, designando y removiendo a sus titulares y demás funcionarios del área, para lo cual podrá recabar los informes que estime convenientes e impartir instrucciones generales o particulares que sean necesarias para el buen gobierno y administración de la Universidad.

Que el Sr. Mario Giorgi cuenta con la formación académica y la idoneidad profesional necesaria para el desempeño de la función propuesta.

Que la presente se dicta de acuerdo a las facultades otorgadas al Sr. Rector según el art. 60 del Estatuto de la Universidad.



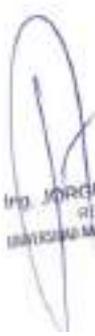
POR ELLO:

EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA

RESUELVE:

ARTÍCULO N°1: Designar al L.N. MARIO ROBERTO GIORGI, con D.N.I. n° 11.359.544, en el cargo de Director de Medios, dependiente del Rectorado de esta Institución (en los términos del art. 1° de la Resolución C.S. n° 7/12), desde el 01/06/2015.

ARTÍCULO N°2: Disponer sólo a los fines exclusivos de la remuneración del cargo mencionado ut supra, la


DR. JORGE F. CALZONE
RECTOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA



RESOLUCIÓN R.N.º 820 / 15

incumbencia en la temática de producción de contenidos para medios de comunicación.

Que el Reglamento General del Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales prevé la conformación de una red de Polos Audiovisuales Tecnológicos, que fomenten la producción de contenidos audiovisuales, nucleando a los Nodos Audiovisuales Tecnológicos, y habiéndose reservado a las Universidades Nacionales las tareas de coordinación, articulación y administración, junto con sectores gubernamentales y actores de la sociedad civil vinculados a la producción de contenidos.

Que a los efectos de una mejor implementación y seguimiento de las labores que se emprendan, es necesario establecer las bases para su funcionamiento, previendo que se encuentren comprometidos todos los actores intervinientes a tal fin.

Que se hace necesario designar al titular de la Dirección de Medios, en el ámbito de la Secretaría General.

Que dicho cargo, tendrá las siguientes funciones, sin perjuicio de las que oportunamente se establezcan a los fines de un mejor desempeño: a) generación y evaluación de proyectos para la creación de contenidos o producciones audiovisuales, en cualquiera de sus formas; b) administración y aplicación de los recursos humanos y financieros que se reciban o destinen a tal fin; c) ejercicio de la representación del Nodo Audiovisual Tecnológico de la Universidad; d)




Ing. JORGE F. CALZONI
RECTOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA

equiparación del mismo a la Categoría 2 (Agrupamiento Técnico-Profesional) del Convenio Colectivo de Trabajo homologado por decreto PEN 366/06.

ARTÍCULO N°3: Dejar expresamente establecido que la presente designación podrá ser dejada sin efecto a partir de la fecha en que el Rector en funciones resuelva dar por terminado dicho nombramiento, a solicitud del Consejo de Medios de la UNDAV.

ARTÍCULO N°4: Dejar establecido que el Sr. MARIO ROBERTO GIORGI deberá dar cumplimiento con el examen médico obligatorio en oportunidad que le sea asignado el correspondiente turno.

ARTÍCULO N°5: Dejar expresamente establecido que el gasto emergente en virtud de la presente, será imputado al Grupo Presupuestario 9087, Programa 01, Subprograma 56, Proyecto 21, Actividad 01, inciso 1 del presupuesto 2015.

ARTÍCULO N°6: Regístrese, notifíquese al Sr. MARIO ROBERTO GIORGI, comuníquese a todas las dependencias, y cumplido archívese.

RESOLUCIÓN N°: 820 / 15


Ing. JORGE F. CALZONI
RECTOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA

ANEXO V

Aportes de Investigadores para la validación de la herramienta de investigación

Académicos que respondieron sobre la gestión del proyecto comunicacional en las radios universitarias argentinas - Validación del instrumento propuesto para la investigación.

El planteamiento de este trabajo surge de la pregunta de **¿Cómo gestionan su proyecto las radios de las universidades públicas argentinas?**

Objetivo General

Analizar las características de la gestión integral del proyecto comunicacional de las radios de las universidades nacionales de La Plata, Entre Ríos, Avellaneda y Tierra del Fuego, durante el año 2019.

Instrumentos para la investigación

Resulta necesario elaborar una herramienta válida para resolver metodológicamente la investigación para el proyecto de la Maestría en Periodismo de la UBA (Universidad de Buenos Aires), y realizar un aporte para su aplicación en estudios similares sobre otras emisoras universitarias (argentinas o del exterior) se presenta la siguiente propuesta:

Con el fin de organizar la investigación se dispuso, en base a las experiencias de gestión de medios del autor, el diseño dimensional definido en áreas específicas de análisis: Institucional (vínculo con la universidad) ; Legal (marco jurídico y legal en el que se desenvuelven las radios); Tecnológica (adaptación y utilización de las nuevas tecnologías); Presupuestaria (financiamiento y sostenibilidad económica); Organizacional (estructura organizativa y talento profesional) ; Territorial (vinculación y/o articulación social en el área primaria de cobertura) ; Trabajo en red (relación con otras radios universitarias y trabajo en redes de emisoras).

1- MARINA VAZQUEZ GUERRERO

¿Considera adecuado el instrumento diseñado para recolección de la información?

Responda sí o no. Creo que es válido el instrumento en el sentido que ayude a cumplir los objetivos y categorías propuestas y en términos generales se observa que están presentes. Lo que resulta confuso es que se mencione como el instrumento de recolección, cuando yo consideraría que este es un instrumento para procesamiento o

sistematización de datos, que no es lo mismo. El instrumento fue el cuestionario de las entrevistas, según entiendo.

¿Añadiría o eliminaría alguno parámetro al instrumento? ¿Cuál o cuáles? Los parámetros o categorías creo que son las adecuada tomando en cuenta que la categoría principal es **gestión integral del proyecto comunicacional**, de construcción propia, lo cual es un aporte interesante. Lo que considero que se debe revisar es el orden y el tipo de respuestas, debido a que en algunas queda claro que se pondrá un dato concreto de la emisora o algo mucho más largo; en otras es incierto si el dato a colocar es un sí o no - que puede llevar a generar gráficos comparativos-, la instrucción está solamente en el parámetro H; Tomar en cuenta que una cosa es el orden en que se realiza una entrevista y otro el orden que se darán a los resultados. Es ese sentido, si se busca dar orden para comenzar la redacción y el análisis, creo pertinente hacer ajustes a datos cualitativos en un tipo de fichas o software y los cuantitativos o dicotómicos en esta.

Sobre el Cuadro 1 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Institucional: Vínculo con la universidad”? Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No

Sobre el Cuadro 2 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Marco jurídico y legal”? Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No

Sobre el Cuadro 3 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Parámetros técnicos, instalación de estudios y plantas transmisoras”? Responda sí o no. No

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles?

Yo recomendaría dejar en una ficha aparte todos los datos que abonen poco al análisis, como Domicilio Estudios; Domicilio Planta Transmisora.

Sobre el Cuadro 4 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Adaptación y utilización de nuevas tecnologías”? Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Podría incluirse blog y streaming

Sobre el Cuadro 5 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Presupuestaria: Financiamiento y sostenibilidad económica”? Responda sí o no.

Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No

Sobre el Cuadro 6 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Estructura organizativa y talento profesional”? Responda sí o no. Si

Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No. Solo aclarar o mejorar redacción de los conceptos marcados

Sobre el Cuadro 7 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Presupuestaria: Vinculación y/o articulación social en el área primaria de cobertura”? Responda sí o no. No

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No. Solo aclarar o mejorar redacción de los conceptos marcados

Sobre el Cuadro 8 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Relación con otras radios universitarias y trabajo en redes de emisoras”? No

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Si, aquellos que sean redundantes. Aclarar o mejorar redacción de los conceptos marcados.

Parámetro: Complementos periodísticos

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Complementos periodísticos”? Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Ninguno

2- PALOMA CONTRERAS PULIDO

¿Considera adecuado el instrumento diseñado para recolección de la información?

Responda sí o no. Sí

¿Añadiría o eliminaría alguno parámetro al instrumento? ¿Cuál o cuáles? No.

Sobre el Cuadro 1 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Institucional: Vínculo con la universidad”? Responda sí o no. Sí

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Creo que debe incluirse

Participación de colectivos y/o entidades de fuera de la universidad... (Es decir, un aspecto no tan “intramuros” de la emisora...

Sobre el Cuadro 2 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Marco jurídico y legal”? Responda sí o no. Sí

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Quizás en lo legal quepa algo similar a lo que sucede en España con las licencias de música y/o de emisión de productos?

Sobre el Cuadro 3 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Parámetros técnicos, instalación de estudios y plantas transmisoras”? Responda sí o no. Sí

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? ¿Software de uso para emisión, reproducción, etc.? ¿Se utilizan software libre? ¿Con licencia?

Sobre el Cuadro 4 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Adaptación y utilización de nuevas tecnologías”? Responda sí o no. Sí

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? NO

Sobre el Cuadro 5 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Presupuestaria: Financiamiento y sostenibilidad económica”? Responda sí o no.

Sí

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No

Sobre el Cuadro 6 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Estructura organizativa y talento profesional”? Responda sí o no. Sí

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No sé si existe aquí la figura de estudiantes de prácticas o becarios (En España, de hecho, muchas emisoras sobreviven “gracias” a ellos)

Sobre el Cuadro 7 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Presupuestaria: Vinculación y/o articulación social en el área primaria de cobertura”? Responda sí o no. Sí

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No

Sobre el Cuadro 8 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Relación con otras radios universitarias y trabajo en redes de emisoras”? Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No

Complementos periodísticos

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Complementos periodísticos”? Responda sí o no. Sí

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No

3- MIGUEL ANGEL ORTIZ SOBRINO

¿Considera adecuado el instrumento diseñado para recolección de la información? Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno parámetro al instrumento? ¿Cuál o cuáles? Creo que el interés de la investigación va a depender del análisis de la situación actual de las emisoras y la realización de una proyección de futuro de estos medios argentinos, a medio plazo, que el autor puede hacer .Sobre todo, si se toma como referencia su experiencia en estos medios.

Sobre el Cuadro 1 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Institucional: Vínculo con la universidad”? Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Incluiría un título más amplio en el cuadro ya que, además de la vinculación institucional con la universidad, se incorporaran otros aspectos. Propongo que se incorpore un enunciado más amplio. Por ejemplo: Institucional: Vinculación con la universidad, vinculación y participación de la colectividad universitaria

Sobre el Cuadro 2 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Marco jurídico y legal”? Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Dado que la casuística no será la misma en todas las emisoras, propongo que se incorpore otro apartado (parámetro) que podemos enunciar como “elementos diferenciadores (o algo similar)” que -en este aspecto analizado- pueda definir la particularidad más relevante de cada una de estas emisoras y permitir luego en el análisis de resultados determinar las diferencias entre cada una de ellas.

Sobre el Cuadro 3 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Parámetros técnicos, instalación de estudios y plantas transmisoras”? Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Es conveniente incluir un parámetro relacionado con la existencia de plataformas digitales de transmisión (webcaster, youtube, o cualquier otro repositorio digital) diferenciado entre plataformas y redes sociales propiamente dichas. Se trata de hacer un diagnóstico general que se ampliará con el siguiente (Parámetro D)

Sobre el Cuadro 4 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Adaptación y utilización de nuevas tecnologías”? Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Creo que sería conveniente organizar este parámetro desde tres dimensiones diferentes: la emisión (en redes o plataformas),

proveedor de contenidos hacia fuera y uso de contenidos digitales externos hacia dentro (programación)

Sobre el Cuadro 5 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Presupuestaria: Financiamiento y sostenibilidad económica”? Responda sí o no.

SI

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Añadiría la aportación altruista de los colaboradores, que es otra forma de financiación

Sobre el Cuadro 6 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Estructura organizativa y talento profesional”? Responda sí o no. SI

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Incorporaría otros ítems relativos a si hay o no un sistema establecido que para evaluar las propuestas des de calidad

Sobre el Cuadro 7 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Presupuestaria: Vinculación y/o articulación social en el área primaria de cobertura”? Responda sí o no. SI

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Incorporar otro en el sentido de determinar la proyección e importancia de los contenidos locales al proceso de global a través de internet. Tal vez debería hacerse como una pregunta abierta.

Sobre el Cuadro 8 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Relación con otras radios universitarias y trabajo en redes de emisoras”? Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No

Complementos periodísticos

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Complementos periodísticos”? Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Creo que es conveniente incorporar el uso de internet como fuente de información, así como el sistema de validación de esas fuentes para evitar las fake news

4-DEBORA CRISTINA LOPEZ

¿Considera adecuado el instrumento diseñado para recolección de la información?

Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno parámetro al instrumento? ¿Cuál o cuáles? Sí. Me gustó mucho el instrumento. Busco complementar informaciones en los parámetros específicos de algunas áreas. Las indicaré en comentarios a seguir. Pero creo que es importante también que se indique de qué manera las áreas se van a coordinar. Es decir, cómo se va a evaluar el trabajo en red a partir, por ejemplo, de la cuestión tecnológica. Las dimensiones presentadas nos permiten dibujar el escenario de esas emisoras, pero la comprensión de las estrategias de gestión (que me parece es la propuesta principal de la tesis) solo se alcanza a través del análisis comparativo y del cruce de los datos.

Sobre el Cuadro 1 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Institucional: Vínculo con la universidad”? Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No tengo sugerencias de eliminar o añadir, pero me hace falta comprender la conducción. Una cuestión importante es pensar cual va a ser el parámetro de respuestas. Por ejemplo, en el vínculo de sub-área, ¿Cuáles son las definiciones de articulación? ¿Será solamente una indicación de vinculación o habrá una explicación de cómo es ese vínculo? ¿Lo que interesa son los cuantitativos o el cualitativo?

Sobre el Cuadro 2 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Marco jurídico y legal”? Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Considerando los cambios generados por la Ley de Medios y el momento de fundación de algunas de las emisoras, ¿no sería interesante comprender si – y cómo esa Ley ha afectado la radio? Otra duda – ¿la

existencia de apoyo jurídico a la universidad se añadiría aquí o en el parámetro de personal?

Sobre el Cuadro 3 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Parámetros técnicos, instalación de estudios y plantas transmisoras”? Responda sí o no. Si
¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? ¿Hay estudios móviles en las radios? ¿Cómo son gestionados? ¿Hay un/a ingeniero/a de telecomunicaciones para hacer la manutención de los equipos de transmisión y antenas? ¿Hay disputa/invasión de frecuencia con otra emisora? (no sé si sería en ese parámetro)

Sobre el Cuadro 4 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Adaptación y utilización de nuevas tecnologías”? Responda sí o no. Si
¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? ¿La utilización de dispositivos de la emisora para la construcción de los contenidos informativos, cómo móvil, cámara fotográfica u otro dispositivo necesario? Una cuestión interesante es saber si los comunicadores han sido obligados a utilizar las tecnologías o si ha sido una opción. Otra cosa que es importante para el tema de la gestión es si se ofrece cursos de formación y capacitación para las tecnologías a los comunicadores.

Sobre el Cuadro 5 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Presupuestaria: Financiamiento y sostenibilidad económica”? Responda sí o no. Si
¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No

Sobre el Cuadro 6 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Estructura organizativa y talento profesional”? Responda sí o no. Si
¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Una duda: ¿Entre los no docentes se incluye los estudiantes o solo los colaboradores que no son ni del cuerpo técnico ni docentes? Para que se pueda realizar un buen cruce entre los parámetros, sería interesante comprender si hay personas actuando directamente en las plataformas digitales, cómo gestores de redes sociales, coordinadores o productores de contenido

digital. También sería interesante tener informaciones sobre la publicidad a través de medios digitales.

Sobre el Cuadro 7 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Presupuestaria: Vinculación y/o articulación social en el área primaria de cobertura”? Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No

Sobre el Cuadro 8 del análisis

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Relación con otras radios universitarias y trabajo en redes de emisoras”? Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? No

Complementos periodísticos

¿Considera adecuados los parámetros de análisis incluidos en el ítem “Complementos periodísticos”? Responda sí o no. Si

¿Añadiría o eliminaría alguno? ¿Cuál o cuáles? Sería interesante conocer las producciones periodísticas con mirada hacia la innovación.

ANEXO VI

Entrevistas y encuestas complementarias. Aportes jurídicos y académicos.

ENCUESTA A ACADEMICOS

Más allá de los contenidos y las definiciones que caracterizan el aire de las radios universitarias argentinas propongo reflexionar y elaborar las respuestas desde el plano institucional (radial y universitario) para conformar esa otra mirada sobre los proyectos comunicacionales universitarios en la esfera de la educación superior pública, entendiendo que si bien no hay un paradigma de emisora universitaria, sí, resulta necesario indagar en aspectos que pueden resultar comunes a todas las universidades públicas con radio.

Se aclara que a partir del segundo grupo de respuestas y por razones de espacio se omitirán las preguntas, ya que se trata de una encuesta estructurada.

A - ARIEL LEVATTI (Lic.en Comunicación Social-UNER)

1 ¿Al borde del siglo de vida de la Radio Universitaria, cree Ud. que la Institución universidad ha reconocido fehacientemente a ese medio?

Como bien plantean ustedes en la pregunta, la radio en general y la radio universitaria en particular, están orillando en la Argentina su primer siglo de vida. En lo que atañe a la radio universitaria la pionera fue, como sabemos, Radio Universidad Nacional de La Plata, y le siguió los pasos la actual LT10 Radio Universidad Nacional del Litoral, emisora donde me desempeñé como Gerente de Programación durante casi 10 años, entre 2006 y 2014.

Creo que las Universidades Públicas Argentinas en general han ido entendiendo la importancia de contar con un medio de comunicación y una herramienta fundamental como es la radio. Un medio que sigue manteniendo algunas ventajas comparativas y que se articula perfectamente con misiones claves de la Universidad, como la transmisión de conocimientos, la información fehaciente y socialmente comprometida, la independencia de criterios, el pensamiento crítico, la defensa de valores democráticos, la promoción de la educación y la cultura en todas sus formas y la construcción de ciudadanía.

Claro que cuando hablamos de radios universitarias en la Argentina el panorama es absolutamente variopinto. Así como te citaba recién a emisoras pioneras con casi un siglo de trayectoria, hay experiencias más nuevas que recién están en pañales, en un proceso de búsqueda, de calibrar objetivos y encontrar su identidad. Por otra parte, dentro del sistema de medios de cada Universidad, hoy la radio convive y compite con otras propuestas ligadas a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Y en ese nuevo ecosistema, pienso (es una opinión personal) que la radio debe preservar su lugar y la especificidad de su lenguaje.

Me parece que no hay que dejarse arrastrar por ciertos cantos de sirena. Miles de veces se pregonó la muerte de la radio y hay quienes afirman que hoy la mayoría de la gente se informa, educa y entretiene por las redes sociales y otros formatos y plataformas. Pero las encuestas de medios, los estudios sobre consumos culturales y las investigaciones referidas a los comportamientos de las audiencias, demuestran que los medios tradicionales como la radio, aunque con una caída y merma de audiencia, se mantienen vigentes y lo estarán por mucho tiempo. Aunque nadie puede predecir con absoluta certeza el futuro.

2. ¿Cuál es el rol o influencia de la autonomía sobre el desarrollo de un proyecto radial universitario?

La autonomía universitaria es fundamental. Debe ser nuestro orgullo y bandera. Una radio comercial puede estar condicionada por la pauta publicitaria. Una radio pública, a veces puede caer en la confusión y no diferenciación entre Estado y Gobierno. En el caso de una radio Universitaria, su producción, objetivos, orientación y mensaje no deberían estar contaminados bajo ninguna circunstancia. Si concebimos a la Universidad Pública como el espacio por excelencia para ejercer el libre pensamiento, si la entendemos como una institución democrática basada en el cogobierno de sus diferentes claustros, si rescatamos su compromiso social y su tradición laica, las radios universitarias deberían ser siempre el fiel reflejo de todo eso. Un faro de luz para la comunidad en que se insertan.

3. ¿Cómo condiciona ese desarrollo, el modelo o sistema de administración universitaria?

Cada Universidad, como parte de su autonomía, se da a sí misma y a su sistema de medios, una organización propia. En tal sentido, como señalé en una respuesta anterior, el panorama en nuestro país es variado, heterogéneo y ecléctico. Puedo ejemplificar con dos radios y dos universidades que conozco. En el caso de LT10, la Radio de la UNL, desde hace muchos años su figura jurídica es la de una Sociedad Anónima, lo que le permitió la venta de publicidad mucho antes de que fuera autorizada por la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Eso le permitió a la radio crecer, financiarse, equiparse y competir fuertemente en términos de audiencia. En la Universidad Nacional de Entre Ríos, donde soy docente, hay una experiencia más reciente: un Sistema Integrado de Radios (SIRUNER), con tres emisoras ubicadas en diferentes ciudades de la Provincia, atendiendo a la diversidad y a los intereses de cada región. Es una experiencia original, distinta, en plena expansión y desarrollo.

4 ¿Es posible un equilibrio entre la intervención académica y la incorporación de talento con formación profesional radial?

Absolutamente. No sólo es posible, sino necesario y recomendable. Sin esa complementación, sin esa indispensable sinergia, será difícil alcanzar los objetivos de una radio universitaria. Esto es de manual. Una radio universitaria no debe ser una radio “culturosa”, acartonada, solemne, aburrida. Aunque también tiene el deber de subir la

vara, de marcar una diferencia. Pero debe hacerlo con humildad, entendiendo que una radio universitaria es universitaria, sí, pero antes que nada es una radio. Un medio que tiene ciertas características propias como el lenguaje coloquial, la espontaneidad, la comunicación afectiva. Y muchas veces resulta un desafío compatibilizar eso, por ejemplo, con el discurso científico que puede resultar abstracto y frío. Resolver ese dilema es un lindo reto para los comunicadores radiofónicos.

5. *¿Una actualización de la ley de educación superior, debería incluir un capítulo destinado a la definición y roles de los medios universitarios?*

Seguramente. Y la tarea es enorme, por los cambios revolucionarios que atravesó la educación en las últimas décadas y los que seguirá experimentando. Creo que Educación y Comunicación son términos cada vez más entrelazados, casi imposibles de separar. La educación del futuro (y el futuro es hoy) no pasará más por la transmisión de conocimientos y saberes, sino por la selección, análisis crítico y aplicación práctica. El buen educador es el que enseña a pensar y me parece que los medios de comunicación universitarios, en particular la radio, tienen mucho para decir y aportar al respecto.

6 *¿Los proyectos institucionales de cada universidad con radio deberían incluir y definir estructuralmente la organización de sus medios de comunicación?*

Sí, por supuesto. Y creo que en este aspecto hay una creciente toma de conciencia. Como ya expresé en varias partes de esta encuesta, hay distintos modelos, hay casos y casos. Universidades con radio que tienen carreras de periodismo, locución o comunicación y otras que no. Eso marca una diferencia. También se da la situación de Universidades que tienen radio y tienen carreras de periodismo o comunicación, pero los vasos vinculantes entre ellas son escasos o inexistentes. Radios universitarias que dependen de una Facultad o unidad académica y otras que responden directamente a Rectorado. Después está el tema de la integración transversal entre los diferentes medios de una misma Universidad. Y ese es otro problema. Cuando uno advierte en la historia de una Universidad, a lo largo de décadas y de diferentes gestiones, que existieron cambios de organigrama, marchas y contramarchas, eso nos está diciendo claramente que resolver estos dilemas, desde el punto de vista de la gestión universitaria, no es tarea sencilla ni “moco de pavo” si se permite el término.

7 *¿El Título de la Ley 26.522 de SCA, destinado a los medios universitarios resulta acorde a los requerimientos y posibilidades de los desarrollos comunicacionales o debería ser actualizado?*

Cualquier ley que regule actividades donde hay un fuerte impacto de los cambios tecnológicos, está condenada a quedar rápidamente atrasada y hasta obsoleta. Durante años tuvimos el bochorno de un vacío legal inexplicable y nos regíamos por una norma que además de ser de la época de la Dictadura, respondía a un tiempo donde no existían ni los teléfonos celulares, ni internet. Ni siquiera la TV en colores. Un absurdo. Dicho esto, y por la misma razón de la constante evolución y los permanentes avances, creo que una Ley de este tipo debe ser una “ley marco”, que se vaya corrigiendo, modificando y

adaptando a nuevos escenarios y diversas situaciones. Hay mecanismos de enmienda que son posibles. Hasta que llegará un momento en que resulte necesaria e indispensable una nueva ley. No creo que ese momento haya llegado. Respondo a tu pregunta y trato de no eludirla, con la aclaración de que no tengo una especialización ni soy un entendido en técnicas legislativas como para ahondarte muchos más en esta materia.

8 *¿Cómo medio de comunicación resulta necesario discutir aún la integración de los planteles sobre la base de revista como docentes o no docentes?*

Creo que es una discusión de base gremial y jurídico laboral sobre la cual no me considero competente ni con los conocimientos necesarios para emitir una opinión. Preferiría no exponerme en este punto de la encuesta.

9 *¿En las dimensiones técnicas y tecnológicas que aportes deberían producir la universidad con sus recursos y la autoridad de aplicación con sus parámetros de emisión?*

En algún otro segmento de esta encuesta, señalé que a mi criterio las radios universitarias tienen el deber intrínseco de “subir la vara”. Una de las falencias de las que adolece la radio actual a nivel mundial, según especialistas en el medio, es cierto atraso tecnológico, por falta de inversión, investigación e innovación, siendo que los últimos dos términos (investigación e innovación) están íntimamente ligados al “deber ser” de la Universidad.

Lo que quiero decir entonces, es que las radios universitarias deberían ser, tanto para la Universidad como para las autoridades de aplicación, campo fértil para la innovación, la investigación y la experimentación.

Las radios universitarias deberían convertirse, decididamente, en actores fundamentales de la radio del futuro: la radio digital, nuevos géneros y formatos, una radio más interactiva, más democrática y participativa, una radio más imaginativa, que apunte ya no sólo al oído sino que sea “fiesta de los sentidos” como titula un libro reciente de mi amigo y colega Víctor Fleitas.

10 *Comentarios*

Muchas gracias por incluirme entre las personas consultadas para esta encuesta. Celebro la realización de este tipo de investigaciones que nos permitan seguir pensando y aprendiendo juntos.

B – DIEGO IBARRA (Mg. En Comunicación Social UBA y Director de la Radio de la Universidad Nacional del Centro)

Respondo a título personal como académico pero no puedo abstraerme de mi rol dentro de la radio de las Universidad Nacional de Centro.

1 Existe un reconocimiento que navega entre lo formal y lo real. Si fuese real tendría un mayor apoyo y sostenimiento dentro del propio presupuesto nacional y de cada universidad. Salvo excepciones la mayoría de las emisoras presentan una falta de recursos y personal. No obstante de a poco se les reconoce un lugar desde los diferentes claustros y administraciones.

2 Las emisoras pertenecen a la universidad y entiendo que hay dos modelos en juego. El modelo que está todo supeditado a la palabra del rector y el modelo más autónomo que se basa en la propia dinámica de un medio de comunicación que establecida las bases y la orientación goza de libertad para la gestión cotidiana. En el caso de la emisora de la que formo parte está cercana al segundo modelo.

3 Entiendo que por la asignación de recursos y por la mayor o menor fluidez de los directivos de la radio con el ámbito del rectorado.

4 Considero que sí. En nuestra emisora lo vamos logrando dentro de los escasos de recursos.

5 Sin dudarlo, más específico que en la ley 26.522 de SCA. Debería considerarse en la "letra" como un medio público y obrar en consecuencia, más allá que sus administraciones pertenecen a las universidades, las cuales deberían ser dotadas de los recursos que permitan sostener las políticas de comunicación.

6 Por supuesto. En nuestro caso tenemos desde su origen escrito y aprobado un proyecto político comunicacional en el que se engloban sus objetivos, organización, estructura y modalidades de gestión.

7 Por lo que se respondió en el punto 6, sí debería ser actualizado.

8 Es un tema pendiente. Las radios universitarias deberían encontrar la figura laboral / legal para organizar sus plantales técnicos profesionales. La figura del no docente no asegura la dinámica y necesidades específicas de un medio de comunicación, como tampoco las figuras tradicionales de los estatutos y modalidades profesionales vinculadas con las representaciones gremiales, como periodistas u operadores técnicos. Son modelos que por momentos colisionan. El personal técnico sigue a FATUN o a AATRAC, como ejemplo.

9 Un tema central está dado por la asignación de frecuencias y las potencias que implican los radios de coberturas. Esto visto además de lo técnico desde lo político comunicacional y las políticas públicas. Ejemplo: radio Unicen ubicada en Olavarría, tiene una potencia que le permite llegar a 25 km a la redonda. No sólo alcanza a todo el partido sino que otras ciudades como Lamadrid, Bolívar, entre otras distantes a unos 100 kilómetros y un poco más no tienen presencia de medios públicos de ninguna naturaleza. Se confunde la potencia asignada como si fuese una radio comunitaria y no se les otorga la proyección, que debería fijar sus límites en las cercanías de otra emisora universitaria o nacional.

10 Sin Comentarios

C - RICARDO HAYE (Dr. en Comunicación Audiovisual) Profesor Titular en “Producción Radiofónica”; Coordinador del Área Radiofónica en la Carrera de Comunicación Social - Univ. Nac. del Comahue) ricardohaye@gmail.com

1 No en todos los casos. Lo demuestran las distintas consideraciones que se desprenden de los diferentes niveles de dependencias (Rectorados, Facultades, Secretarías, Departamentos). También de las asignaciones presupuestarias, de personal y de equipamiento tan variadas que pueden encontrarse. No solo entre estaciones con muchas décadas de existencia y ubicación en la banda de Modulación de Amplitud y las más recientes (y numerosas) que revistan en la banda de Modulación de Frecuencia. Es entre estas últimas que se verifican diferencias enojosas y difíciles de explicar. Un caso extremo es el de la Universidad Nacional del Comahue, que posee dos estaciones bien diferentes. Una depende del Rectorado, posee asignación presupuestaria y una plantilla de más de 20 personas (más colaboradores). La otra (que pertenece al Depto. de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales) carece de asignación presupuestaria, sufre recortes en la utilización de recursos telefónicos, posee equipamiento obsoleto y su plantel es de solo nueve personas. No existe justificación posible para esta inequitativa política de la institución universitaria matriz. Los grandes interrogantes, desde hace años, son ¿qué grado de conciencia poseen las autoridades universitarias acerca del valor y la importancia que tienen sus medios en relación con la devolución más eficaz a su entorno inmediato de los conocimientos que sus instituciones construyen y acumulan? ¿Saben que la radiodifusión conserva altas cotas de penetración popular y, más aún, de credibilidad social? ¿Están enteradas de los aportes que, a través de las radios propias podrían hacer sus recursos humanos multidisciplinarios para la divulgación científica y la promoción humana a escala individual y comunitaria? ¿Alguien ilustra a las magnas autoridades académicas acerca de que la comunicación de matriz pública y universitaria no debe ser concebida como un gasto superfluo sino como una inversión social notable? ¿Cuántos Rectores han leído los considerandos de las actas fundacionales de la primera emisora universitaria del planeta, LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata (1923)? ¿Conocen la nobleza de objetivos que animaba a aquella estación pionera? ¿Qué hacen todos ellos para corresponder y ponerse a la altura de aquellos propósitos? ¿El Consejo Interuniversitario Nacional valora en toda su dimensión lo que significa disponer de una red de más de 60 radios? ¿Qué grado de reconocimiento ha realizado de los aportes de la Asociación de Radios Universitarias Nacionales Argentinas (ARUNA) no solo a la consolidación de un sistema nacional, sino a la articulación de una red, primero latinoamericana, luego Iberoamericana y pronto mundial? Son muchas preguntas con respuestas inciertas; demasiadas para quedarse tranquilo y confiado en que existe un apoyo indudable y convencido a estaciones que, por otro lado, suelen exhibir carencias que mortifican grandemente sus posibilidades comunicativas y expresivas, su labor deconstructiva de rémoras prejuiciosas del pasado y su aporte a la construcción de una mayor calidad de vida para todos y todas nuestro@s compatriotas.

2 La autonomía universitaria, tantas veces mancillada por limitaciones económicas impuestas por presupuestos magros o connivencias interesadas con grupos de poder político fuertemente sectorizado, también puede tener correlato al interior de cada Universidad. En mi experiencia, la vinculación directa de las radios universitarias con las carreras de Comunicación opera como paraguas protector a los apetitos voraces de grupos de poder que suelen querer “apropiarse” temporalmente de la conducción política de instancias de gobierno. Es mi convicción que las estructuras departamentales o de carreras suelen exhibir mayor pluralidad o diversidad de miradas y que eso facilita a las radios un manejo más independiente e indócil ante la voluntad de imponer sumisiones por parte de regímenes intolerantes o sectarios.

3 Es probable que no solo exista el condicionante del régimen de administración universitaria, sobre el que en cada caso habría que reparar acerca de nuestras consideraciones del punto 1, sino el del país todo. Los desequilibrios de una estructura que tiene poco de federal y menos aún de desarrollo armónico, determinan que algunas emisoras universitarias hayan alcanzado niveles muy ponderables de audiencia compitiendo en un pie de igualdad con las del esquema radiodifusor privado comercial (Litoral o Córdoba). Son casos, además, avalados por una presencia de años en la banda de modulación de amplitud. Las estaciones surgidas a partir de la primavera democrática de los años '80 en adelante fueron de volumen más acotado y florecieron en ciudades y regiones sedientas de comunicación de calidad, pero con núcleos poblacionales que ofrecían audiencias potenciales considerablemente menores y que funcionaban en casas de estudio con menor tradición, fortaleza y, quizás, claridad de objetivos. En todo caso, creemos en las enseñanzas de ese sabio teórico venezolano que fue Antonio Pasquali, para quien los medios públicos tenían la obligación de ser abastecidos con recursos presupuestarios suficientes por el Estado para ponerse al servicio no de las administraciones de turno y sus intereses ocasionales y particulares, sino los de la comunidad toda. En este sentido, ya sea que constituyan micro-medios o meso-medios, las radios universitarias de La Rioja, Río Cuarto, Río Gallegos o Rosario tienen que ser -todas ellas- respetadas para que se desarrollen como medios de servicio y no como medios orgánicos de una gestión temporal. Y la mejor línea de defensa de esta opción es trabajar sobre los niveles de conciencia de las bases que constituyen su fuerza de trabajo y producción para que en ellas encarne este ideal, al punto de volverlas invulnerables al aburguesamiento que las hace desdibujarse como “Comunicadores” y las vuelve “burócratas” incapaces de sostener pensamiento autónomo y convicciones al servicio de las mayorías, particularmente las constituidas por sectores sociales con mayores carencias y dificultades de acceso a posibilidades de vivir mejor y al disfrute de bienes simbólicos.

4 Para evitar afirmaciones demasiado taxativas diremos que la casi totalidad de las radios universitarias argentinas complementan la tarea productiva de sus planteles regulares con el aporte de estudiantes (sobre todo de Comunicación Social, pero también de Artes escénicas, diseño y demás carreras humanísticas, artísticas y sociales) y con la desinteresada colaboración de personas sensibles que, a su vez, encuentran gratificación

a sus necesidades expresivas personales. Cuando ese maremágnum está bien integrado en programaciones armónicas, el resultado es óptimo. Las RRUU deben servir al propósito de diversificar las agendas temáticas reiterativas de los medios hegemónicos y ese primer objetivo debe ser inmediatamente acompañado por el de ser alcanzado mediante procesos productivos de alta expresividad artística, talento y originalidad. Demasiado daño y durante demasiado tiempo nos provocó la convicción de que tener algo para decir era suficiente para reducir las formas a una cuestión inesencial. Y por el contrario, solo ritmo para comunicar oquedades constituye una acción embrutecedora. Necesitamos una comunicación útil y gratificante, como proponía alguna teoría ya añosa. Y todas las contribuciones bienintencionadas y aportantes a ambos ejes, son bienvenidas.

5 Sí, decididamente sí.

6 Sí, decididamente sí.

7 Es probable que a estas alturas ya requiriese alguna actualización, porque -tal como señalamos en el punto 9- el ritmo de las transformaciones técnicas y sociales en vertiginoso e indetenible.

8 En mi opinión el modo más adecuado es mediante la designación de personal estable dentro del escalafón técnico profesional a través de concursos. El proceso debe ser prístino y articularse con la intervención evaluadora de docentes y expertos calificados dentro de las carreras de Comunicación Social. Ahora bien, ante cualquier alternativa que se presente, las radios universitarias deben ser consideradas “medios profesionales de comunicación” y no “aulas talleres” o “centros de capacitación estudiantil”. Para estos últimos propósitos deben habilitarse instancias académicas de formación. La acción comunicativa de las radios debe estar guiada por los mayores requerimientos de calidad, porque eso es lo que merece la sociedad que con su aporte la sostiene.

9 A lo largo de su historia centenaria, la radio pocas veces ha sido mucho tiempo igual a sí misma. Un variopinto conjunto de factores la obligó a estar casi permanentemente actualizándose y modificando sus estructuras. Obviamente, el desarrollo científico indetenible y su impacto sobre el parque tecnológico que regula la actividad ha sido una causa vigorosa; pero también lo fueron las transformaciones de los hábitos cotidianos, de las prácticas sociales y hasta de la constitución de los grupos familiares. La potencia del equipo emisor y la altura del mástil emisor ya no son excluyentes en el alcance de las señales ahora que Internet y la convergencia mediática han transfigurado el eco-sistema mediático. Tampoco conservan la vigencia de antaño algunos principios que fueron rectores: como el de la fugacidad de los mensajes sonoros y la instantaneidad del vínculo entre emisor y receptor. Ante la multiplicación aluvional de textualizaciones (para el caso que a nosotros nos interesan, sonoras) se han debilitado hasta ya no ser creíbles los postulados de las “públicos masivos” y los “nichos de audiencia” requieren acciones inteligentes para capturar, retener y fidelizar su atención. No únicamente en el ámbito técnico y tecnológico, sino en materia teórica amplia. La Universidad, a través de sus carreras de Comunicación Social, debe producir conceptualización actualizada, crítica y

rica acerca de cómo sus medios propios pueden contribuir hacer retroceder las zonas de ignorancia y a despertar apetitos superiores en los seres humanos.

En materia legislativa, tanto la Universidad como la autoridad de aplicación deberían sumar esfuerzos para asemejarnos a sistemas regulatorios que protejan a la ciudadanía de una concentración mediática-empresarial que tiene pocos equivalentes (si los tiene) en el resto del mundo.

10 Comentarios

Me interesa sugerir el capítulo “Medios sustentables más allá de lo económico”, que escribí para el libro “Encrucijadas del nuevo milenio. Radio, comunicación y nuevas tecnologías”, editado en 2016 por la Universidad Nacional de Avellaneda. Interpreto que las consideraciones allí incluidas pueden complementar las respuestas que aquí ofrezco. Agradezco el interés.

D – MARY ESTHER (TINA) GARDELLA (Mg. en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales – PLAN-GESCO-UNLP)

1 Es interesante el verbo transitivo “reconocer” porque permite pensar que la relación Universidad/Radio no parte de cero sino de previas existencias. Que el “re conocer” permite cierta distinción, cierto empeño en volver a mirar las particularidades y existencias de esa otra institución con la que se va a trabar y tramar relación. ¿Conoce y re conoce la Universidad a su Radio? Las motivaciones del surgimiento de cada radio universitaria son múltiples y variadas; como múltiples y variadas son las políticas institucionales de cada universidad en relación a los medios en general y a sus propios medios en particular. En ese contexto es dable apreciar que hay un re conocimiento hacia las radios universitarias desde el trabajo e involucramiento por la Ley 26.522 y fundamentalmente por el crecimiento sostenido de ARUNA que ha interpelado a la Universidad en relación a la mirada –poco atenta si cabe el término- hacia su propia radio universitaria.

2 Deberíamos quitarle cualquier abordaje esencialista al carácter de autonomía para situarlo en su condición constitutiva del actor socio cultural y político que supone toda radio, cuanto más una radio universitaria. Sin proyecto no hay radio. Sin lo político no hay universidad. La relación de estas dos variables va más allá de la construcción de una agenda propia o de perfilar –ahora que lo político/económico nos hizo incorporar el término- líneas comunicacionales distintivas y sustanciales. Se trata de los alcances y limitaciones de esa relación en la constitución de sujetos de la comunicación políticamente comprometidos con su tiempo; algo que excede ampliamente al campo de la comunicación, radio universitaria incluida.

3 Me gusta pensar el concepto de “radio expandida” que ahora se usa tanto para debatir acerca de podcast, radio a la carta u otras formas nuevas de lo radiofónico, también para estas problemáticas. Las radios universitarias pueden constituirse en esa “expansión” que permita pensar otros modos de tramitar lo universitario. Lo administrativo garantiza que en

este sistema la rueda no deje de rodar. Hay que pensar en interpelarlo más que en condicionarlo. Y ofrecerle un lugar en el entramado comunicacional de lo radiofónico universitario.

4 ¿Somos o nos hacemos? ¿Nuestro proyecto político cultural universitario es abierto a la construcción de lo radiofónico o sólo a la construcción de lo radiofónico universitario? El alcance de un proyecto definirá las formas de disputa de lo material y simbólico del campo radiofónico...si es ese campo el que se quiere disputar. Por ahí interesa más lo universitario que lo radiofónico. Disputa que integra otra disputa más amplia acerca de la centralidad universitaria como depositaria del saber...incluso el radiofónico.

5 Si, totalmente. Ya no es posible pensar la Universidad sin medios de comunicación. Atrás quedó el funcionalismo de difusión del quehacer universitario; también la pedagogía de un deber ser o saber porque lo dice la universidad. Los medios universitarios como parte constitutiva de la universidad ameritan la institucionalización de su proyecto en el marco de la Ley de Educación Superior que los instituya como tales. No solo definición y roles. También lineamientos políticos acerca de su lugar en la construcción de una sociedad emancipadora.

6 Si. El problema es como se hace y desde donde se lo hace. No se trata de propiciar una pseudo participación. Pero los diferentes estamentos que componen la radio tienen recorridos, vivencias y experiencias. Las formas organizativas deben contemplarlas como prácticas sociales, más allá de los sujetos que las componen. Esas prácticas sociales devenidas en formas de comunicación exceden a las marcas disciplinares (locución, periodismo, operación técnica, producción, gestión, etc.). Tienen que ver con crear las condiciones de producción de formas democráticas y participativas –genuinamente- para construir pensamiento crítico desde una comunicación universitaria situada en los ejes temporales y espaciales de la sociedad de la que forma parte y también situada en el marco del proyecto institucional de cada universidad.

7 No sólo el título. Es todo un tema lo universitario y lo educativo. ¿Qué se quiere decir con esta diferenciación? Podemos simplificar a riesgo de banalizar, que lo universitario siempre es educativo; más todo lo educativo no siempre es universitario. Pero no sirven estas disquisiciones. Lo importante es que los 6 artículos que componen el Título VIII son demasiado generales y si bien la reglamentación es la herramienta para profundizar en cada uno, se debe incorporar cuestiones específicas que hacen al funcionamiento de los medios universitarios que tienen que ver con nuevas tecnologías, nuevas formas de gestión compartida, nuevos modos de construcción de audiencias.

8 Tiene que ver con el proyecto institucional de cada universidad y el rol que le asigna a su medio de comunicación en ese proyecto. Docente o no docente responde claramente a la centralidad de lo universitario por encima de lo comunicacional. No se trata de oponer “profesional” o “universitario”. Se trata de qué proyecto construir e instalar y qué roles se necesitan para ese recorrido. Esto exige a la universidad jugar con otros actores – gremiales, sindicales, etc.- que no están contemplados actualmente. Sería una buena forma de abrir campos y disputas de poder.

9 Todos los recursos disponibles. No se trata sólo de pensar lo técnico/tecnológico desde las dimensiones ingenieriles pertinentes que actualmente tienen poca participación en relación a la comunicación en general o universitaria en particular. Tampoco de recursos normativos del derecho en tanto una necesaria regulación comunicacional amerita esa participación. Se trata de generar convergencia de todos los factores que intervienen en la comunicación –técnico/tecnológico, políticos, económicos- fundamentalmente, para ofrecer aportes materiales y simbólicos a las movedizas arenas comunicacionales. No ofrecer recursos ni disciplinas. Sino equipos y protocolos de trabajo. Desde la universidad se puede actuar como un actor que excede lo universitario. Mucho más en comunicación donde los cambios son del día a día y ameritan estar sentados en la mesa de producción y decisión de las políticas de comunicación en general, no solo para la universidad.

10 Comentarios

Agradecer y valorar estas preguntas. Hay poco espacio y poca convocatoria a reflexionar en conjunto. Bienvenido sea.

E – DIEGO ROSSI (Lic. En Comunicación Social UBA)

1 No resulta sencillo generalizar. Desde la suma de institucionalidades, ARUNA ocupa un lugar como coordinación de las emisoras, el CIN atiende al tema. Pero aun así no creo que las Universidades hayan potenciado la posibilidad de la radio (y la televisión) universitaria como fuertes instrumentos de educación no formal, de articulador de prácticas pre-profesionales y de incidencia o al menos ponderación de otra agenda complementaria a la de los medios privados o públicos hegemónicos en la circulación de información, educación, entretenimiento.

2 La autonomía (relativa) universitaria habilita a desplegar una cantidad de proyectos y acciones comunicacionales más que interesantes y necesarias.

Sin embargo, la escasa atención presupuestaria, que se manifiesta con la eliminación de líneas presupuestarias particulares en el Presupuesto Nacional, y con una dispar pero en general insuficiente atención dentro de cada proyecto universitario, a las emisoras de cada Universidad, conlleva a revisar el criterio de “autonomía” de los proyectos.

3 No entiendo la pregunta. Creo que el modelo tradicional de Universidad, y de su administración, obtura y a veces inhibe el crecimiento de un robusto proyecto de comunicación institucional, del entronque entre extensión universitaria y comunicación situada en el territorio, en fin, de una Universidad que en su proyecto educativo e institucional disponga de una/s radio/s con capacidad de articulación, generación de producciones e incidencia en su territorio.

4 Es necesario. No considero que la radio universitaria deba ser necesariamente “académica”. En todo caso, lo académico debería repensarse a partir de las necesidades de interacción/cooperación con otros sujetos e identidades presentes en una

comunicación social situada en el territorio (que excede a los claustros universitarios). Y la formación pre profesional y profesional son imprescindibles para cualquier proyecto radial, más aún para uno universitario.

5 Quizás no incluya un capítulo pero sí deba dar cuenta de la evolución del reconocimiento de las Universidades como sujetos de la comunicación a partir de la LSCA 26522 de 2009. Dado que la LES data de 1995, sería entendible que necesite una actualización.

Por ejemplo, ampliando los objetivos señalados en el artículo 4º, para explicitar su rol en la educación no formal y la comunicación masiva, y agregando artículos que reconozcan al sistema de emisoras universitarias y ordene un piso de financiamiento a la autoridad de aplicación.

6 Sin dudas los Proyectos Institucionales deben pronunciar sus objetivos y misiones respecto de los medios a su cargo. Las emisoras no pueden ser invisibilizadas o quedar como un apéndice de prensa, difusión o proyección institucional, Luego, los formatos organizaciones podrían depender de cada caso.

7 Articulado con la pregunta 5, entiendo que el gran logro en la Ley 26522 es el reconocimiento a los medios universitarios como sujeto con características propias dentro del sistema público de comunicación social (Título VIII art. 145 y ss.). Sin embargo, creo que este avance social y normativo no fue acompañado por el entramado institucional universitario, por cuanto una mayor presión normativa desde la LSCA no sería operativa y conducente, dado que “la pelota quedó en el campo de las Universidades” en cuanto a actualizar y fortalecer sus mandatos, presupuestos y compromiso con la comunicación social. El debate político-normativo de los próximos años en este aspecto creo que será más productivo sobre la LES y el incumplimiento de algunas prescripciones de la LSCA, a la cual no atendieron las estructuras dominantes de la institucionalidad de cada Universidad.

8 Los encuadres laborales siempre son discutibles y dinámicos. Especialmente si el proyecto institucional es difuso respecto del lugar que asigna al medio de comunicación en el proyecto universitario.

9 Dada la escasa incidencia actual de las emisoras universitarias en la circulación de contenidos de interés social relevante, creo que desde lo regulatorio, deberían flexibilizarse y fomentarse los parámetros a efectos de lograr presencia de televisoras y radios universitarias en la TDA y el must carry en sistemas de pago, sanear los problemas de licencias a frecuencias de radio, convenir emisiones interuniversitarias con visibilidad en el dial o los catálogos...

10 Sin comentarios

F – NADIA KOZINER (Doctora en Ciencias Sociales y Humanas y magíster en Ciencias Sociales y Humanidades por la Universidad Nacional de Quilmes).

1 Creo que, dado que no es un campo en el que haya trabajado, no tengo elementos suficientes para sacar conclusiones al respecto. La mayor parte de lo que conozco al respecto proviene de nuestras conversaciones en el Taller de Tesis. Sí puedo decir, por la experiencia directa que tuve como estudiante primero y como docente luego, que no creo que se le haya adjudicado un rol importante a la radio de la universidad en la que estudié en el marco de la vida universitaria.

2 Lamento no tener elementos suficientes para dar respuesta a esta pregunta, pues no he desempeñado cargos de gestión en la universidad ni en la radio universitaria.

3 Lamento no tener elementos suficientes para dar respuesta a esta pregunta, pues no he desempeñado cargos de gestión en la universidad ni en la radio universitaria

4 No sé si entiendo bien a qué te referís con “incorporación de talento”, pero creo que no debería haber una tensión entre ambas cosas.

5 Una vez más, sin demasiados elementos, intuyo que sí y creo que sería bueno que su gestión quedara bajo la órbita de las carreras de Comunicación y/o Periodismo.

6 No sé si de cada universidad o de las facultades (y carreras) que las tienen bajo su órbita.

7 Entiendo que sí, pero (una vez más), no creo que tenga elementos suficientes para responder a la pregunta.

8 No estoy segura de estar entendiendo la pregunta, pero creo que tanto docentes como no docentes deberían estar representados en la gestión de los medios universitarios (tanto en los específicamente radiales como en los audiovisuales en general.

9 Creo que las universidades deberían poder generar recursos propios (tal como lo prevé la Ley), pero también recibir una parte del presupuesto universitario. Considero apropiado que se establezcan cuotas mínimas de producción propia, tal como lo prevé la LSCA.

10 Comentarios

Lamento tener muy poco para aportar, Mario. No es un tema que conozca más allá de tus aportes y de lo poco que he experimentado como estudiante y docente. Éxitos con la Tesis. Fuerte abrazo.

G – OSCAR BOSETTI (Lic. En Ciencias de la Comunicación. Docente de grado en la UBA; UNER; UNQ y de posgrado en UNSAM y UNL.

1 Así como en la presentación de esta Encuesta acertadamente se sostiene que “no hay un paradigma de emisora universitaria”, la respuesta a esta pregunta podría encuadrarse

en ese mismo orden de ideas. Entiendo que cada una de las Instituciones Universitarias se posiciona de diversas maneras frente a las Radios y los Medios Universitarios. O dicho de otro modo: Aquí tampoco hay un único modo de percibir desde los espacios de la gestión universitaria a los Medios Universitarios y esa variedad de miradas y reconocimientos impacta -entre otros ámbitos- tanto en la atención presupuestaria como en las plantillas de programación de estos vehículos aptos para la Comunicación Pública de los saberes que se generan en nuestras Universidades Nacionales.

2 Un Proyecto Radiofónico Universitario debe estar inscripto y dar cuenta de lo debatido y acordado en los Planes Institucionales Participativos que orientan (o debieran orientar) a cada una de las Universidades Públicas Nacionales. Dentro de ese marco general, los Medios Universitarios serán las herramientas para comunicarle a la comunidad lo que ocurre en sus Claustros y Pasillos, en sus Laboratorios y Hospitales, en sus Escuelas y Museos, en sus Centros de Arte y Campos Deportivos, en fin, en ese ancho universo que construyen diariamente nuestras Casas de Altos Estudios.

3 Cada Universidad tendrá que garantizar aquellos sistemas de gestión y administración dinámicos y flexibles capaces de dar cuenta de las especificidades que atraviesan y caracterizan el funcionamiento de las Radios y los Medios Universitarios. Estas Unidades dedicadas a la Comunicación, la Información y la Cultura poseen lógicas internas que deben ser explicitados y visibilizadas por los Equipos de Conducción de las mismas y reconocidas por los responsables de las Áreas de Administración de los diferentes Rectorados para adecuar sus protocolos de actuación sin resignar los estándares de transparencia, eficiencia y eficacia.

4 Por cierto que es posible esa articulación o equilibrio en la medida que exista un Proyecto Institucional que establezca claramente cuáles son las misiones y funciones de estos Medios que deben entender a la Comunicación como un Derecho Humano irrenunciable y a la Perspectiva Universitaria como el norte de todas sus múltiples y nutritivas acciones de interacción con las audiencias.

5 Este es uno de los desafíos que desde una mirada crítica que revise las funciones de las Universidades en este tramo del Siglo XXI, deberá plantearse al momento de actualizar los contenidos de la actual Ley de Educación Superior. La Universidad del presente y su proyección hacia el futuro inmediato debe asentarse en los pilares de la Investigación, la Extensión, la Docencia y la Comunicación. En este último aspecto es donde adquieren un rol principal las Radios y los Medios Universitarios, que se han constituido en los nuevos actores que -incorporando sus improntas- ensancharon las bases tradicionales y legítimas establecidas en la Reforma Universitaria de 1918.

6 Sin dudas, esta es una de las asignaturas pendientes de aquellas Universidades que no le dieron la relevancia que merecen a estos Medios de Comunicación, Información y Cultura.

7 El Título VIII con sus artículos 145 al 150 requieren ser redefinidos, actualizados y/o ampliados de acuerdo a los estados de situación propios del sistema universitario

nacional en este tramo del Siglo XXI. También se deberán tomar en cuenta las diversas multi-plataformas por donde hoy circulan los Contenidos Radiofónicos mediante Géneros y Formatos en permanente hibridación y replanteos.

8 Esta problemática requiere de profundos y necesarios debates, acuerdos y consensos entre las y los diferentes protagonistas del universo universitario. La creciente y más o menos reciente incorporación de los Medios Universitarios a sus Instituciones de referencia requiere de una revisión, redefinición y actualización de los roles y funciones establecidos en los marcos legales y administrativos vigentes que, probablemente, no empaten con las situaciones laborales generadas por estos Nuevos Protagonistas de la Comunicación Universitaria. Esta es, por cierto, otra de las asignaturas de necesaria traducción a los tiempos que corren.

9 Si se considera a “sus parámetros de emisión” como equivalentes a sus áreas geográficas de cobertura, tendría que asegurarse que aquella región donde cada Universidad ejerce su influencia principal esté representada en las grillas de programaciones de sus Medios para generar empatías y que los contenidos desarrollados resulten socialmente significativos para sus potenciales audiencias.

10 Comentarios

Las Radios Universitarias forman parte del heterogéneo colectivo de las Radios Públicas. Para definir de qué hablamos cuando hablamos de Radios Públicas se podría plantear una Agenda de Temas para potenciar un debate que se viene desarrollando en distintos espacios político-comunicacionales. Entre otros, esos ítems tendrían que abordar problemáticas tales como la diversidad lingüística, racial, religiosa y cultural versus la homogeneidad que pretende la concentración del poder mediático; el pluralismo en el plano de las ideas y opiniones, la calidad y creatividad al momento de producir de manera integral los contenidos; la participación de los diferentes actores sociales sobre la propia emisora y en los distintos niveles de su organización; el profesionalismo atravesando a todas las trabajadoras y los trabajadores vinculados con la producción y/o realización de contenidos, en aspectos técnicos, estéticos e informativos; y, para no extender la nómina, la transparencia y la ética profesional que no puede ser interferidas por intereses particulares, de la naturaleza que sean.

H - MARIA CRISTINA MATA (Licenciada en Literaturas Modernas, Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Nacional de Córdoba. Docente de grado y posgrado. Investiga sobre comunicación y ciudadanía, medios de comunicación y radios comunitarias).

Entrevista realizada a María Cristina Mata por el Lic. Nestor Manchini (En Giorgi, M. (2015) La radio Universitaria. Hacia la consolidación de una Red Autónoma de Medios. Avellaneda, Universidad Nacional de Avellaneda.

Y la Radio va....!!!!

En su larga trayectoria como docente, investigadora y formadora en temas referidos a comunicación masiva, públicos, comunicación popular y comunicación y política, María Cristina Mata aporta su visión sobre el mundo de la radio, especialmente aquellos que son públicos como las radios universitarias.

Néstor Manchini: Numerosos medios de comunicación vienen apareciendo en el escenario académico de estos últimos años a través de las universidades públicas. Desde tu amplia experiencia en el campo de la radio ¿Qué deben lograr, garantizar en tanto forman parte de la sociedad?

María Cristina Mata: A diferencia de los medios comunitarios, los medios públicos como son las radios universitarias, deberían garantizar desde su gestión y producción de contenidos la identidad de la comunidad a la que pertenecen y, en ese sentido, uno tiene que pensar...si las radios de las universidades pertenecen a la comunidad universitaria o a la sociedad en las que están insertas, por ejemplo, la de Villa María a Villa María, la de Avellaneda a la de Avellaneda, la de Córdoba a la de Córdoba. Todo medio público creo, más allá del deber ser, deben contribuir a...

En tanto son medios públicos porque pertenecen a instituciones públicas ellas deberían hacer realidad lo que todos los medios públicos a mi juicio deben, permitir o posibilitar hacer realidad el derecho a la comunicación de todos los integrantes de las sociedades de las que forman parte sus medios. Entonces, digo, acá tenemos una primera discusión. Las radios universitarias, la sociedad a la que se reconocen como perteneciendo son las universidades o las sociedades donde están las universidades, es decir las poblaciones de la zona de influencia o en la que tienen influencia las universidades. Esta primera cuestión me parece que es clave porque creo que, históricamente, las radios universitarias que conozco se han debatido entre esa disyuntiva ¿a qué audiencia me dirijo, con quienes quiero interactuar? ¿Con la comunidad universitaria o con la población? o, incluso, algunas de ellas dicen con la población pero con la población juvenil porque piensan en una parte de la comunidad universitaria y no en toda, por ejemplo, el sector de los estudiantes.

Entonces, me parece que uno de los grandes desafíos (por eso no lo planteo como deber ser) para estas radios es el definir cuál va a ser su público entendiendo que el público no es solo aquel a quien destino los programas sino esa audiencia que al mismo tiempo tiene derecho a la comunicación y con la que un medio público debe interactuar ¿para qué? Para conocer sus necesidades informativas, sus gustos, sus necesidades de entretenimiento; para poder canalizar sus inquietudes. Es decir, para que realmente el medio sea público.

Este desafío, digo, es como la obligación. Creo que justamente por ser medios universitarios, es decir, medios que pertenecen a una institución, que se supone tiene los recursos humanos capacitados para conocer su realidad inmediata, conocer el contexto, realizar estudios de audiencia, estudios de diversos tipos, serían los que tienen a su favor la mayor facilidad para conocer ese contexto y ese público con el que van a interactuar. Aunque me parece que eso, a veces, no sucede. Insisto, a partir de conocer algunas

radios universitarias, sobre todo las más antiguas, me parece que eso ha sido, tal vez, una de las falencias.

Las radios universitarias han estado manejadas por algunos grupos de universitarios que tienen esa tarea pero establecieron poco vínculo, poca interacción con otros sectores de la universidad que deberían. Si trabajan conjuntamente, les provee muchas luces, mucha información, muchos elementos de juicio. Todo ello le sería útil para su labor.

NM: Si no... seguiríamos consagrando una especie de división: un adentro y un afuera...

MCM: Claro, eso también tiene que ver obviamente con el modo en que cada universidad se piensa a sí misma porque, digo, si la radio es de una universidad y esa universidad cuyos conceptos, por ejemplo, desde la extensión universitaria proponen un concepto difusionista, esto es, de llevar el conocimiento de la universidad a los otros, algo así como llevo algo a alguien que no lo tiene. Sin embargo, en una especie de gran escenario de divulgación, va a ser muy distinto si son radios de universidades que piensan la extensión como un proceso de interacción de la comunidad que forman parte. Entonces, eso va a depender no solo de la voluntad de las personas que estén en la radio, sino de las autoridades de la universidad, de su pensamiento, de su posicionamiento político-cultural.

NM: En estos últimos años, las universidades vienen insistiendo desde el CIN (Consejo Interuniversitario Nacional) en la necesidad de integrar la docencia–investigación–extensión.

MCM: Claro. Pero, por eso digo, una cosa es que esto se suele decir en textos, en congresos y demás. Después, cuando uno ve la práctica de la gente, empieza a ver las diferencias. Creo que hay universidades que realmente tienen hoy en sus secretarías o departamentos de extensión un lugar privilegiado no solo de interacción con la comunidad sino de producción de conocimientos importantísimos. Por ejemplo, la Universidad Nacional de Córdoba tiene un observatorio sobre derechos humanos en su secretaría de extensión que, obviamente, es hoy una de las fuentes de conocimientos que muchas organizaciones sociales usan. Y en ese observatorio interactúan investigadores que trabajan la materia y demás. Esto no ocurría unos años atrás. Quince años atrás en la Universidad de Córdoba, sin embargo, el discurso sobre la extensión yo te diría era, más o menos, el mismo. Sin embargo, antes, la práctica era casi de tipo culturalista y de difusión. Y cuando digo antes, me refiero a los últimos rectorados.

Entonces, en este sentido, hay que ver cómo se articulan las radios de las universidades con esos espacios o, en otros casos, son como entes autónomos, porque también sucede eso. A veces las radios operan por sí, sin mucha vinculación con estos sectores más dinámicos de la universidad.

NM: Hoy la tecnología está inserta en muchos aspectos de la vida social. En la particularidad de nuestro tema: las radios universitarias. ¿Cómo crees que la llamada convergencia tecnológica puede ser aprovechada desde estos medios públicos?

MCM: Uno tiene muy claro que hay radios universitarias que son las que, a lo mejor, en una zona pueden tener los mayores desarrollos tecnológicos. Entonces, habría que ser consciente de eso y aprovecharlo para que las comunidades se puedan conectar. Es importante porque, hasta hace poco, las radios universitarias habían quedado relegadas tecnológicamente. Esa situación cambió y hay que ver cómo se aprovecha eso pues no me refiero simplemente al hecho de que las transmisiones también se puedan escuchar vía internet porque me parece que, a veces, la idea de la convergencia se reduce a eso.

NM: Pareciera que sí...

MCM: A través, justamente, de la convergencia tecnológica, de la articulación con redes puedes hacer de las radios universitarias, centros de interacción comunicativa. Entonces, habría que explorar muchos más, que estas radios públicas se dediquen a experimentar, cosa que no van a hacer las radios comerciales, y, probablemente, tampoco las comunitarias porque no cuentan con presupuesto para hacerlo. Entonces, hay una dimensión de experimentación e innovación que también tendrían que enfrentarlo.

NM: Y, en ese sentido, ¿en qué tipo de situaciones pensáis?

MCM: En muchas. Pienso, por ejemplo, que las radios universitarias podrían experimentar nuevos géneros de información. En general, en las universidades vos tenés departamentos de arte, de música ¿no?

NM: Sí.

MCM: ¿Hasta qué punto las radios de las universidades se vinculan con esos departamentos o facultades para poner toda la creatividad que puede estar funcionando en esos departamentos, en la radio? ¿Hasta qué punto las radios universitarias se articulan con las facultades o departamentos de informática o de ingeniería, para aprovechar estas posibilidades que da la tecnología para diseños interesantes?

NM: Las experiencias de radios universitarias muestra que algunas articulan con otros espacios de la universidad y, algunas, apenas cuentan con escaso equipo humano para un desarrollo innovador e interactivo.

M: Ahí está! Entonces, en el fondo, si nosotros pensamos en las radios universitarias como radios que van a ser como las otras para competir en el mercado, creo que realmente estamos equivocando el camino porque, justamente, de lo que se trata es que estas radios, puedan mostrar las posibilidades de otro tipo de comunicación, no solo en el sentido de los derechos de la participación sino también en términos estéticos, en términos de innovación, sobre todo, si pensamos que hoy se habla muchísimo en el terreno de la comunicación de la nueva cultura de los jóvenes, de los lenguajes juveniles, de las prácticas juveniles.

Ese es un tema recurrente. La población central en nuestras universidades son los jóvenes. Entonces, incluso si apeláramos desde los medios universitarios (pienso tanto en las radios como los canales de televisión) a todo lo que es este discurso que se elabora

sobre las culturas juveniles deberíamos, por ejemplo, rescatar de esa cultura y de esas prácticas de creatividad, elementos de innovación para nuestros medios porque si no es como que hablamos de un sujeto que parece extraño cuando, en realidad, es el sujeto principal en las universidades.

NM: En este marco que hablás de “otro modelo” donde se pueda mostrar y articular todo esto, y, pensando también en las radios en tanto medios públicos ¿Qué tipo de agenda deberíamos componer respecto de los otros medios, qué desafío tienen entonces las radios?

MCM: En ese sentido también creo que se da aún esta especie de desvinculación que suelen tener los medios universitarios con la producción científica, con la producción de conocimiento que se da en las universidades. Las radios no están para hacer esta cosa que se suele llamar divulgación científica pues, para eso, están los medios masivos en el sentido clásico de la divulgación científica que era poner a disposición del conjunto de la población los descubrimientos y avances. Se trata de hacer de canales mediadores, una propuesta que tengo hace tiempo y la planteo cada vez que puedo.

Por ejemplo, en la Secretaría de Investigación y en otros ámbitos de mi querida universidad, creció esta voluntad de la divulgación científica. Y nosotros no hablábamos de divulgación científica. Nosotros decíamos: “La Universidad de Córdoba, igual que otras, produce una masa impresionante de conocimiento que es necesario que sea conocido porque hay gente que lo requiere”. Y esto no es extensión universitaria, esto es poner conocimiento, darle valor. Vamos a usar una palabra que sigue de moda: “Hay que poner valor en valor...”. Entonces, si hay conocimiento universitario hay que ponerle el valor de lo público y ese valor de lo público, por la centralidad que hoy tienen los medios masivos de comunicación, no porque sean el único espacio público, pero sí por la centralidad que tienen en esa arquitectura del espacio público. Como dice nuestro querido Sergio Caletti, tienen que ser los lugares donde ese conocimiento se vuelva materia cotidiana, y a través de ellos materia para la gente que necesita ese conocimiento o que, sin saber que lo necesita, pueda descubrirlo como conocimiento necesario, importante, significativo.

NM: ¿Nos contás de qué se trata?

M: Que los medios nuestros universitarios tendrían que tener otras instancias, además, de la propia universidad. Convertirse en canales mediadores entre las necesidades de información y los productores de información. Esto es, para actuar en el espacio público reivindicando derechos, elaborando propuestas, etc. Las organizaciones sociales, los movimientos, obviamente los individuos también, todos estos grupos necesitan información. Por ejemplo, existen movimientos sociales que luchan en contra de la contaminación del territorio, los que luchan por la posesión de sus tierras, las mujeres que luchan por sus derechos, entre otro gran número de casos donde se hace evidente que la posesión de información cualificada es una herramienta de lucha. Siempre pongo el caso que debés conocer, aquel de las madres de barrio Ituzaingó (Córdoba) que tuvieron que construir información para demostrar que las estaban envenenando con agroquímicos.

Y como ese, tantos ejemplos. En las universidades tenemos equipos de investigación, cátedras, laboratorios, departamentos que producen información cualificada sobre temas importantísimos, sobre el ambiente, los bosques, el agua, la alimentación, etc. ¿Cómo ponemos en relación aquellos que necesitan información con los que la tienen, no para divulgar la ciencia sino para que esa información pueda ser apropiada por quien la necesita o para que quienes la necesitan puedan demandarle a los investigadores que se estudie. Bueno, creo que nuestras radios y nuestros canales de televisión, podrían generar toda esta novedad. Incluso, eso da para formatos bien interesantes de programa. Hacer interactuar al que necesite información con el que la tiene. Es necesario ponerse a pensar e intentar y esto es lo que me parece que, a veces, no se hace.

NM: Esta interacción ¿también requiere de políticas consensuadas entre todos los actores que hacen a la vida universitaria para que estas respondan a lo que los distintos sectores de la sociedad le reclaman, muchas veces?

MCM: Claro, por supuesto. Creo que los medios si pueden ser para eso porque, a veces, desde la institución no se puede por múltiples razones o porque tenés consejos superiores donde las cosas no siempre funcionan como algunas partes o la autoridad misma quiere. Por eso, los medios de comunicación pueden tratar estas cuestiones no como pronunciamiento sino como verdaderos programas de foro, debate e interacción. Es cuestión de identificar los grupos sociales, de identificar investigadores, hacer realmente trabajo de campo de extensión. A veces tenemos presupuesto para los equipos y demás pero, después, no hay suficiente personal que haga esas cosas o no trabajamos con sistemas de becas donde los estudiantes podrían hacerlo. Me parece que hace falta bastante creatividad porque, a veces, se maneja los medios reproduciendo, lamentablemente, casi el modelo de los medios comerciales aun cuando no se quiera ni tener fines de lucro y se tenga una ideología más progresista o como quieras llamarla, pero no se innova suficientemente o no se reflexiona sobre esto.

También creo que es difícil que hoy en Argentina tengamos un tipo de medios públicos sin una presencia prácticamente hegemónica en términos gubernamentales. No tenemos una tradición, una historia... Tampoco están, seguramente, dadas las condiciones. Uno espera que, en la medida que podamos avanzar en la implementación de la Ley (de Medios), se pueda ir avanzando hacia un tipo de medio público en el cual, realmente, haya una participación efectiva de distintos sectores de la sociedad. Cuando digo todo esto digo están incluidos, por supuesto, los medios universitarios. Nosotros, en nuestra universidad, tenemos medios públicos universitarios donde no estamos participando activamente. Han mejorado muchísimo en estos últimos años y es más, tenemos la posibilidad de trabajar con gente de estos medios, de discutir, de llevar propuestas, pero habría que trabajar mucho más en su formato institucional para hacer estable la participación en el diseño de las programaciones, en las evaluaciones, en la toma de decisiones.

No habría que esperar que desde otros lugares de la universidad se produzcan innovaciones, sino generar estas iniciativas desde los medios con hechos comunicativos.

Pensar el medio en sentido comunicativo y cultural y no meramente de transmisión, porque creo que se siguen pensando desde ese lugar.

NM: ¿Creés posible avanzar, entonces, en este camino?

MCM: Pienso que nuestros medios pueden lograrlo. Es lo que a mí me gustaría que ocurra, y lo que en algunas experiencias ya está ocurriendo. Es un gran desafío, nada fácil.

I - DAMIAN LORETI (Doctorado en Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Profesor e investigador universitario. Especializado en el estudio del derecho a la comunicación, la libertad de expresión y derechos humanos.

MG- Comenzamos: Es la primera la Ley 26.522 que aborda el tema universitario en la definición de propiedad del medio o acercamiento al medio.

DL- Hay algo en la Ley del 72 de Lanusse, que obliga a los medios de universidad se transformen en SAPEM.

MG- En el caso de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, no estaban todas las emisoras universitarias acomodadas a esa legislación.

DL- Lo que pasa es que la previa, a ver, la constitución formal del acuerdo de la Ley del 72 era, que se tenían que transformar en SAPEM. Durante el gobierno de Menem empiezan a salir algunos decretos de autorización de radios, con lo cual había y, salen algunos canales también de televisión, además del formato ese que tenían, entonces había una situación muy irregular que era que las universidades podían tener SAPEM con radio, SAPEM con tele, SAPEM con radio y televisión, caso Córdoba por ejemplo y, podían tener radio como era el caso de la Universidad de La Plata, en una situación muy híbrida porque no eran SAPEM. Entonces por excepción -no me acuerdo cual fue la primera- empezaron a entregarle en lo que en una época se llamaba zona de fomento porque no había otra emisora pública funcionando y no había privadas del mismo estilo, había algunos lugares donde no había AM, por ejemplo. Empezaron a salir decretos de excepción y lo que intento hacer la Ley fue, normalizar lo que era excepcional y hacer una base cero. Había unas de la UTN también dando vueltas, entonces la idea de hacer base cero o base cien, era poner a todas las universidades en una misma condición jurídica, es decir la aptitud en tanto representación de autonomía como era la universidad, como también los pueblos universitarios (originarios) en un principio de autonomía.

MG- Eso por afuera de la Ley de Educación Superior, destinado únicamente a los medios.

DL- Si, porque te recuerdo que la circunstancia de la difusión de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual era muy compleja, al punto tal que por ejemplo para el tema de pueblos originarios resultó ser muchísimo más progresista la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, no por el hecho de los medios, sino por el hecho de cómo ser

considerada la naturaleza jurídica de los pueblos originarios, porque si se cumplía con la constitución, cosa que no hace la ley de ahí que los obliga a hacer fundaciones u organizaciones civiles, acá se los reconocía como persona derecho público, igual que las universidades en base al principio de autonomía, se daba la emisora, mejor dicho, se daba la frecuencia en cada emplazamiento cabecera. Lo que muchos intentaron hacer era que se les diera el formato específico, que tenía que ver con lo que vos ibas a estudiar y esta es una de las razones. En razón de la autonomía yo fui uno de los que dije que no había que poner el formato jurídico específico, eso dependía de como la universidad iba a hacer la gestión de acuerdo a múltiples circunstancias. Una de las tantas circunstancias era, no todas las universidades están armadas igual, otra es, no todas tienen el mismo presupuesto, no todas podían tener un perfil extra académico porque eso quedaba a decisión, ahí hay un corte digo, el no docente por tipología es alguien que su actividad está destinada al apoyo de las actividades pedagógicas, cuando el canal no está destinado a eso o la radio no está destinado a eso, ahí hay una discusión para dar, la recaudación o no de publicidad, eventualmente el armado de círculos de socios o de donantes o lo que fuera, todas esas circunstancias determinaron que no se podía hacer un corsé, cosa que si hizo incluso violando la autonomía, cosa que poca gente dice, la Ley del 72 que decía que tenían que ser las Sociedades Anónimas de participación estatal mayoritaria (4:45), lo cual además, daba la posibilidad de privados que tuvieran el 49 por ciento de la explotación.

MG- Por ejemplo la Universidad del Litoral.

DL- Litoral es SAPEM, Tucumán en SAPEM, Córdoba es SAPEM y creo que ninguna más, creo que por la época no. Y por eso no se hizo una definición de formato legal, que hubiera sido mucho más fácil decirlo, serán todas fundaciones creadas por la universidad, o serán todas SAPEM o serán todas X, o Sociedad del Estado.

MG- Una figura jurídica nueva en todo caso.

DL- Era muy complejo en ese momento largarse con eso, lo que pasa que la propia recorrida de las universidades, si miras las editoriales de las universidades, tampoco tiene una figura única, entre comillas menos conflictivo, no sé, con todas las comillas del caso EUDEBA Sociedad del Estado, y varias otras editoriales de las universidades también son Sociedad del Estado. O sea que un accionista que es la universidad no recibe capital privado porque son Sociedad del Estado, no son concursables, las SAPEN si y no pueden ir a la quiebra por lo tanto en teoría digamos, un modo medio alambicado de hacerlo. Pero básicamente el tema no era por corsé para un 40 y pico de universidades porque si a alguno no le quedaba generabas un conflicto innecesario, además de ser violatorio de autonomía. Para mí la autonomía no es solo libertad de cátedra, también tiene que ver con la organización del gobierno en tanto responde a las leyes. Lo que pasa es que si pones una ley determinada con un formato que alguno no le sirve, van a venir a plantear el tema de la economía.

MG- Ahora no hay un paradigma de radio universitaria, pero si hay un formato radial que incluye una organización mínima en materia técnica, recursos humanos, objetivos, formas de recaudación, sostenibilidad, ese tipo de cosas todavía está en un estado de discusión.

DL- A ver, yo creo que no hay un modelo de radio susceptible de ser bajado de arriba como no hay un modelo de vinculación social de la universidad con su alrededor y yo creo que forma parte, bueno por supuesto no hay un modelo de universidad en el modo de gestión con su propio alumnado, tiene que ver con emplazamientos, con búsquedas, con iniciativas, con perfiles académicos, con lugar en el emplazamiento y no creo que la radio tenga que ser una isla. Si creo que tiene que haber distintas alternativas hasta de vanguardias estéticas en algún momento, que lo pondría entre comillas, con toda la generosidad del caso “como la más desprendida”, por naturaleza la vanguardia tiene cierto tipo de desprendimiento, me parece que las vanguardias artísticas sería un buen lugar para hacerlo, son las universidades en general, libros, investigaciones, prensa artística. Pero, digo estoy pensando el modo de vinculación de las universidades con el territorio -llamándolo peronistamente de algún modo- la radio debería tener un reflejo de ese espíritu que se asume y viene al modelo de otro gobierno, tenes una orquesta, vienen a tocar los pibes del barrio, sería razonable que la radio, si haces entrenamiento deportivo no solo para los estudiantes, o con los sindicatos podrías hacer una radio más participativa, mas estilo comunitaria que una radio pacata, ceremonial (Pacata en el mejor de los sentidos, en el sentido mendocino del pacatalismo), más solemne, más de alta cultura con todas las comillas, o si tenes una AM y una FM podes tener distintos modos de pesar la programaciones y las inserciones, fundamentalmente yo creo que la radio es un medio de inserción en el alrededor porque si no lo que tenes, digo a mi el tema no me cierra, es una radio de un vatio, que sirva como el modelo de radios americanas que funcionan para el propio campus, pero tiene que ver con el diseño universitario.

MG- Ahora acá se mezclan dos o tres cosas a mi juicio. Una es la aparición casi como una moda, por llamarlo de alguna manera, la decisión de los rectores, cualquiera sea su origen político de inaugurar radios a partir del año 2009 con lo cual se duplica la cantidad de radios que tenían las universidades, se pone de manifiesto otra vez la necesidad del recurso humano profesional (8:58)

DL. A mí no me gusta llamarlo recuso humano. Además de la película francesa, un profesor de economía me dijo que los recursos son la tierra, el capital.... no me cierra. En la maestría de Servicios de Comunicación Audiovisual se llama gestión de talentos.

MG- Hay como una aparición así, casi espasmódica que no estaba prevista en los proyectos institucionales de las universidades y se producen mixturas raras- Por ejemplo radios que están funcionando con dos personas o tres, algunas que desconocen la posibilidad de tener recursos a pesar que la ley está vigente y lo permita.

DL- Para algunos le apareció una radio encima (Siguen palabras muy que no se comprenden) y continua diciendo. A ver, vamos a hacer un paso más atrás, yo creo que el problema del diseño de las universidades, lo digo genéricamente, con el afuera, es que hacer con sus medios. Si son un boletín informativo de la universidad o si efectivamente

viene a tomar un rol en el espacio público como una de las tantas voces que hacen al pluralismo y la diversidad. Yo creo que eso faltó discutirlo en el encuentro de decanos Ciencias sociales, en periodismo, faltó discutirlo en el mundo ARUNA, faltó discutirlo en el marco del consejo de rectores. Todavía no hay una agencia unificada de corresponsales de emisoras universitarias y eso te obliga a tomar agenda prestada.

MG- Si, hay un prototipo, un chat de Whatapps de todos los productores de las 63 radios, pero es voluntarista.

DL- Esta fenómeno, lo que digo yo, lo dije en el consejo de los decanos. Yo recién terminaba mi gestión de vice, en un encuentro en la Biblioteca Nacional a mediados del 2010 sería. Miren acá hay un tema, confían más en los propios graduados de las carreras de comunicación los privados de la universidades, caras horribles, es muy sencillo, si se armara un sistema de corresponsalías, poniendo cada universidad una dedicación simple de jefes de trabajos prácticos - el planteo era no tengo plata, la fuente 11, no sé qué más-. Se pondría con toda tranquilidad un corresponsal en el Palacio de Justicia, uno en el Ministerio de Economía, uno en Casa Rosada, uno en diputados, otro en senadores. Ni que decir si en serio quisieran armarlo que pones uno por provincia etc. Lo autonomizas con esos recursos, ahí tenes una UTE, si querés llamarla de algún modo y te olvidaste de la agenda de los medios grandes. El problema que en ese diseño que vos cuestionas, la lectura de la tapa de los diarios a la mañana, no es una lectura crítica, es la agenda de la radio. Con lo cual abajo de eso hay un modelo de qué hacer con la comunicación, no solo que hacemos con la radio.

MG- Esto lo digo, pero no se puede contar. En el año en que Lozano era presidente de la Comisión de Medios y Mayorana el rector de Rosario, era el vice, pidieron que armáramos un formato de corresponsalía. Yo pensando justamente en esta escasez de recursos, diseñe una suerte de corresponsalía centralizada en el tema educativo con diputados, casa de gobierno y el Ministerio de Educación como para ir arrancando. Cada una de las personas a incorporar ya estaban en las universidades.

DL- A eso me refiero, dedicación simple.

MG- La cuestión es que la radio de la UBA estaba incluso construyendo ahí en Arenales un estudio específico para que ARUNA operara de allí, en ese armado y después cambio la conducción de la radio de la UBA, hubo una intención de llevarla a Avellaneda, yo intente, pero me faltaron las designaciones de las universidades y, después, viste que el mandato es de un año en el CIN, cuando se cambió el binomio de rector y presidente y vice, quedo perdido en la nada y a partir de allí comenzamos a hacer un pespunte medio a la violeta. Pero si, yo suscribo eso, ahora voy yo más atrás; vos pensás que en la institución universidad a casi cien años de vida de una radio universitaria todavía sigue dudando sobre la necesidad, porque a mí me resulta..., les molesta.

DL- Les resulta incómodo, a alguno puede ser que les moleste, con esto que hago, vos pensás que ni siquiera se les ocurre pensar en que hago, es el único modo de pensar que es un medio de comunicación con dos tipos y sin experticia y sin formación, ponele que te

falte una, que lo tengas formado y sin experiencia, pero mucha gente de la universidad sale así. Pero digo hay radios que no hacen absolutamente nada teniendo aun carreras de comunicación adentro, ahora es un doble sin sentido, pero así funcionan.

MG- Coincido, porque en realidad en la búsqueda de una documentación sobre todo en la radio de la Universidad de La Plata, en legales de la universidad, en la residencia del rectorado no hay un documento, no se puede hallar un documento, y la verdad me maltrataron bastante cuando fui. Hasta uno de los abogados llego a decir, hay una universidad por cada estación del Roca porque yo venía de Avellaneda, bueno hay en Quilmes, en Lanús, en Varela.

DL-Lomas.

MG- Y si esta, es la línea del Roca, en fin.

DL- Bueno lo que marca ahí además es una cosa de nariz parada, como si el argentino viviera en otra realidad.

MG- Bueno el fenómeno también desde el punto de vista legal, por eso te la nombre al pasar. La Ley de Educación Superior, debería tener una definición sobre los medios universitarios o la dejamos metida en el extensionismo o en otras cosas que ya están tratadas y asentadas.

DL- Mal no estaría, no sé, nunca se me ocurrió. Cambiar la Ley de Educación Superior en ese momento suena terrible. Al mismo tiempo te diría una cosa de fetiche con las leyes medio difícil de lidiar, pero eso pasa sobre todo con los medios. Cuando se hizo la Ley de Deuda Soberana, Macri se la paseo por el cuarto, la dio vuelta como un guante y la gente preguntaba menos por eso que por la Ley de Medios. A mí un par de veces me dijeron eh, todo lo que se tardó en construirla y después se dilapido en dos semanas, todo paso de 9 a 13 y la deuda soberana se cayó, negociaron con los buitres, todo paso de 9 a 15 y de llevarse presos a los que lo hicieron se llevaron presos a los que estaban antes, en ese marco que querés que te diga, la Ley de Medios tiene, si lo que costo construirla tiene que ver con la dificultad de sostenerla.

MG- No, yo te pregunto esto porque por ejemplo desde el punto de vista de la ola de arrastre que tuvo la Ley de Medios apareció dos veces en el presupuesto como renglón definido el recurso para los medios universitarios. Después apareció....

DL- Haber, si el planteo de que aparezca en la Ley de Educación Superior tiene que ver con un ordenamiento y definición de fondos, ahí tendría.... (19:16minutos).

MG- O, sea que las mayoría de la radios desconocemos cual es el presupuesto que tenemos porque el vínculo con las distintas áreas hace que quede en la nebulosa...

DL- En algunas de las universidades les pasa a las facultades.

MG- SI, si también les pasa a las facultades, pero por ejemplo cuando...

DL- Si, si visto desde ese plano sí.

MG- Ahí hubo un fondo de fomento de fortalecimiento para los medios del año 2015 que cedió recursos para equipamientos, generación de contenidos, capacitación. En muchos casos la universidad los facturaba y quedaba en la cuenta general de la universidad y era muy difícil. Ahí hay una intervención de ARUNA que es interesante, yo estaba como vocal en esa época que es determinar desde la radio cual era por los menos el requerimiento para la generación del contenido y la compra de equipamiento porque ahí si no había retorno desde lo administrativo y tenías que preguntar.

DL- Desde este punto de vista está bien, que no es para obligar a la radio a, sino que es para fortalecer la presencia de la radio en. Si estoy de acuerdo.

MG- Bueno, la otra que ya lo dejaste pasar por ahí, pero a mí me parece que es bueno destacarlo...

DL- Sin perjuicio de eso, encuentro en la Ley de Educación Superior, por eso digo lo de fetiche. Perdón ni siquiera en la Ley de Educación Superior, en la Ley de Educación.

MG- Claro, si, la ley Federal de Educación. No, con relación a esto que quedo como al pasar, hay un debate sobre todo cuando nos encontramos con las radios de América Latina y española, las hispano parlantes, más que nada las españolas y las de América Latina sobre la participación de la radio en la actividad académica directa o indirectamente. Esto también forma parte de la decisión de cada una de las universidades. Ahora cual sería el sentido a tu juicio de esa utilización académica, la de proveer a la radio de ese talento o la de tener a la radio como una herramienta de asistencia y acompañamiento pedagógico.

DL- Yo creo que ambas si no son incompatibles, buenos ejemplos de agencias de noticias universitarias, me parece que en ese plano hay sí, una barrera que no se debería pasar que es que la radio no se dedique a la información de la propia universidad, autonomizarla en ese plano, o sea que las investigaciones de los estudiantes que se puedan difundir no se refieran a la vida política interna para evitar manipulaciones porque es el único resguardo si quieres de estilo, no legal, pero yo creo que puede haber ambas cosas.

MG- Y desde el punto de vista de la estructura profesional sostener lo que indica el proceso de agremiación y reconocimiento profesional o una mixtura entre la funcionalidad no docente y la caracterización de cada personaje de cada actor.

DL- Yo creo que hay un tema de caso por caso porque hay un espacio de práctica pre profesional en el cual se puede hacer algo sobre el vivo digamos, pero me parece que el recaudo pedagógico tiene otro armado. Suponte que sea la salida del taller de radio, de la materia radio vinculada a Periodismo 3 si tenes ganas y eso termina con un trabajo, lo cual lleva una planificación, producción etc., etc. Me parece que ese es un ámbito como si pasaras audiovisuales hechos en la carrera de Imagen y Sonido por el canal de... de la universidad de. Me parece que es un modo de mostrar, es un modo después con la vanguardia estética, me parece que es un plafón, por eso yo decía que la radio es un

actor en el paisaje mediático, también es de actuación frente a la sociedad. No pueden hacer pasantías dentro de la propia universidad, eso está previsto en la ley como imposible. Por eso te digo son temas distintos, la practica pre profesional y la salida como las agencias de noticias universitarias, investigaciones puntuales, fuertes, solidas que hagan la diferencia y una presencia en la radio con noticias todo el tiempo con orientación, hasta el tema de salud digo en función...Es muy difícil hacer un modelo porque la radio de la Universidad de la Matanza por citar una, no puede funcionar igual que la radio de Junín o de Villa María.

MG- Si, de acuerdo. O la de Bahía Blanca por ejemplo que no tiene carrera de comunicación y tiene...

DL- No la Esquel. Digo en algún lugar vas a tener que informar, la vieja cosa clásica del medio, viene el médico, va a pasar el cartero, que va a pasar con la vacunación, la información, llueve. Más en el término de integración.

MG- La radio mensaje, territorial.

DL. Porque además, eso se va perdiendo cada vez más con la presencia del satélite y desaparecen los noticieros locales (24:48). Interviene la esposa

MG- Vuelvo sobre la ley, el título de....

DL- Decía, la dificultad del modelo por llamarlo de algún modo; cuanto de pedagógico, cuanto de inserción tiene que ver, sobre todo con el lugar donde este instalada, cual es el paisaje mediático, en los dos planos digo, cuanto ese lugar va a necesitar de una voz publica autónoma porque también hay que re facturar la circunstancia de Radio Nacional que en alguno lugares es difícil, pero pienso que la discusión que puede dar para una emisora pública en La Matanza es distinta que la que puede dar Posadas porque está el multimedia público, ahí hay una mirada de que perfil encontrás en términos de programación. Y por ahí en algún lugar lo que necesitas es una radio extremadamente joven porque todo el resto esta – entre comillas- cubierto en el paisaje.

MG- Hay un...

DL. No, porque si no vas a hace algo y no lo va a escuchar nadie.

MG- No, claro. Es que además la territorialidad en algunos casos hace que sin esa radio universitaria a lo mejor no hay una comunicación democrática por ejemplo.

DL- A eso me refiero. No se puede pensar solo como un elemento pedagógico, en algún lugar tiene un episodio... la universidad de Rosario. Que entre comillas es medio como el mismo debate de las comunitarias, que es una radio de participación a una radio incidental. Si creo que algunas cosas tendrían que cruzar fuertemente a todas como modelo de programación; enseñanza en Derechos Humanos, me parece que es crucial, protección del mundo del trabajo, temas de salud. Me parece que eso tendría que cruzarlas más allá del cómo, ciertas llamémosle enseñanzas o recordatorios de

mecanismos de vida democrática, más allá del modelo digo, podría decir que fuertemente que una radio vaya contra las fakenews, sería una taradez decirlo pero me parece que es importante que sea el modo, pero creo que algunas cosas inexorablemente le corresponde a las radios universitarias; enseñanza en Derechos Humanos me parece fundamental, protección de la vida en mundo del trabajo me parece fundamental porque son cosas que en otro lado no van a salir.

MG- Está claro. Ahora Damián hay

DL- Más allá del tema pedagógico, yo creo que esas cosas cruzan lo pedagógico con la extensión y con la vida democrática.

GM- Si, es la inserción social en la comunidad en general.

DL- Hay varias universidades que están haciendo sus propedéuticos con Derechos Humanos.

MG- Si, nosotros estamos trabajando; ahora voy a poner un informativo que es un informativo de género y lenguaje inclusivo.

DL- Bueno eso también tiene, para mí forma parte del desarrollo humano para otros no.

MG- Como me faltaba un ordenador de contenido se me ocurrió, bueno armemos un informativo de estas características; va a ir una noticia de género y otra noticia generalista de menor duración, extensión para darle prioridad a la cuestión de género.

DL- Yo eso lo pongo dentro de Derechos Humanos, para algunos los Derechos Humanos es Memoria, Verdad y Justicia, para mí eso también forma parte.

MG- Si, por supuesto, estoy de acuerdo.

DL- Y medio ambiente.

MG- Te decía, el tema de la adjudicación que prevé la ley en forma directa, es perfectible, le falta algo, te pareció que quedo más o menos cubierto el eje...

DL- Es difícil que sea distinto. No sé si es perfectible, siempre hay mejores modos. La lógica del concurso para mí es distinta al reconocimiento del espacio público de la autonomía universitaria, porque cotizan temas diferentes, el recupero económico es distinto, el modelo es diferente. Posiblemente si te toca discutir contra la repetidora de una emisora gringa con un jurado raro, para mí me parece que hay cosas esenciales que estén, en algún momento Julio Bárbaro decía para que quieren una radio provincial en mano de..., no se quien, bueno no se quien no dura toda la vida, si no son decisiones de los pueblos, la medida es que no se terceros, esa es otra cosa diferente.

MG- Hay una contradicción sobre, o mejor dicho me parece que falta desde la mirada mía una protección al entorno de la radio universitaria en cuento a las cuestiones técnicas que debiera tener una diferenciación por el hecho de ser universitaria, por ejemplo el tema interferencias, el tema de la situación, de lo finito del espectro y la sobre carga que tiene

en algunos lugares, las últimas adjudicaciones de radios universitarias tuvieron como potencia 300 vatios.

DL- Es que ahí el problema es otro. El modelo de la ley era normalicemos el espectro, artículo 160 y pico con 1 kilowatt de máxima para la adjudicación de todo el mundo para la normalización, después hace otros concursos. Lo que pasa es que cuando tenes radios de barrios de 7 kilos, 10 kilo, de 15 kilowatt, no hay espectro que resista nunca, entonces el modelo pensado para la normalización daba un buen espectro de 400 ciclos, más o menos puro, los compañeros no hicieron el plan técnico, los compañeros no hicieron la normalización, por lo cual la realidad de 1 kilowatt del 2009, es miscible en el 2019 cuando sacaron la licencia y ni siquiera cumplieron con la consigna de normalizar mirando que hay, normalizaron con lo que había, entonces cada cual declaraba algo, pero la realidad era otra cosa y así salieron las adjudicaciones directas el año pasado, algunas comunitarias, muchas comerciales y algunos elefantes pasaron, pasaron tranquilos. Pasaron algunos trenes.

MG- Hay, falto...

DL- Digo en ese marco con un plan técnico- es barrido y fregado pero- si se hubiera hecho el plan técnico capaz que tú duda hoy es otra. La apuesta era un plan técnico, que las radios tuvieran particular incidencia sin concursar a dedo como si fueran radios provinciales.

MG- Se podría haber hecho en zona de menor conflictividad un poco más dinámica.

DL- Se podría haber hecho un plan técnico en serio.

MG- Integral, para todo el país.

DL- Porque cuando vos apostas a normalizar con 1 kilo de máxima, si no anda a concursar, pero normalizar con lo que había con 1 kilo de máxima te permite diseñar un plan lo menos estrepito. Diez años después tenes que pensar otro modelo. La proyección contra las interferencias estaban escritas y para todo el mundo, de hecho utilizando una fórmula que yo había usado en una resolución entre tres radios que era Palermo, una de Banfield y la otra creo que era de Munro. Nos sentamos con los ingenieros de las radios en ese caso, con un mapa. La FM la podes maniobrar es más maleable que la AM. Agarraron un mapa, diseñaron el área de cobertura para ninguno irse de la 94,7, hasta tanto se concursara, creo que era Cooperativa de Banfield, pero jamás me voy a acordar de la Munro, diseñaron el área de cobertura y se presentó al COMFER, para que el COMFER homologara, te hablo del reley del 97, o antes, estaba León Guinzburg se presentó eso y la ley tomo ese modelo que en caso en que la las radios disputen interferencias las radios podían presentar un acuerdo de como funcionar, porque de esa hubieron varias. En un momento, cuando sale la radio que le dieron a Pierri de 40 kilowatt, fue la única que se normalizo en el 93, una de las radios que corrieron porque queda ahí medio pisoteada era la de San Isidro Labrador. San Isidro Labrador se fue a, no me

acuerdo a donde, creo que a la 95,5 y apareció una radio que era, decían de Pascual, del dirigente radical que se llamaba creo FM Integración.

MG- Si me acuerdo de esa radio.

DL- Que la denunció por clandestina y el tipo me vino a ver para que se haga defensa. Ni me acuerdo como se llamaba el de San Isidro Labrador.

MG- Pascual la tenía por parque Patricios, por ahí

DL- Entonces lo que yo planteé como te van a llamar clandestino si tenes un PPP. Me corren con un decreto de excepción y después me transformo en clandestino y, lo que se hizo ahí también fue una propuesta de acuerdos, sin mapas que se yo, desde acá y hasta acá, porque si no terminaba en juicio, era un juicio contra el Estado, obviamente involucraba la Resolución del caso Pierri en la 101,5. Digo cuando maltratas al espectro.

MG- Claro, empezás a tirar, empiezan a caer heridos por todos lados.

DL- Haber, en capital había 72 PPP en el 89, no había 72 radios.

MG- Bueno, después ese censo que hizo Gabriel Mariotto también hubo gente que inscribió canales que no existían ni existieran nunca.

DL- Lo que pasa es que ahí el censo tenía cuatro anexos y uno era las propuestas para integrar el plan, era un censo raro. Era a la vez un registro de lo que había, que era lo que hubiera permitido activar la normalización y hacer un plan con lo que había, con prioridades. Digo ahí tenes PPP que cumplían 40 años, 10 años truchos más 30 años de PPP. La Tribu o FM Transito que es la única que tiene un caso en la Comisión Interamericana por el decreto de Macri. Los tipos festejaban los 30 años del PPP y obtuvieron la licencia el año pasado. Milenium, algunas cambiaron ocho veces de dueños y ahí pensás, bueno esto hay que hacerlo así o lo trabajo de otra manera y, hay otra tropelía en el uso del espectro que fue la discusión de Gabriel con Continental en ese momento, que la repusieron en el decreto de Macri y Continental opera en AM y FM con la misma programación y distinta publicidad o sea vendes dos veces el mismo producto en distintos mercados y cuanta gente se queda sin laburo. Cuando todo el mundo protestaba por lo de Continental, yo decía, perdón y los 80 trabajadores de la radio reservados quien se hace cargo, le pegaron un chupete a la AM.

MG- Bueno para ir cerrando.

DL- Si maltratas al espectro no hay modo, es como si te quedan sin papel para hacer diario.

MG- Coincido. El tema digital, lo que viene en materia de...

DL- Esta recontra planchado. Esta planchado en América, sacando en Brasil última época de Lula o primera época de Dilma. Se empezaron a hacer unas pruebas con encuestas y no se sabe más nada y los europeos tienen mucho despelote con el tema

digitalización porque no saben dónde meterla, si arriba, si corren los aeropuertos, si lo meten dentro del mismo espectro, si parten la frecuencia, la frecuencia del lugar. En algún momento eso lo seguí bastante de cerca. De hecho fue al Parlamento Europeo por la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, después te lo mando, una nota mía en Página 12 “Para no (a) pagar la radio” porque lo que surge ahí adentro además, es un modelo raro de radio con uso de datos, dicen las bandas no resisten más.

MG- Esa es una norma de que origen.

DL- Hay un poco de todo, está la anglo que es tributaria, es la que usan en EEUU, los mexicanos no la terminan de agarrar, los canadienses la miran de costado, pero fundamentalmente es tributaria por el uso de tecnología o sea le tenes que pagar al inventor de algo y los europeos usan otra regla que solamente la pudieron aplicar, en un par de países, creo en Noruega, Finlandia, Holanda, lugares muy específicos y nadie dice que les dio resultados, lo que todo el mundo está pidiendo es que haya sintonizador de FM en los teléfonos para poder suichar al mismo tiempo y que no vale la pena invertir en eso, en transmisor, en un carajo porque todo va en los datos. Para mí eso tiene dos problemas, uno que pagas, no hay datos gratis, no hay datos gratis aunque sea por la publicidad porque vos tenes que tener tu teléfono y un plan, eso genera en América Latina, esto lo discutí en Bogotá, en una relatoría especial, Botero hablo antes que yo; decía a mí me gustaría que los compañeros que sostenían estas cosas yo creo que atrasan porque bla, bla, bla. A mí, toda la vida pensé que era una cosa muy seductora como era Botero, la joda que la reunión la veo en un video de Almagro diciendo que el 30 por ciento de la población de América Latina tenía conexión de banda ancha, bueno todavía falta legislar para ese 70 por ciento. Primer dato entonces, necesitas plata para el dato. Segundo, la radio por datos te quita anonimato, a Gabriel le hacían una joda cuando hablaba del tema del 35% del mercado, que van a poner un policía en cada radio para saber que sintonizo, eso es la banda ancha, porque si vos te metes en (punin, no se entiende) o te mandan la publicidad o si pagas después te mandan la publicidad.

MG- pasa lo mismo que las aplicaciones

DL- Yo escucho radio italiana por múltiples razones, una la de haber sido candidato y a mí me llegan publicidades de Italia, todo el tiempo. Entonces ese perfilamiento te quita anonimato, yo siempre digo, la tonelada de programas espías que existen, yo tengo ganas escuchar algo sin nadie se entere y yo sigo creyendo que hay servicios públicos que no deben ser pagos.

MG- Falto en la ley tratar este tema, se llegó a rozar en el 2009.

DL- No, es que acá juegan las experiencias propias siempre. Yo trabaje en un proyecto de Pedro Del Piero en el 2000, que fue el proyecto de firma digital. La ley de firma digital, un entrecruzamiento de claves, para que los que ahora usan el famoso token para firmar los decretos, eso en el 2000, había uno de los pocos lugares del mundo donde eso ya se había armado, Del Piero soñaba con ser Al Gore, cosa que a mí me encanto para ir a laburar con él, que era ser el senador de la autopista de la información, después se le

fueron las ganas. Y armamos varias cosas, una la ley sobre comercio electrónico etc., y una era la firma digital, viniendo del modelo comparado que pasaba, había un riesgo de obsolescencia, yo lo que le dije a Pedro es; hagamos una regulación como si fuera el Código Civil y derivemos los aspectos técnicos a un decreto reglamentario que sea modificable sin cambiar la ley, que es lo que se hizo durante el gobierno de Macri, también lo hizo Cristina, modifican partes de fierros digamos del sistema, claves, logaritmos, modos de entrada, requisitos de certificados, etc., de certificados digital digo, sin tocar la ley. La ley que hace?, regula conductas, la Ley de Propiedad Intelectual jamás se metió con las reglas de construcción. Mi modelo de ley era una ley que no fuera a parar a la obsolescencia, por eso nosotros jadianos con que era neutralmente técnico, vos regulabas la actividad independiente del soporte, si tenías una grilla de determinada forma, no importa por donde fuera, era servicio de comunicación, que es lo que decía UNESCO. Que fue lo imposible de prever? De hecho lo previmos y resolvimos en contra, el corte para nosotros era, entra en los servicios de comunicación audiovisual todos los que es servicios y productos culturales según UNESCO, queda afuera, o sea el mundo de telecomunicaciones, lo que no estaba protegido por UNESCO, que era el modelo que había tomado la directiva europea del 2007 y, que después refrenda en el 2010 y abre una ventanita muy chiquita, recién lo cambian en el 2018, que meten Netflix o Google o todo eso, adentro del modelo UNESCO y de los Servicios de Comunicación Audiovisual cuando antes eran servicios catálogo de telecomunicaciones, ahí recién aparece la cuota, si nosotros hubiésemos planteado cuotas sobre servicios digitales nos internaban en un manicomio. No hay país en el mundo que lo hubiera hecho, en Canadá ahora lo están discutiendo recién, pero en Canadá tiene la ley del 91, yo hice mi última beca en Canadá en el 2012, la ley del 91 hablaba de contenidos de interés general abierto, cuando apareció todo esto explotó, yo fui a hacer una investigación sobre televisación digital a Canadá y digo bueno, dado las señales satelitales, ustedes tenían una regla con EEUU de uno a uno, dado el mundo internet, dado el mundo de televisión digital, cuales son los contenidos de interés canadienses, como ponen el freno, como ponen la cuota, en los seis pisos de la Comisión de la radio y televisión de Canadá me contestaron seis cosas diferentes respecto de cómo proteger los contenidos canadienses en internet. Algunas cosas se las lleva puesta la tecnología y no hay modo de pararla, lo ideal es que una ley no quede en la obsolescencia porque lo que regulas sean principios de actividad y no técnicas. Cuando decían la ley no regula internet y sí claro, no regula internet, no regula comercio electrónico, no regula banca electrónica, no regula los diarios web, pero fue una definición y para la época no nos quedamos cortos en nada, pero si, se podría pensar tranquilamente en que hay que incorporar los que los europeos incorporaron para plantear cuota en los servicios digitales de contenidos argentinos u obligarlos a los internacionales a producir lo que están haciendo, pero no solamente que produzcan cuando es un buen negocio, que hagan como los brasileños que recién lo hicieron en el 2012, es que obligan a las internacionales a contratar una productora local.

MG- Bueno, la última pregunta tiene que ver con algo que pasamos tangencialmente, hay un proceso posible más allá de la autonomía como para que los medios universitarios se

profesionalicen y también se profesionalicen desde el punto de vista del reconocimiento gremial, de pertenencia gremial.

DL- Es muy complejo porque si se acercan los gremios, la situación inestable de los trabajadores en un marco de retracción del mercado de trabajo, no me gusta la frase pero es entendible, complica la actividad sindical, Hubo una experiencia con tele, del blanqueo de las subcontratistas de una universidad del conurbano que producía para Encuentro y Encuentro no pedía la certificación sindical para pasar los contenidos, como si fuera no sé, el Instituto del Cine, lo cual generaba una corrida -no me estoy escapando es que estoy haciendo un rodeo a propósito- lo cual hacía una corrida muy compleja de que si contra esa universidad del conurbano competía en la licitación para los contenidos una productora privada, la diferencia del costo sea astronómica, por qué, porque esta universidad subcontrata a monotributistas. Cuando ibas a los blanqueos los tipos los colgaban, entonces cuando iban los encargados a hacer las afiliaciones decían, no para, me vas a rajar, no me vas a renovar, me vas a desafiliar, por eso se hizo sobre la salida del gobierno de Cristina, si mal no recuerdo, como 70 acuerdos con la universidades de trabajadores que habían dejado de trabajar, porque cuando Encuentro de corta la tira a la universidad, en la universidad tenían dispersas como 7 u 8 productoras. Los gremios se acercaron al CIN y la respuesta fue un espanto con los no docentes, en algunos casos de litigio no puntualmente en la emisora no lo sé, pero en algunos casos no docentes mal contratados a los cuales se los despide porque venían de contrato de pasantías o monotributistas o cosas extrañas, hay juicios que se les han ganado a las universidades por el reconocimiento profesional, el gran tema es de qué modo las universidades se avienen a tener más problemas de los que tienen, porque van a tener que lidiar con más gente de la que lidian, lo mismo pasa en los medios de las iglesias electrónicas, son todos UTEDYC, ha claro, cuando se le da por despedir o cuando alguno no blanqueaba periodistas, lo ponían como locutores y cuando se produce la ruptura relación- trabajo reclama por el estatuto del periodista y se lleva diez sueldo de mínima en lugar de uno. El tema es que, como las contingencias las paga el presupuesto nacional nadie se quiere hacer cargo de resolver eso, me parece que un acuerdo del CIN con algunos sindicatos allanaría parte de los problemas, pero para el CIN sería un agregado en su lista de cosas a resolver, contratar actores en el sindicato de actores sin hacer radio teatro en lugar de monotributistas, digo para poner profesionales sin currículum, o músicos por el sindicato de músicos sino la orquesta de no docentes, es demencial, pero es tan demencial como que los músicos tuvieran el mismo problema en el teatro San Martín, una especie de creencia que lo público solo es el profesionalismo y la convivencia es diferente. A ver, el Colón tiene un quilombo con el sindicato municipal y con ATE, que no es el sindicato de música. Ahí hay un problema de la exorbitancia del Estado de no reconocer escalafones específicos con las condiciones de trabajo y de reconocimiento profesional específico, no es lo mismo la licencia de un tipo del Colón que una licencia de un tipo del Cervantes y cuando los contratan, como los contratan, como empleados públicos a los actores, no.

GM- Me acordaba ahora que decís esto, que hubo una... Se limaron algunas asperezas en Radio Provincia con prensa.

DL- Si, con prensa y con locutores

MG- Y convivían dos regímenes pero resolvieron más o menos.

DL- Lo mismo se hizo en Encuentro entre televisión y UPCN, a las tareas técnicas se les aplicaba el convenio del televisión, las tareas administrativas por UPCN, Ahí se dieron los dos.

MG- Y, algo si no me equivoco Cristian Jure en La Plata tiene algo, me parece una mixtura que cuando produce ficción o docu-ficción o exteriores contrata por SATSAI.

DL- Es posible, no lo sé con detalles pero se hubo conversaciones.

MG- Si, hicieron algo que me dijo que me iba a mandar para que lo vea.

DL- Es una buena solución para lo que es apoyo pedagógico no docentes y lo que es no apoyo pedagógico profesional para televisión.

MG- Fenómeno, no mucho más, si se me ocurre alguna cosa más nos juntamos y, desde ya gracias.

ANEXO VII

Documentación Complementaria

Informe sobre el proyecto de relevamiento de radios universitarias pertenecientes a la Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales Argentinas (ARUNA)

Proyecto 1° Las Radios Universitarias Argentinas: Voces Múltiples

Fundamentos iniciales

El diseño de políticas de comunicación democráticas se sustancia con la participación de la diversidad de sujetos que intervienen en una sociedad. Sólo de este modo puede garantizarse la pluralidad de voces y la cualidad de representación político cultural de ciudadanas y ciudadanos. Uno de los sujetos fundamentales de esta construcción es la Universidad Pública que dignifica a la educación como derecho.

Tanto la comunicación como la educación son derechos humanos sustantivos para la construcción de la sociedad que garantice la justicia social. Producir soberanía comunicacional hace parte del ejercicio de estos derechos y el papel que cumple la Universidad Pública se vuelve fundamental.

Buena parte de nuestras Universidades Públicas cuentan con servicios de comunicación audiovisual, medios gráficos y propuestas multiplataforma. El presente proyecto se aboca centralmente a las radios universitarias (RRUU), sus realidades y sus necesidades.

Las treinta emisoras universitarias existentes hasta 2009 se duplicaron a partir de la Ley de Servicios de Comunicación audiovisual 26522. Esto permite una amplia cobertura de toda la geografía del país a través de la red de RRUU y constituye un crecimiento potencial constante para toda política comunicacional.

Por su envergadura numérica, la trama de su organización federal y la índole de sus propuestas comunicacionales, la Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales Argentinas (ARUNA) constituye además, una de las referencias insoslayables para los equipos de gestión de las emisoras universitarias de América Latina y de Europa.

Por otra parte la presencia de ARUNA y su participación en diferentes Foros nacionales e internacionales vinculados a la comunicación como: la Coalición por una comunicación democrática, la Multisectorial de la radio, la Red de medios del Mercosur, la Redes de

redes Radio Internacional Universitaria (RIU) y antes en la Red de Radios Universitarias de América Latina y el Caribe (RRULAC), la Asociación de Radios Públicas y universitarias de América Latina y el Caribe (ARPUALC), como también su participación en otras redes de carácter universitario como el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) y los recientes acercamientos por parte de FLACSO, reafirman su compromiso democrático y su fortalecimiento como organización radiofónica de alcance plural.

Estas vinculaciones, pertenencias y participaciones de carácter político comunicacional comprometen a las RRUU a profundizar en su capacidad presente y futura en el marco de un estratégico mapa de la comunicación radiofónica.

“Saber quiénes somos, cómo somos y desde donde nos constituimos” contribuye a ahondar en nuestras identidades como RRUU en tanto actores socio político culturales en su doble carácter institucional de pertenencia simultánea al sistema de educación superior como al de medios públicos desde donde construye espacio público.

Los datos obtenidos mediante un relevamiento a escala federal permitirán una mayor cohesión de la pluralidad de expresiones que configuran el sistema de RRUU, como así también de sus universidades en todas las articulaciones institucionales de las que participen en conjunto o en forma individual.

De esta manera se posibilita avanzar en la consideración de la dimensión político institucional del proyecto que sostiene a las diferentes radios universitarias, como así también el carácter de su estructura jurídica, la tecnología de la que dispone, sus alianzas institucionales y sus lógicas comunicativas en relación con la diversidad de audiencias que hoy suponen públicos lábiles y fragmentados.

El conocimiento de nuestras radios, en plural, posibilita coordinar sus distintas realidades que confluyen en objetivos generales comunes y en una complementación de esfuerzos compartidos dentro de un proyecto comunicacional englobador. Proyecto que supone posicionamiento para la gestión y producción de comunicación en tanto la naturaleza de un medio no sólo es cuestión de pertenencia, sino que nombra un modo de direccionar procesos comunicacionales en el espacio público, pautas y modos de posicionarse en relación a la sociedad y el estado.

Lo aquí expuesto sitúa, mediante el relevamiento de datos organizacionales, el desarrollo de políticas públicas en el ámbito de la comunicación en torno a las RRUU, basado en su

crecimiento, cobertura y articulaciones con el conjunto de la sociedad organizada y teniendo como vector común identificador la concepción y práctica de que la comunicación es un bien social de carácter público y que las radios universitarias deben ser el lugar de encuentro que abran nuevos horizontes comunicativos y culturales.

Participantes

Todas las Universidades Nacionales, Institutos Universitarios Nacionales y Universidades Provinciales que estén reconocidas e integradas dentro del “Consejo Interuniversitario Nacional” (CIN), o que en futuro se creen bajo cualquier otra denominación y sean reconocidas por el órgano superior del “CONSEJO INTERUNIVERSITARIO NACIONAL” (CIN), que tengan emisoras de radiodifusión sonoras en cualquiera de sus formatos analógicos o digitales, o bajo cualquier forma de emisión, que hayan que hayan comunicado formalmente al Comité Directivo y Ejecutivo el deseo de pertenecer a ella y hayan abonado la cuota correspondiente.

Objetivos

General

Realizar un relevamiento de los proyectos político comunicacionales de las Emisoras Universitarias de la República Argentina que permita identificar la gestión de las mismas (política, organizacional, tecnológica, económica), sus realidades y sus necesidades a partir de lo cual poder orientar políticas de estado que fortalezcan al sector y a la democratización de las comunicaciones en la Argentina.

Específicos

Identificar:

- a. Los proyectos políticos comunicacionales, las audiencias que construyen y las estrategias de planificación comunicacional;
- b. la relación de las emisoras con las políticas de estado local, provincial y nacional;
- c. las alianzas y proyectos que sostienen con otras organizaciones universitarias, de la sociedad civil, sindicatos, u otros medios o actores;
- d. la situación legal y su adecuación a la normativa vigente;

e. su participación en instancias locales, provinciales, nacionales e internacionales de defensa del derecho a la comunicación;

f. su participación en la Red de ARUNA y su relación con otras redes de servicios de comunicación audiovisual;

Caracterizar:

g. los vínculos de las emisoras con la universidad, facultades, carreras y cátedras de radio;

h. la dimensión organizativa, sus aspectos administrativos, planificación y evaluación del trabajo, asignación de roles tareas y organigramas operativos;

i. la dimensión económica: presupuestos, fuentes financiamiento y estrategias particulares de sostenibilidad;

j. las realidades laborales y de trabajo voluntarios que existen en las emisoras;

k. la dimensión tecnológica, recursos, estado de situación: lo que tienen y lo que necesitan;

l. el trabajo estratégico desarrollado en plataformas, agregadores, aplicaciones móviles y presencia en las redes digitales.

m. la propuesta comunicacional: tipo de programación, su composición y estrategias de trabajo comunicacional y periodístico.

Elaborar:

n. un mapa federal y realización de un directorio interactivo que se pueda ir actualizando de acuerdo a los cambios de gestión integral y diversidad de situaciones.

ñ. una propuesta de líneas de investigación que sirvan para orientar usos y posibilidades de trabajo con los resultados obtenidos por este relevamiento.

o. indicadores que permitan ponderar las contribuciones de las emisoras universitarias a la producción de contenidos a nivel local, provincial y nacional.

Enfoque metodológico

La investigación propone un estudio de alcance correlacional/explicativo a partir de un enfoque mixto entendido como aquel orientado a recolectar, analizar y vincular datos cuantitativos y cualitativos para responder al planteamiento del problema.

Primera etapa: fase cualitativa

Definiremos como elementos observables de la investigación al campo político-comunicativo, económico y de las tecnologías de las emisoras pertenecientes al sistema de medios universitarios que se agrupan en ARUNA. Las técnicas a aplicar serán: análisis de documentos, reglamentos, reseñas históricas, sistematizaciones, resoluciones y decretos y revisión bibliográfica de la problemática.

Segunda etapa: fase cuantitativa

Para testear y generalizar la situación de las emisoras universitarias en relación a sus condiciones frente a la prestación de servicios de radiodifusión utilizaremos datos de tipo numérico a partir de incorporación de la totalidad de casos para su muestra. A los efectos del presente estudio tomaremos como unidad de análisis a las emisoras de radio universitarias que componen el sistema de medios universitarios asociadas en ARUNA.

Algunos de los indicadores seleccionados para abordar el proyecto político-comunicativo de las emisoras están vinculados al modelo de gestión: Universidad, Tipo de servicio, Localidad, Provincia, Cobertura, Autorización, Inicio de emisiones regulares, Canal / Frecuencia, Potencia, Altura de antena, Marca, modelo y N° homologación de equipo transmisor, forma organizativa y organigrama, política laboral; por otra parte, también elaboramos indicadores correspondientes al modelo económico de las emisoras: oferta de servicio (N° de horas de programación), rutinas productivas, ingresos por publicidad tradicional y no tradicional, Subsidios, Donaciones y obligaciones con organizaciones gestoras de derechos, entre otros aspectos.

El trabajo de campo se desarrollará a partir de la aplicación de cuestionarios autoadministrables por vía digital con apoyo remoto del equipo de investigación. Se procederá luego del trabajo de campo al análisis estadístico de la matriz de datos resultante donde se describirán tendencias, se procederá a la comparación de grupos y a relacionar las variables intervinientes.

La población comprende a las emisoras universitarias asociadas a la red ARUNA, todas

ellas afincadas en el territorio de la República Argentina. La muestra está compuesta por 63 radios que se exponen a continuación: Región Noroeste-ARUNA: Universidad Nacional de Jujuy (FM 92.9 Radio Universidad), Universidad Nacional de Tucumán (FM 94.7 Radio Universidad), Universidad Nacional de Salta (FM 93.9 Radio Universidad), Universidad Nacional de Catamarca (FM 100.7 Radio Universidad), Universidad Nacional de Santiago del Estero (FM 92.9 LRK 312 Radio Universidad); Región Cuyo-ARUNA: Universidad Nacional de La Rioja (FM 90.9 Radio Universidad), Universidad Nacional de Chilecito (FM 104.1 Radio UNDeC), Universidad Nacional de San Juan (FM 93.1 LRJ 406 Radio Universidad), Universidad Nacional de Cuyo (FM 96.5 LRJ 403 Radio Universidad y FM 107.9 Fcpys Radio Abierta), Universidad Tecnológica Nacional (FM 94.5 UTN Mendoza), Universidad Nacional de San Luis (FM 97.9 LRJ 407 Radio Universidad); Universidad Nacional de Villa Mercedes (FM 93.7 Radio Universidad) Región Centro y Litoral-ARUNA: Universidad Nacional de Entre Ríos (FM 97.3 Radio Siruner-Concepción del Uruguay, FM 97.3 Radio Siruner- Concordia y FM 100.3 Radio Siruner- Paraná), Universidad Nacional del Litoral (AM 1020 LT 10 Radio Universidad y FM X 107.3), Universidad Nacional de Rosario (FM 103.3 Radio Universidad), Universidad Nacional de Córdoba (FM 88.7 Radio Revés, FM 102.3 Nuestra Radio y AM 580 Radio Universidad), Universidad Nacional de Villa María (FM 106.9 Radio Universidad), Universidad Nacional de Río Cuarto (FM 97.7 Radio Universidad), Universidad Tecnológica Nacional (FM 94.3 UTN Córdoba y FM 97.3 UTN Rafaela-Santa Fe); Región Patagonia Sur-ARUNA: Universidad Nacional de La Patagonia San Juan Bosco (FM 92.9 Radio Universidad), Universidad Nacional de La Patagonia Austral (FM 99.9 Radio Universidad), Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur (FM 106.9), Universidad Tecnológica Nacional (FM 93.5 UTN Río Grande); Conurbano Noroeste-ARUNA: Universidad Nacional de La Matanza (FM 89.1 Radio Universidad), Universidad Nacional de Gral. Sarmiento (FM 91.7 La Uni), Universidad Nacional de Moreno (FM 88.7), Universidad Tecnológica Nacional (FM 107.7 UTN Delta-Campana y FM 100.5 UTN San Nicolás), Universidad Nacional de Luján (FM 88.9 LRI 385 Radio Universidad); Conurbano Sur ARUNA: Instituto Universitario Ejército Argentino (FM 87.5 Radio Soldados), Universidad de Buenos Aires (FM 90.5 Radio UBA), Universidad Nacional de Avellaneda (FM 90.3 Radio Undav), Universidad Tecnológica Nacional (FM 88.3 UTN Avellaneda), Universidad Nacional de Lanús (FM 92.1 Megafón), Universidad Nacional Arturo Jauretche (FM 102.7 Mestiza), Universidad Nacional de Quilmes (FM 91.5 UNQ Radio), Universidad Nacional de Lomas de Zamora (Radio Conurbana:

<https://www.sociales.unlz.edu.ar/index.php/radioconurbanaunlz/>), Universidad Nacional de las Artes; Provincia de Buenos Aires-ARUNA: Universidad Nacional de La Plata (AM 1390 LR 11 y FM 107.5/), Universidad Nacional de Mar del Plata (FM 95.7 Radio Universidad), Universidad Nacional del Centro (FM 90.1 Radio Universidad), Universidad Nacional del Sur – Bahía Blanca (AM 1240 khz LRI 218), Universidad Tecnológica Nacional (FM 93.5 UTN Bahía Blanca).; Región Noreste Argentino-ARUNA: Universidad Nacional de Formosa (FM 102.7 LRH 851 Unaf), Universidad Nacional del Chaco Austral (FM 94.3 Radio Universidad), Universidad Tecnológica Nacional (FM 91.1 UTN Resistencia), Universidad Nacional de Misiones (FM 98.7 Radio Universidad), Universidad Nacional del Nordeste (FM 99.7 Radio Universidad); Región Patagonia Norte-ARUNA: Universidad Tecnológica Nacional (FM 92.1 UTN Neuquén), Universidad Nacional del Comahue (FM 103.7 Universidad-Calf – Neuquén y FM 89.1 Antena Libre – Gral. Roca), Universidad Nacional de Río Negro (www.raund.media Radio Universitaria Digital).

Plan de trabajo

- a. Revisión de los fundamentos y reconocimiento de investigaciones previas relacionadas con el tipo de relevamiento que se desea realizar.
- b. Adecuación de los objetivos en relación a los aportes recibidos.
- c. Elaboración de las principales referencias teóricas del presente proyecto.
- d. Definición de las precisiones metodológicas y la bibliografía de apoyo.
- e. Diseño de un modo de trabajo participativo con referentes de investigación de las universidades.
- f. Elaboración de un plan definitivo y cronograma de ejecución.

Cronograma tentativo

Fecha de elaboración final del plan y cronograma de trabajo: julio de 2020.

Fecha de Inicio de realización del proyecto de investigación: octubre de 2020.

Fecha de finalización: noviembre de 2020.

(Presentado ante la Comisión Directiva de ARUNA en Julio 2020, ante el presidente de la Red Prof. Aldo Rotman, por la Secretaría a cargo del autor de la Tesis)



LAS RADIOS UNIVERSITARIAS ARGENTINAS: MÚLTIPLES VOCES.

INFORME SOBRE EL RELEVAMIENTO DE
RADIOS UNIVERSITARIAS PERTENECIENTES
A LA ASOCIACIÓN DE RADIODIFUSORAS
UNIVERSITARIAS NACIONALES ARGENTINAS
(ARUNA)

CiN **ARUNA**
Asociación de Radiodifusoras
Universitarias Nacionales Argentinas

RESULTADOS
2020

Autoridades CIN

Presidente	Lic. Rodolfo Tecchi	
Comisión de comunicación y medios	Presidenta: Mg. Agustina Rodríguez Saá	Vicepresidente: Ing. Daniel Galli
Comisión directiva ARUNA:	La investigación se inició en el 2020 durante la Comisión Directiva encabezada por Aldo Rotman (UNER) y Esdenka Sandoval (UNGS) y concluyó en abril del 2021 con la CD a cargo de Claudio Ariazgo (UN) y Agustina Colucchi (UNLaM).	
Coordinación de Investigación:	Mary Esther Gardella (UNT) Diego Javier Ibarra (UNICEN) Martín Iglesias (UNQ) Claudia Villamayor (UNLP / UNQ)	
Equipo de Investigación:	Karina Chacur (Radio Universidad Nacional de Catamarca), María Inés Cuello (Radio Universidad Nacional de San Luis), Martín Iglesias (Radio Universidad Nacional de Quilmes), Esdenka Sandoval (Radio Universidad Nacional General Sarmiento), Claudia Gatica (Radio Universidad Nacional Villa María), Carolina Torres (Radio Universidad Nacional Arturo Jauretche), Elizabeht Furlano (Radio Universidad Nacional de Tierra del Fuego), Agustina Colucci (Radio Universidad Nacional de La Matanza), Cintia Vargas (Radio Universidad Nacional de Mar del Plata), Leticia Sayago (Radio Universidad Nacional Noroeste de Buenos Aires), Diego Ibarra (Radio Universidad Nacional del Centro de la provincia de Buenos Aires), Daniel Roldan (Radio Universidad Nacional de las Artes), Emiliano Venier (Universidad Nacional de Saña), Claudio Avliés (Universidad Nacional de Jujuy), Tina Gardella (Universidad Nacional de Tucumán) y Cristian Britos (Universidad Nacional de la Patagonia Austral).	
Diseño Metodológico, proceso de datos y capacitación	Mgter. Susana M. Morales y Mgter. Valeria Melrovich del Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del CEA – FSOC – UNC	
Diseño Gráfico:	Juan Pastrello	

Resumen ejecutivo

El informe que se presenta a continuación es el resultado del Relevamiento de radios universitarias de ARUNA, la Asociación de Radiodifusoras Universitarias Argentinas. Este informe, producto de la articulación del área de investigación de esa asociación con cátedras y espacios de investigación de distintas universidades argentinas, da cuenta de una tarea realizada de manera colaborativa y federal, ya que todo el proceso de investigación contó con la participación de integrantes de diferentes universidades de nuestro país, lo cual permitió una mirada abarcativa y eficaz desde la misma definición de los interrogantes que lo guiaron, hasta su aplicación.

Queremos destacar que es la primera vez que se realiza un relevamiento de Radios Universitarias que permite dar cuenta de las características comunicacionales, técnicas, tecnológicas, organizacionales y económicas del sector, un relevamiento realizado considerando dos ejes principales: las modalidades en que atraviesa las distintas dimensiones del quehacer radiofónico, la puesta en consideración de los derechos a la comunicación y la información, así como la cuestión de géneros.

Independientemente del valor intrínseco de los datos producidos, este mapeo permite redimensionar en términos conceptuales qué es lo que constituye una radio universitaria en nuestro país. La doble pertenencia, al sistema de educación superior y al de medios públicos, constituye un valor fundamental para diseñar proyectos institucionales que posicionen a la radio universitaria como actores socio-político culturales.

No podemos dejar de señalar que todo este esfuerzo hubiera sido imposible sin la decisión política de ARUNA, y de su Comisión Directiva, que articuló las inquietudes, perspectivas y recursos existentes para que alcancemos el objetivo planteado.

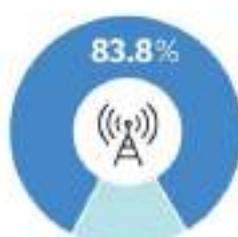
Este resumen ejecutivo, tiene como objeto destacar los datos más relevantes del informe, para orientar la lectura frente a la cantidad y complejidad de la información que se presenta de manera posterior.

ARUNA cuenta con 63 radios de las cuales fueron relevadas 57 de las cuales el 89,3% transmite por FM, el 7,1% por AM y el 3,9% son radios digitales. El sistema de radios universitarias tiene presencia en casi todas las provincias de nuestro país (excepto en La Pampa).



TRANSMISION

- FM
- AM
- radios digitales



COBERTURA

- entre 21 a 100km
- Otras

En términos de cobertura, el 83,8% transmite entre 21 a 100km de distancia. Si consideramos esta cobertura en términos técnicos y la población que vive en esos radios, potencialmente el 80% de ellas puede superar las 100.000 personas con la adecuada redefinición de sus estrategias de programación en base a una mejor comprensión de las características de esas posibles audiencias.

Sobre el proyecto político comunicacional:

En las radios universitarias existe una búsqueda que atraviesa múltiples dimensiones de aquello que nombra el derecho a la comunicación y la información. Entre las búsquedas de esas múltiples dimensiones que las radios más reconocen están **garantizar información diversa y plural** para los oyentes, ofreciendo distintas perspectivas sobre los temas que tratar, así como visibilizar y promover expresiones culturales locales. En este orden las emisoras universitarias se reconocen en los proyectos comunicativos, que refieren al vínculo de la universidad con la sociedad, nuevos temas y perspectivas a la agenda pública, al desarrollo cultural de la sociedad, a **la pluralidad con información fundada en la producción académica y científica de las universidades**.

En relación con su carácter universitario, el rol que las radios consideran que desempeñan con sus propias comunidades se vincula con la difusión de las iniciativas, aportes y perspectivas de esa comunidad, así como con informar sobre la vida institucional, política y académica de las instituciones.

En términos de proyectos comunicacionales, entre las radios universitarias predomina la búsqueda por relacionarse con un **público general** y con la **comunidad universitaria**. Sin embargo, es alto el porcentaje de radios que no tienen conocimiento sistemático sobre sus audiencias, con lo cual, carecen de herramientas para sa-

ber quiénes y cómo las escuchan. A su vez, los integrantes de las emisoras consideran que tienen un alto nivel de conocimiento de las radios más escuchadas en sus comunidades, sin embargo, desconocen cómo se ubican en relación con ellas en términos de oyentes.

Sobre la relación con actores extrauniversitarios

Es destacable que, para las radios, a la hora de vincularse con actores extrauniversitarios a escala estatal con el que aparecen mayores niveles de relación es el Estado Nacional.

En la relación con las organizaciones de las comunidades el principal vínculo se da a través de la difusión de información y la convocatoria como fuentes a integrantes de esas organizaciones.

Sobre la programación

Los criterios de programación de las radios universitarias se vinculan con dos cuestiones principales: **garantizar públicos amplios** y **garantizar una heterogeneidad de géneros y formatos**. La producción propia es la modalidad más señalada para el diseño de esa programación.

Con respecto a la **programación con perspectiva de género**, el **67,3%** plantea abordarlo de manera **transversal** y el **65,5%** señala la realización de artísticas específicas sobre el tema.

Sobre la producción de contenidos

La mayoría de las radios transmiten durante las 24 horas, de las cuales casi **la mitad transmite en vivo entre 12 y 18 horas**. De esas horas de transmisión, se destaca una mayoría de producción local de contenidos, es decir, programas y segmentos desarrollados completamente en las ciudades o regiones en donde éstas desarrollan su actividad.

En cuanto a la producción externa, la mayoría de las emisoras destina hasta 6 semanales para dichos contenidos. Idéntica cantidad de horas semanales destinan la mayoría de las radios para producciones pertenecientes a ARUNA, y también emiten hasta 6 hs. de producciones de cátedras, espacios académicos o institucionales.

Sobre las modalidades informativas y la musicalización

En cuanto a las modalidades informativas presentes en la radio casi la totalidad de ellas produce **programas informativos y recurren a columnistas** y un poco más de la mitad produce boletines informativos horarios y recurre al uso de móviles como recurso informativo.

El rock nacional e internacional y el folclore son los géneros musicales que predominan. De esto se destaca el rock nacional en la mitad de las emisoras, seguido del folclore como los más programados.

Entre las **temáticas que más se abordan en las emisoras, arte y cultura, así como la comunicación pública de la ciencia e información de actualidad** son temas desarrollados de manera permanente por más del 90% de las radios.

Sobre las estructuras organizativas

En las **estructuras de conducción las mujeres y otras identidades** no alcanzan el 50 por ciento. Esto se supera en las áreas de contenidos y programación.

Predominan las radios que tienen pequeñas estructuras de participación con alrededor de entre 11 y 20 personas. No todos los roles que se desempeñan en las radios de manera permanente están remunerados y muchos roles son cubiertos por las mismas personas.

Sobre las necesidades de formación

En el ámbito de **capacitación y formación** los radios **consideran necesario acceder** a temas como: Digitalización y redes sociales; Cuestiones técnicas (sonido, edición, post producción, mantenimiento); Conocimiento de audiencia; Perspectiva de género (la mayoría de las emisoras ya ha iniciado instancias en este sentido); Gestión, planificación y evaluación, entre otras consideraciones.

En referencia a la necesidad de las emisoras se destaca: **fortalecer el personal para la producción de contenidos.**

Finalmente, es destacable que sólo el **42,9%** de las emisoras del sistema de RRUU cuentan con **partidas presupuestarias específicas asignadas por las universidades.**

Introducción

Este informe es resultado del relevamiento de radios universitarias de ARUNA llevado adelante por la Comisión de Investigación y Capacitación de esa asociación durante octubre, noviembre y diciembre de 2020, cuyo objetivo es conocer las características tecnológicas, comunicacionales, organizativas, económicas y legales de las radios que la conforman, así como sus necesidades y expectativas.

La producción de un conocimiento preciso sobre las particularidades del sector permitirá que las políticas públicas se orienten al fortalecimiento de nuestras emisoras universitarias, reconociéndolas como un actor central del proceso de democratización de la comunicación en Argentina.

Este relevamiento busca saber quiénes somos, cómo somos, cuáles son nuestros proyectos y de qué modo nos constituimos como actores sociopolíticos y culturales, partiendo de reconocer nuestra doble inscripción: la pertenencia al sistema de educación superior y al de medios públicos. En este marco, esperamos que el conocimiento aquí producido nos permita diseñar estrategias para posicionarnos en el mapa nacional de medios.

Complementariamente, los datos producidos en el relevamiento aportan a la cohesión de la pluralidad de expresiones que conforman el sistema de radios universitarias a partir del reconocimiento de las particularidades que lo integran; de este modo, se consideran la dimensión político institucional del proyecto que sostiene a las diferentes radios universitarias, su estructura jurídica, la tecnología con la que se cuenta, las alianzas institucionales y las lógicas comunicativas en relación con la diversidad de audiencias que hoy suponen públicos lábiles y fragmentados.

El conocimiento de nuestras radios, en plural, posibilita coordinar sus distintas realidades, confluyendo en objetivos generales comunes y en una complementación de esfuerzos compartidos dentro de un proyecto comunicacional más amplio. Proyecto que supone definiciones y orientaciones para la gestión y producción de comunicación, en tanto la naturaleza de un medio no sólo es cuestión de pertenencia, sino que refiere a un modo de direccionar procesos comunicacionales en el espacio público, pautas y posicionamientos en relación a la sociedad y el estado.

La perspectiva que orienta este relevamiento está construida sobre dos ejes: los derechos a la comunicación y la información de nuestras comunidades y el modo en que se articulan nuestros proyectos comunicacionales en torno a la cuestión de géneros. Ambos ejes atraviesan cada una de las dimensiones del informe, ya que son vertebradores de ARUNA y sus emisoras.

Por otra parte, se destaca el aporte colaborativo de los equipos de trabajo de las emisoras que resultó fundamental para el presente trabajo de estudio de carácter federal. Para llevarlo adelante, las distintas comisiones de trabajo de ARUNA aportaron sus respectivas miradas e ideas sobre aquellos aspectos que consideraban importante relevar. A partir de allí, un equipo coordinador de este proyecto conformado por Martín Iglesias (UNQradio), Claudia Villamayor (UNLP / UNQ), Tina Gardella (UNT) y Diego Ibarra (Radio UNICEN), sistematizó todos estos aspectos y convocó a las Mgter. Susana M. Morales y Mgter. Valeria Meirovich del Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del CEA - FSOC - UNC, para la elaboración del abordaje metodológico del relevamiento, la confección del cuestionario, la realización de las distintas instancias de capacitación, el diseño de la base de datos, el procesamiento estadístico y la producción de este informe, proceso realizado en diálogo permanente con el equipo coordinador. En todo mo-

mento se trató de un trabajo colaborativo y federal en el que participaron integrantes de las radios universitarias como también docentes y cátedras de distintas universidades del país. En la aplicación del instrumento y carga de datos participaron Karina Chacur (Radio Universidad Nacional de Catamarca), Tina Gardella (Universidad Nacional de Tucumán), María Inés Cuello (Radio Universidad Nacional de San Luis), Martín Iglesias (Radio Universidad Nacional de Quilmes), Esdenka Sandoval (Radio Universidad Nacional General Sarmiento), Claudia Gatica (Radio Universidad Nacional Villa María), Carolina Torres (Radio Universidad Nacional Arturo Jauretche), Elizabeht Furlano (Radio Universidad Nacional de Tierra del Fuego), Agustina Colucci (Radio Universidad Nacional de La Matanza), Cintia Vargas (Radio Universidad Nacional de Mar del Plata), Leticia Sayago (Radio Universidad Nacional Noroeste de Buenos Aires), Cristian Britos (Universidad Nacional de la Patagonia Austral), Daniel Roldan (Radio Universidad Nacional de las Artes), Emiliano Venier (Universidad Nacional de Salta), Claudio Avilés (Universidad Nacional de Jujuy) y Diego Ibarra (Radio Universidad Nacional del Centro de la provincia de Buenos Aires).

En este marco, es destacable que este es el primer relevamiento sobre los medios del sector, que permite dar cuenta de las características comunicacionales, institucionales, organizativas, técnicas y legales del sistema de radios universitarias, así como trazar líneas de acción en torno a formación y elaboración colectiva de demandas del sector. A su vez, queremos señalar que ha sido impulsado, diseñado y llevado adelante de manera completa por la Comisión de Capacitación e Investigación de ARUNA.

Para llevar adelante este relevamiento, como decíamos, cada una de las áreas en las que se organiza ARUNA propuso un conjunto de ejes y preguntas que consideraba pertinente y necesario conocer. Esas propuestas fueron el punto de partida para elaborar un cuestionario de 85 preguntas sobre las distintas dimensiones que configuran los diversos proyectos radiofónicos integrados en la asociación. Luego, se realizaron distintas instancias de análisis y debate sobre ese cuestionario, en las que participaron todos los integrantes de ARUNA involucrados directa y activamente en este trabajo, se produjeron los ajustes pertinentes y se implementaron las instancias de capacitación para la aplicación de la encuesta y la carga de datos.

Para realizar las encuestas, se contactó a los responsables de las radios universitarias, indagando quién o quiénes eran las personas que mejor conocían los proyectos radiofónicos y su desarrollo cotidiano. Esto permitió que las encuestas fueran respondidas por directores de las radios, responsables generales, coordinadores o jefes de departamentos de comunicación de las distintas universidades. Si bien esta definición constituye un límite al momento de abordar ciertas preguntas en tanto pueden estar sesgadas por la perspectiva individual, apelamos al conocimiento y la experiencia en la radio de estas personas como un criterio prioritario. Por otro lado, es necesario destacar que todas las preguntas en torno a la programación fueron realizadas con referencia al año 2019, ya que el aislamiento social por la pandemia COVID-19 implicó un conjunto de cambios transitorios en las programaciones y rutinas institucionales que quedaron por fuera del relevamiento.

El cuestionario aborda las siguientes dimensiones de la radio: información institucional, dimensión político-cultural, vínculo de las radios con actores extra universitarios, programación, producción de contenidos, organización y gestión, formación, aspectos legales, estrategias

El proceso metodológico

y prácticas para la sostenibilidad económica y aspectos tecnológicos de cada emisora.

Para la aplicación del cuestionario se tomó en consideración el directorio de ARUNA con las radios pertenecientes a la asociación. De las 63 emisoras que la conforman, fueron relevadas 56: cuestiones vinculadas a las implicancias de la pandemia, así como dificultades de tipo institucional impidieron relevar a las cinco radios restantes, que son: Radio UBA; Radio Abierta de la FCPyS - UNCuyo-, Radio Soldados del Instituto Universitario Ejército Argentino, la FM100.5 de la Universidad Tecnológica Nacional de la regional San Nicolás y la FM 92.1 de la Universidad Tecnológica Nacional regional Neuquén. Por otro lado, entre las radios de ARUNA, hay algunas que no comenzaron sus emisiones, aunque ya se integraron a la asociación, como el caso de la radio de la Universidad Nacional de las Artes, razón por la cual no fue relevada. A su vez, uno de los casos relevados es una repetidora de AM580, Radio Universidad de los SRT de la Universidad Nacional de Córdoba, razón por la cual no la consideramos como una radio más.

El trabajo de campo se desarrolló entre octubre y diciembre de 2020, de manera virtual. Dadas las características del relevamiento, en muchos casos fue necesario desarrollar estrategias para que las radios pudieran brindar la información solicitada; en tal sentido, en algunos casos ello implicó hablar con las autoridades universitarias correspondientes e informar sobre los objetivos del proyecto, la información requerida y el tipo de uso de los datos proporcionados. A su vez, la exhaustividad implícita en el formulario, hizo necesario que se generaran distintas conversaciones para poner en común los datos técnicos y jurídicos de las radios.

Una vez relevadas, las encuestas se cargaron en una base de datos en común.

ARUNA cuenta con 63 radios miembros. De ellas, fueron relevados 56 ya que, como señalamos previamente, se presentaron algunas limitaciones para aplicar el instrumento en el universo total. A su vez, sobre uno de esos casos, como repetidora de otra radio, se tomó la decisión de no incorporarla ya que no constituye un proyecto comunicacional en sí mismo. Por lo tanto, los datos de este informe se producen sobre esos 56 casos, los que, según consideramos, permiten dar cuenta de las características generales del sistema de radios universitarias.

El procesamiento estadístico se realizó utilizando los programas informáticos Excel y SPSS.²²

Para facilitar el análisis y la interpretación de los datos obtenidos, así como la comparación con otros sistemas de medios, durante el procesamiento se agruparon los años de creación de las radios y televisoras en períodos históricos. Para ello, retomamos los intervalos elaborados por la RICCAP (2019), que considera a estos períodos en función de acontecimientos sociopolíticos que, de acuerdo con literatura en la materia (Kejval, 2018), tuvieron incidencia en el desarrollo y las estrategias del sector:

1924 a 1982: el período inicia con la salida al aire de la primera radio universitaria hasta el fin de la última dictadura cívico militar.

1983 a 1989: el período inicia con la recuperación de la democracia luego de la última dictadura cívico militar. Finaliza con la asunción de Carlos Menem como presidente de la Nación, cuyo gobierno inaugura una etapa de marcada profundización de la política neoliberal en Argentina.

1990 a 2001: La etapa coincide con el despliegue de las políticas neoliberales en el país y finaliza con la profunda crisis social, económica y política que comenzó a resquebrajar la hegemonía de aquel modelo.

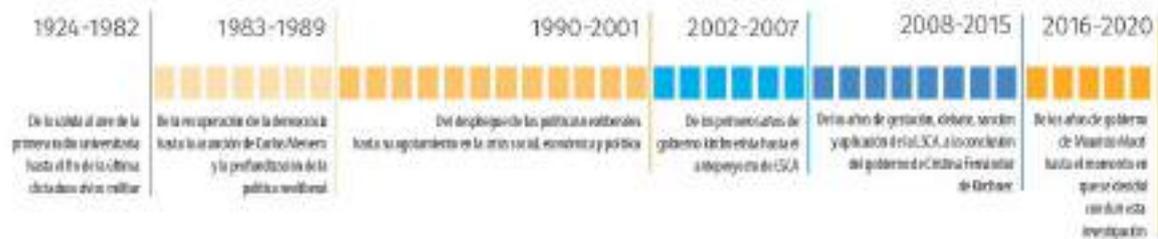
Datos Técnicos

2002 a 2007: El período abarca los meses posteriores a la crisis de 2001 y los primeros años de gobierno kirchnerista. Finaliza a inicios de 2008, cuando al calor de las pujas con los sectores patronales del agro argentino, el gobierno nacional adopta un posicionamiento nuevo respecto al sistema mediático. En ese contexto se empieza a trabajar el anteproyecto de LSCA que se presenta en marzo de 2009 y, tras una discusión en Foros Federales primero y en el Congreso luego, se convierte en ley en octubre de ese año.

2008 a 2015: La etapa abarca los años de gestación del proyecto, debate, sanción y aplicación de la LSCA. Finaliza en el momento en que concluye el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner.

2016 a 2020: El período abarca los años de gobierno de la coalición Cambiemos con Mauricio Macri como presidente y, con ello, un tiempo signado por la regresividad de derechos en diversas esferas sociales, incluidas las comunicaciones. Finaliza en 2020, momento en que se llevó a cabo esta investigación.

Períodos establecidos





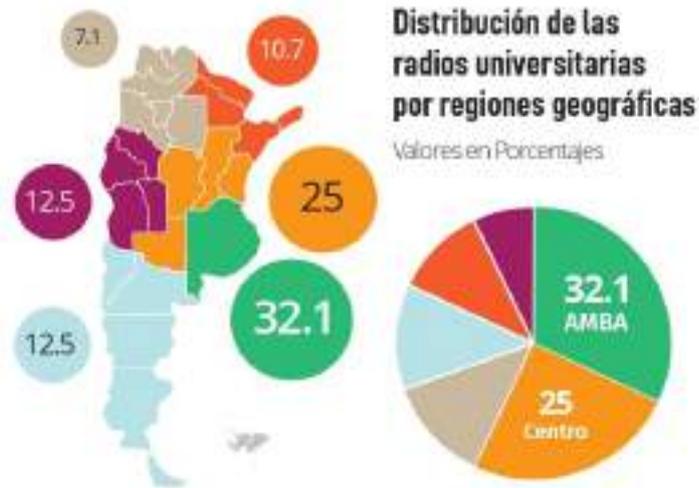
Las radios universitarias se concentran en la provincia de Buenos Aires, en ella se encuentra el 32,1% de las emisoras. Luego, le sigue la provincia de Córdoba con el 10,7%, luego las de Entre Ríos y la de Santa Fe con el 7,1% cada una, luego Chaco con el 5,4%, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego y Mendoza tienen cada una el 3,6% de las radios, mientras que Tucumán, Salta, Jujuy, Santiago del Estero, Catamarca, Formosa, Misiones, Río Negro, Santa Cruz, Chubut y San Juan concentran cada una el 1,8% de las radios.

En términos de provincias, podemos considerar que las radios relevadas están presentes en 22 de las 23 provincias argentinas, excepto en La Pampa. En términos de la cobertura del sistema de radios, CABA también está con-

1 Distribución geográfica y desarrollo histórico del sistema de Radios

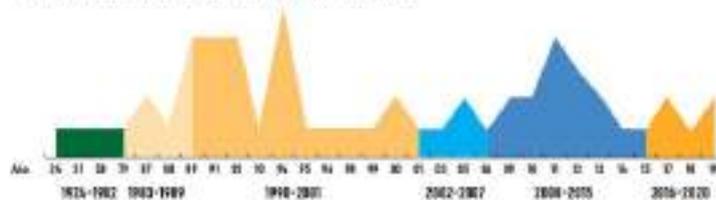
tenida ya que allí existe una radio que no fue relevada y una radio próxima a salir al aire.

En términos regionales, observamos que la mayor concentración de radios universitarias se encuentra en las regiones AMBA y Centro.



El año que da inicio a la gestión de las radios universitarias es 1924, cuando la UNLP inaugura las transmisiones de su emisora. Como observamos en el cuadro que sigue, el período entre 1990 y 2001 es el que concentra el mayor porcentaje de creación de radios universitarias, 37% (que en este caso representan a 21 nuevas radios) seguido por el período que va entre 2008 y 2015, cuando se crean quince nuevas radios universitarias.

Gráfico 1
Distribución de creación de radios universitarias



2.1. Derechos a la comunicación en las radios universitarias

Como decíamos al inicio, los derechos a la comunicación y la información constituyen uno de los principios orientadores de ARUNA y sobre los cuales, la asociación, pretende ser reconocida. Por tal razón, indagamos sobre la existencia de dichas nociones en los proyectos políticos comunicacionales de las radios. Para ello, abordamos las diferentes dimensiones que configuran este derecho, indagando cuáles de ellas se intentaban alcanzar en las propuestas de las radios. En tanto podían responder más de una alternativa, podemos reconocer que existe una búsqueda que atraviesa múltiples dimensiones de aquello que nombra el derecho a la comunicación y la información.

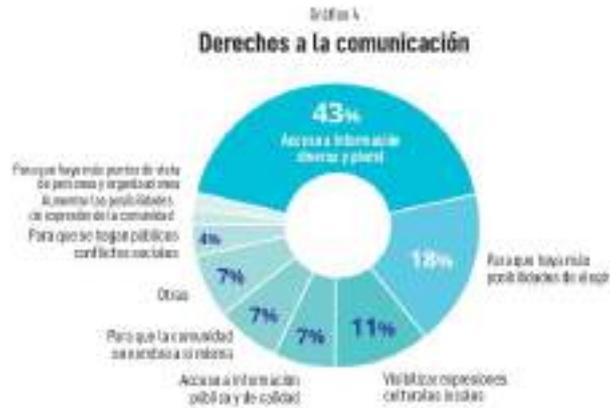
Como podemos observar, las dimensiones del derecho la comunicación y la información que las radios más reconocen como parte de sus búsquedas están el garantizar información diversa y plural para los oyentes, ofreciendo distintas perspectivas sobre los temas que tratar, así como visibilizar y promover expresiones culturales locales¹.

2 Dimensión político cultural del RRUU



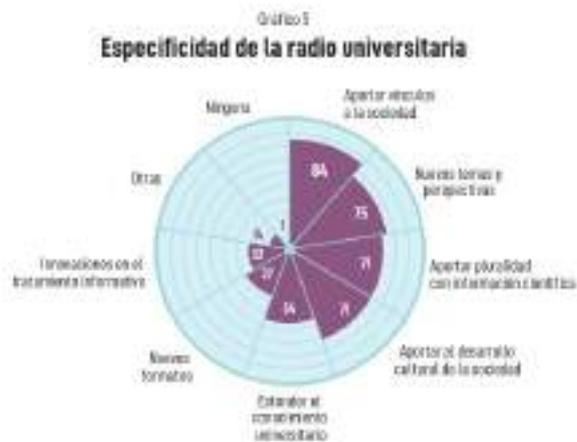
1. La opción Otras alude a aportar a la expresión de grupos sociales y culturales específicos, entre ellos, estudiantes de comunicación.

Sin embargo, cuando preguntamos cuál es la dimensión del derecho a la comunicación que mejor caracteriza a sus proyectos políticos comunicacionales, el 42,9% de las radios señalan el acceso a información diversa y plural.



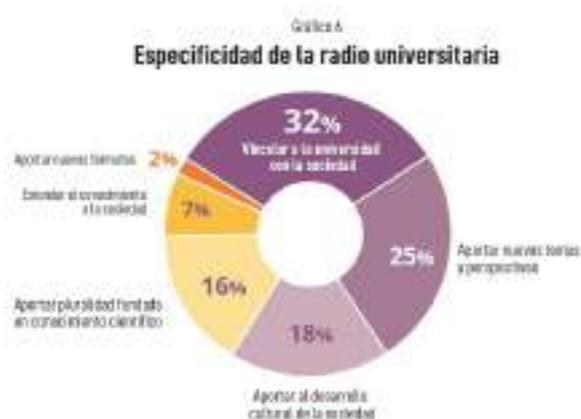
2.2. Especificidades y aportes de las radios universitarias.

De manera análoga, abordamos cuáles son las características y los aportes específicos de estas radios en tanto emisoras universitarias. Propusimos un conjunto de afirmaciones sobre estas características, y tal como observamos en el cuadro que sigue, las que más se reconocen



en los proyectos comunicativos de las radios universitarias son relativas a aportar al vínculo de la universidad con la sociedad; nuevos temas y perspectivas a la agenda pública; al desarrollo cultural de la sociedad; a la pluralidad con información fundada en la producción académica y científica de las universidades.

Cuando indagamos cuál es la característica en la que más se reconocen, señalaron: aportar al vínculo de la universidad con la sociedad, así como aportar nuevos temas y perspectivas a la agenda pública.

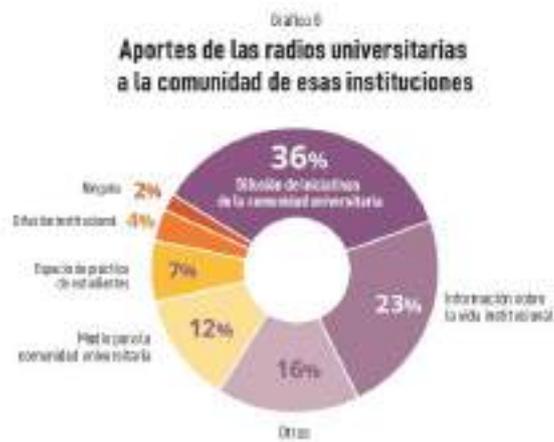


También trabajamos sobre los aportes de las radios a la comunidad universitaria de la que son parte. De la misma manera que con la pregunta anterior, aportamos un conjunto de proposiciones sobre ese vínculo, para indagar en cuáles de ellas se reconocen. Como observamos, el rol que las radios reconocen que desempeñan en relación con sus comunidades universitarias se vinculan a difundir las iniciativas, aportes y perspectivas de esa comunidad, así como con informar sobre la vida institucional, política y académica de las instituciones.

Ahora, cuando preguntamos cuál es el principal rol de las radios universitarias en relación con las comunidades de las que forman parte, también señalaron el difundir las



iniciativas, aportes y perspectivas de esa comunidad e informar sobre la vida institucional, política y académica de las instituciones.

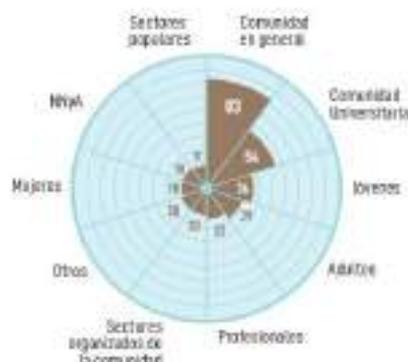


2.3. Público meta y conocimientos de audiencia

Conocer los públicos a quienes prevén dirigirse las radios constituye un elemento central de los proyectos comunicacionales, ya que da cuenta de con quiénes se espera construir un vínculo desde las emisoras universitarias. Si

observamos a quiénes esperan dirigirse las radios universitarias, reconocemos que en general intentan vincularse con más de un tipo de público específico, aunque predomina la búsqueda por relacionarse con un público general y con la comunidad universitaria.

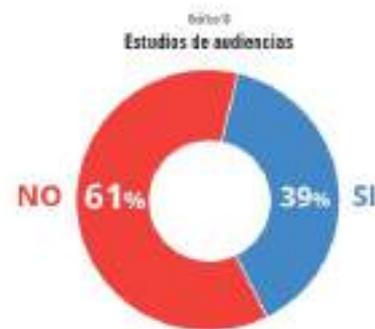
Gráfico V
Público meta de las radios universitarias



También indagamos sobre el conocimiento del mapa de medios local, para saber si los integrantes de las radios universitarias conocen algunos datos básicos que les permitan ubicar sus propuestas comunicacionales en el contexto más amplio de medios con los que comparten y/o disputan audiencias. En este sentido, el 69,6% de los integrantes de las radios consideran que conocen mucho cuáles son las radios más escuchadas en sus comunidades, el 19,6% conocen poco sobre este mapa, el 8,9% considera no saber nada sobre ese mapa y el 1,8% restante no sabe o no contesta.

En un sentido similar, preguntamos si consideran conocer con qué otras radios de la comunidad comparten el público. El 60,7% considera que conoce mucho al respecto, el 25% conoce poco, el 8,9% no sabe o no contesta, mientras que el 5,4% restante no conoce nada.

Es destacable que el 60,7% de las emisoras no cuentan con estudios de audiencia que les permitan conocer, más allá de la propuesta del público meta, cuál es su audiencia real. Esto implica una dificultad para trazar estrategias orientadas a ampliar las audiencias ya que se desconoce cuál sería una audiencia potencial para esas radios, como así también las razones por las que sí y por las que no son escuchadas, y las preferencias generales del público a quien pretenden dirigirse.



Entre las radios que cuentan con esa información (22), dos de ellas poseen más de un tipo de estudio. El 36% de las emisoras cuenta con estudios propios de carácter cuantitativo o cualitativo, el 31,8% cuenta con otros tipos de estudios (analítica de redes, encuestas propias por redes sociales, acceso a encuestas de otros medios, de distintos niveles de gobierno o consultores privados, así como trabajos de estudiantes), el mismo porcentaje cuenta con estudios de audiencia social, mientras que el 13,6% cuenta con estudios de la consultora KANTAR IBOPE.

En este eje nos interesaba conocer cuáles son las distintas relaciones que las emisoras universitarias tienen con diversos tipos de actores extrauniversitarios, ya que estos vínculos constituyen una dimensión central de la sostenibilidad de los proyectos comunicacionales.

En relación con el Estado en sus distintos niveles, propusimos un conjunto de vínculos posibles que definan esas relaciones. En este sentido podemos hacer una serie de consideraciones. En primer lugar, es notable que el Estado Nacional es el nivel estatal con el que aparecen porcentajes más altos de distintas formas de relación, entre los que destacan la difusión de información provista por fuentes oficiales, la producción de contenidos propios a partir de la información brindada por esas fuentes y la transmisión de contenidos producidos por distintos organismos nacionales.

En relación a los estados provinciales, observamos que la difusión de información constituye la relación que más radios establecen con ese nivel estatal, como así también la convocatoria de funcionarios que participan en calidad de fuentes – para esta modalidad de relación, las provincias son las que mayores porcentajes concentran-. Si bien la provisión de pauta oficial como modo de relación es bajo en general, la jurisdicción provincial es la que concentra mayores niveles de presencia en este modo de relación.

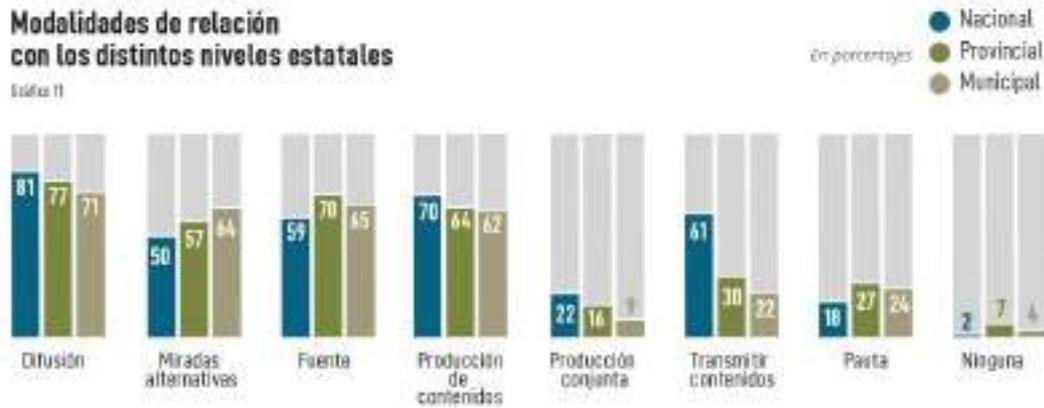
En relación con el estado municipal, resulta notable que el mismo es identificado como la jurisdicción con los niveles de respuesta más bajos. A su vez, es el nivel que mayor porcentaje de radios identifican con la posibilidad de proponer miradas diferentes sobre la información provista por fuentes oficiales.

Ahora, si observamos cuál es el modo de relación que mejor caracteriza el vínculo de los distintos niveles estatales con las radios universitarias, observamos que en

3 Relación con actores extra universitarios.

Modalidades de relación con los distintos niveles estatales

Gráfico 11



relación con los tres niveles estatales -pero especialmente provincias y municipios-, se destaca la producción de contenidos a partir de la información provista por dichas jurisdicciones.

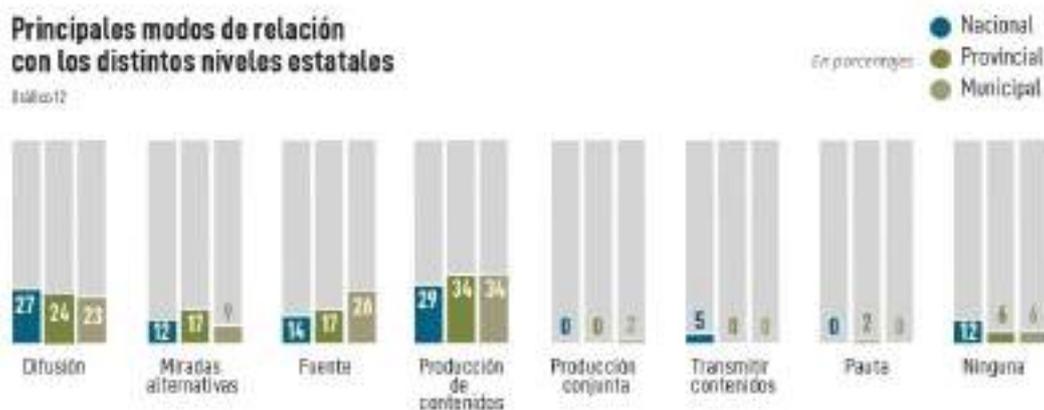
Respecto del estado nacional, éste también concentra porcentajes importantes vinculados a la difusión de la información provista por fuentes oficiales. A su vez, es el nivel estatal con el cual aparece un mayor porcentaje de radios que no tienen ningún vínculo y también sobre el cual se retransmiten contenidos producidos por distintos organismos nacionales.

En relación con las provincias, es el nivel estatal sobre el cual se reconoce como principal modo de relación, la producción de miradas alternativas a la información que proveen de manera oficial; asimismo, es el nivel estatal cuyo principal modo de relación está dado por el aporte de pauta.

Sobre la relación de las radios con los municipios y en comparación con las demás jurisdicciones, podemos observar que es el vínculo que más se caracteriza por convocar a funcionarios como fuentes y el único en el que la producción conjunta de contenidos tiene alguna incidencia.

Principales modos de relación con los distintos niveles estatales

Gráfico 12



En relación con las organizaciones de las comunidades a las que pertenecen las radios universitarias, se plantean una diversidad de vínculos. Como podemos observar, la difusión de información y la convocatoria como fuentes a integrantes de esas organizaciones es el modo de relación que el mayor porcentaje de radios establece con las organizaciones y también el modo que mejor caracteriza a esa relación.

Comparativo cantidad de radios que establecen modalidades de relación con organizaciones con principales modos de relación con esas organizaciones sociales

Gráfico 13

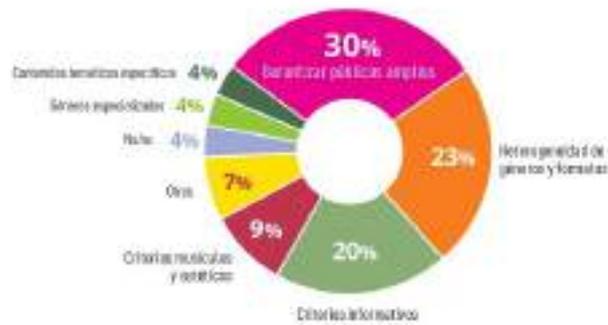


4 Programación

La programación de la radio se realiza en función de un proyecto político comunicacional a partir del cual se jerarquizan cuestiones estéticas, temáticas, de géneros radiofónicos y modalidades informativas sobre las cuales se establecen vínculos con la audiencia.

En este marco, podemos observar que los criterios de programación de las radios universitarias se vinculan con dos cuestiones principales y en cierto sentido, consecuentes entre sí: garantizar públicos amplios y garantizar una heterogeneidad de géneros y formatos. Luego, aparecen los criterios informativos y periodísticos como un tercer eje de programación.²

Gráfico IV
Criterios de programación de las radios universitarias



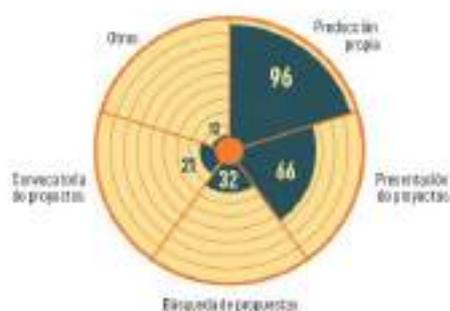
El diseño de la programación es una tarea fundamental para plasmar los proyectos comunicacionales de las radios universitarias. El modo en que se diseña, nos posibilita pensar las distintas maneras de articular las propuestas en modalidades de producción que ponen en juego tanto la perspectiva propia como distintos modos de participación en las radios.

En este sentido, observamos que el 96,5% de las radios señala la producción propia como modalidad para el

² En algunos casos, no se puede establecer un solo criterio de programación por lo cual apelamos al principal.

diseño de su programación, el 66,1% contempla la presentación de proyectos de productoras, organizaciones o distintos tipos de grupos y personas, el 32,1% busca programas para la grilla en función de su propia definición de temas y criterios estéticos y el 21,4% realiza convocatorias abiertas de proyectos de programas para las radios.

Gráfico 8
Modalidades de diseño de grilla de programación



Y el modo en que se realiza este diseño, da cuenta de diferentes formas de entender la participación en la radio, ya que permite reconocer qué niveles de involucramiento de las universidades, facultades, organizaciones u otras instituciones se habilitan. En este sentido, es destacable que, además de las emisoras en las que es el Área de Programación específica (50%) quien la diseña, el 48% de ellas señala la participación de distintas áreas de la radio y el mismo porcentaje se refiere a la participación de organizaciones sociales. La participación institucional universitaria aparece en el 44,4% de las radios cuando a dicho involucramiento lo protagonizan las autoridades y en el 24,1% de los casos cuando las radios consideran a las distintas unidades académicas para pensar la programación. Por su parte, es destacable que cuando se nombran otros actores que participan en el diseño de la programación, en general se hace referencia a estudiantes universitarios.



4.1. Programación y perspectiva de géneros en las radios universitarias.

Tal como señalamos en la introducción, uno de los ejes de este relevamiento tiene que ver con las modalidades diversas que la cuestión de géneros atraviesa las distintas dimensiones de los proyectos comunicativos de las radios universitarias. En relación a la programación, podemos destacar que sólo el 3,6% de las emisoras no respondió cómo aborda esta cuestión, y que casi todas las radios lo hacen de más de una manera en su programación: en particular, el 67,3% plantea abordarlo de manera transversal a su programación y el 65,5% señala la realización de artísticas específicas sobre el tema.



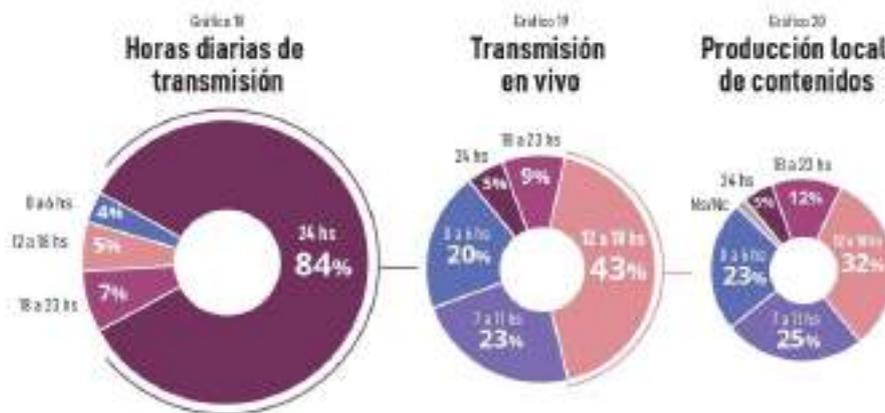
Por otro lado, es destacable que el 69,6% de las emisoras universitarias produjeron regulaciones en torno al uso del lenguaje inclusivo con perspectiva de géneros o lenguaje no sexista. Mientras que el 46,4% de las radios emite el programa El Hilo Violeta, el cual aborda temáticas de género y es producido en red por integrantes de ARUNA.

5. Producción de contenidos

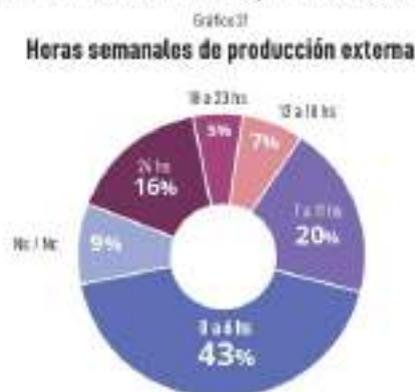
El 83,9% de las emisoras transmiten durante las 24 hs.

De ellas, el 42,9% de las radios transmite entre 12 y 18 hs. diarias de producción en vivo.

De esas horas de transmisión, el 32,1% de las emisoras pone al aire entre 12 y 18 hs. de producción local de contenidos, es decir, programas y segmentos desarrollados completamente en las ciudades o regiones en donde éstas desarrollan su actividad.



En cuanto a la producción externa, es decir, producción realizada por colectivos, personas, organizaciones o instituciones que no pertenecen a la radio, la mayoría de las emisoras destina hasta 6 semanales para dichos contenidos.

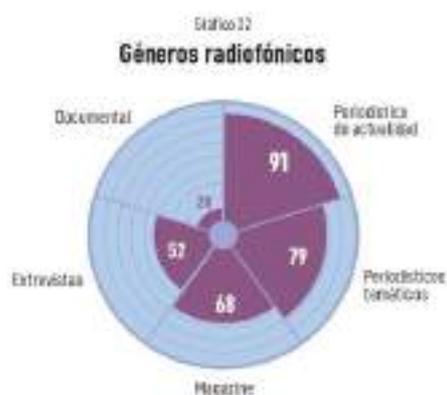


Mientras que el 66,1% transmite hasta 6 hs. semanales de la producción de radios pertenecientes a ARUNA y el 69,6% transmite hasta 6 hs. de producciones de cátedras, espacios académicos o institucionales. En este sentido, es destacable que el aire de la radio no aparece en general como un ámbito para la expresión de las propias comunidades universitarias y su ejercicio al derecho a la comunicación.

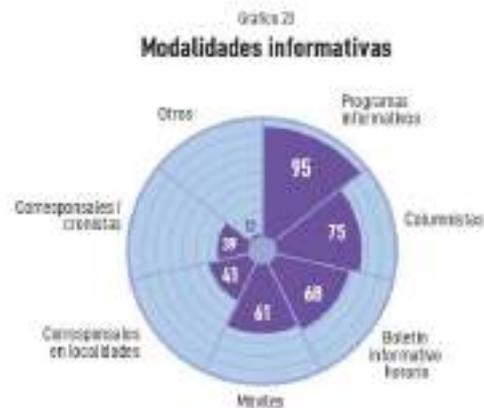
5.1 Géneros radiofónicos, modalidades informativas y musicalización.

En este ámbito, también indagamos en torno a los géneros que utilizan las radios universitarias a la hora de producir sus contenidos.

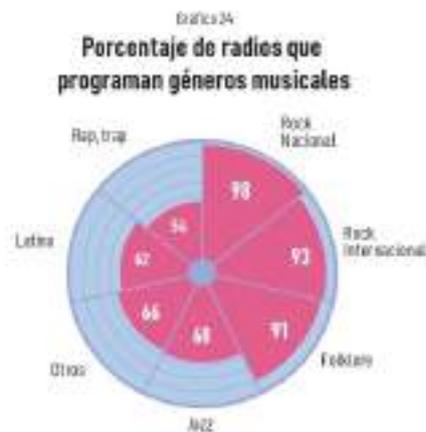
En primer lugar, es destacable que el 77% de las radios plantearon utilizar hasta cinco géneros radiofónicos diferentes: periodísticos de actualidad, periodísticos temáticos, magazines, documentales, entrevistas, informes y reportajes, crónicas y columnas de opinión fueron los géneros nombrados. Luego, al ordenar esos géneros según la cantidad de horas que son utilizados para el desarrollo de la programación de la radio, el 91,1% de las radios señaló que utiliza el género periodístico de actualidad como el principal para su programación.



En cuanto a las modalidades informativas presentes en la radio, el 94,3% de ellas produce programas informativos, el 75% acude a columnistas y el 67,9% produce boletines informativos horarios.



En relación con la programación musical de las radios universitarias, podemos observar que predominan las radios que pasan rock nacional, internacional y folclore; mientras que los ritmos asociados a los consumos culturales de las personas jóvenes son programados por un menor porcentaje de radios. Entre quienes respondieron Otros, destacan la cumbia, el tango y la música Indie.



Si consideramos cuáles son los géneros musicales más programados por las radios, el rock nacional es el más importante en el 55% de los casos, luego le siguen el latino y el folclore.

En cuanto a criterios de musicalización, el más utilizado es el de emitir diversidad de géneros en todos los programas (62,5% de las radios), mientras que unificar géneros por segmentos o programas es un criterio utilizado por el 33,9% de las radios. El porcentaje restante (3,6%) articula toda la programación alrededor de un solo género musical. A su vez, el 94,6% de las radios consideran como criterio la incorporación de músicos/as locales, el 68% emite música producida por mujeres o diversidades sexuales y el 80% considera relevante para su programación musical la incorporación de música en castellano.

En cuanto a algunas temáticas que son relevantes socialmente, nos interesó indagar si están o no presentes en las radios universitarias a través de segmentos permanentes o programas que las aborden. Como podemos observar, arte y cultura, así como la comunicación pública de la ciencia e información de actualidad son temas desarrollados de manera permanente por más del 90% de las radios. Mientras que la historia local o pueblos originarios son las temáticas menos tratadas por las radios, alcanzando alrededor del 60% de las emisoras universitarias.



5.3. Otras modalidades de transmisión: radios abiertas, coberturas especiales y campañas

El 62,5% de las radios universitarias realiza radios abiertas en espacios públicos. A su vez, el 85,7% ha realizado coberturas periodísticas especiales: elecciones locales, eventos culturales (como ferias del libro), juicios por delitos de lesa humanidad, efemérides institucionales universitarias, paros nacionales de mujeres, son algunos de los temas que convocan a este tipo de coberturas.

Por su parte, el 76,8% de las radios universitarias ha desarrollado campañas sobre temáticas particulares: campañas por distintas cuestiones vinculadas a desigualdades de géneros, campañas solidarias, campañas de promoción de la economía popular, por el derecho a la identidad, campañas preventivas sobre distintas enfermedades, son algunos de los temas por los cuales se desarrollan este tipo de acciones desde el sistema de radios universitarias.

5.4 Estrategias digitales de las radios universitarias.

El 82,1% de las radios producen piezas enlatadas, como podcast o cortes de programas que se ponen a disposición de las audiencias para ser escuchados de manera atemporal.

En cuanto al uso de herramientas digitales como canales de difusión de la emisora, podemos observar que predominan el uso de las páginas de facebook, las páginas web oficiales y los perfiles de Instagram.

Sin embargo, a pesar del extendido uso de herramientas digitales, observamos que solamente el 57,1% de las radios indicaron producciones específicas que atiendan

a la particularidad de los soportes digitales (duración de las notas, pautas de edición, etc.).



6. Organización y gestión en el sistema de radios universitarias

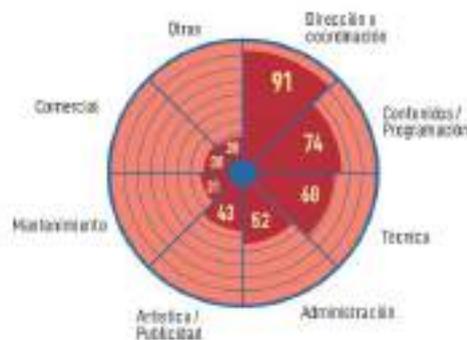
A continuación, abordaremos cómo se organizan y gestionan las radios, quiénes las conforman, cuáles son las distintas modalidades de participación, de trabajo y de contratación; asimismo indagaremos el modo en que la dimensión de género aparece de forma transversal a dicha configuración.

6.1 Estructura de conducción

El 89,3% de las radios cuenta con una estructura de conducción formalizada y consolidada. De ellas, en el 21,8% de los casos esa estructura está conformada por una sola persona, en el 17,8% está conformada por dos, en el 16,4% por cuatro, en el 12,4% por seis, en el 10,2% por tres, en el 7,6% por siete, en el 7,1% por cinco y en el 6,7% por ocho.

Como observamos en el cuadro que sigue, en el 90% de los casos la dirección o coordinación forma parte de la conducción, en el 74,1% el área de contenidos o programación y en el 68,5% el área técnica.

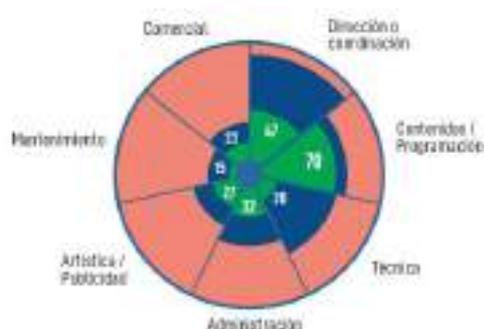
Gráfico 27
Áreas que conforman la estructura de producción de las radios universitarias



Ahora, si comparamos las estructuras de conducción de las radios universitarias con la presencia de identidades de género no masculinas, observamos que en la direc-

ción o coordinación no alcanzan al 50% de los casos. Las áreas de conducción con mayor presencia relativa de diversidad de géneros son las de contenidos o programación y el área comercial.

Gráfico 28
Comparativo áreas de conducción y diversidad de géneros a cargo de esas áreas.



6.2 La participación en las radios universitarias

Una de las dimensiones que abordamos fue el reconocimiento de las personas que participan de manera regular en las radios: aquellas que en diferentes roles y actividades desarrollan actividades de manera regular en las emisoras al menos una vez por semana. Como podemos observar, predominan las radios que tienen pequeñas estructuras de participación con alrededor de 20 personas, aunque las de mayor tamaño cuentan con una presencia importante de personal con asistencia regular.

Ahora, si consideramos la participación de mujeres y otras identidades de géneros en las radios y la comparamos con la participación en general, podemos observar que se concentra en los intervalos más bajos.

Gráfico 29
Cantidad de personas que participan de las RUU

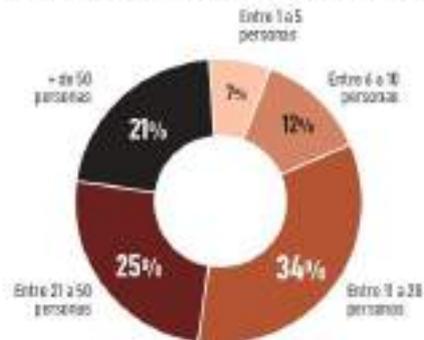
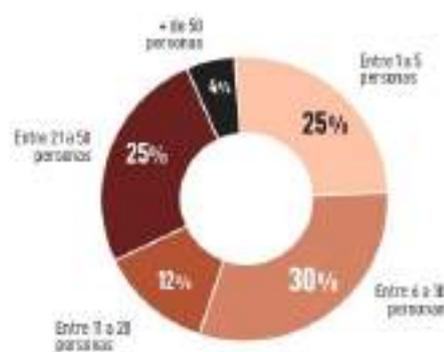


Gráfico 30
Participación de mujeres y otras identidades



6.3 La estructura de las radios universitarias: composición y remuneración.

En el cuadro que sigue podemos observar qué porcentaje de radios tienen cubiertos los distintos roles que sostienen la estructura de funcionamiento de una radio. Vamos a considerar los roles cubiertos, ya que en muchos casos las mismas personas se desempeñan resolviendo más de una tarea vital para el desarrollo diario de las emisoras: los roles de director, coordinador, conductor y

productores, están cubiertos en alrededor del 90% de las radios del sistema universitario.

Los roles de columnistas, editores de arte, coordinadores, comunicadores digitales, están cubiertos en más del 60% de las radios, mientras que los roles de musicalizadores, programadores, administrativos y técnicos de mantenimiento están cubiertos en más del 50% de las radios.

Finalmente, los vendedores de publicidad, los contadores y maestranzas son los roles con menor cobertura dentro de las radios.



A pesar de que estos roles vitales para el funcionamiento estén cubiertos, no todos están remunerados. No sólo – como ya indicamos, por la cobertura múltiple de estos roles por parte de la misma persona– sino porque además, muchas veces se cubren de manera voluntaria o no remunerada.

Como podemos observar, los roles que cuentan con mayores niveles de remuneración son los de operador, director, productor o periodista, vendedor de publicidad y

contador. Columnistas, maestranzas y editores de arte están remunerados en el 66% de las radios, mientras que en el resto de los roles, apenas más de la mitad de las emisoras cuentan con personal remunerado.



Finalmente, analizamos la presencia de mujeres y otras identidades de género en los distintos roles que sostienen el funcionamiento de la radio. En este sentido, es necesario destacar que el dato que presentamos no significa que ese rol esté cubierto de manera integral por

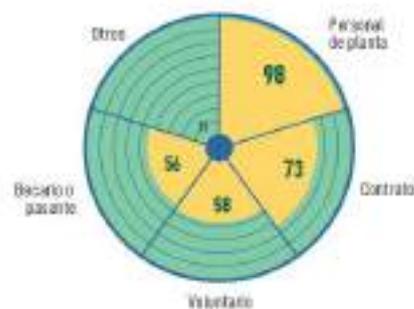


otras identidades de género diferentes a la masculina, sino que esas otras identidades están presentes en su cobertura. Así, podemos observar que los roles en los que hay mayor presencia femenina y de otras identidades de género son los de moderador o conductor, el de columnistas o colaboradores, mientras que aquellos roles donde hay menor presencia son los de técnicos de mantenimiento.

6.4. Organización laboral de las radios universitarias.

Como observamos en el cuadro que sigue, en el sistema de radios universitarias coexisten diferentes tipos de vínculos laborales. En casi la totalidad de los casos relevados se cuenta con personal de planta, mientras que las figuras de becarios y voluntarios alcanzan a más de la mitad de las radios. En general, la referencia a otras formas de vínculo laboral con las radios alude a distintos modos de presencia estudiantil en el desarrollo cotidiano de tareas.

Gráfico III
Modalidades de vínculo laboral con las RRUU

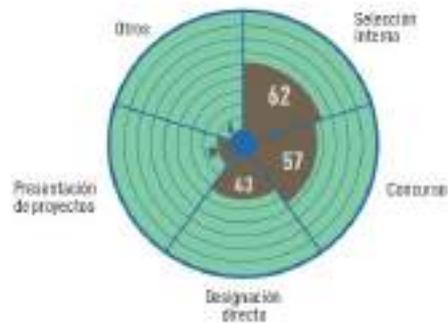


Sin embargo, cuando preguntamos cuál es la forma de vínculo laboral más importante en las radios, el 64,3% corresponde a personal de planta, el 14,3% a voluntarios, y el mismo porcentaje a contrataciones, mientras que el

3,6% corresponde a becarios o pasantes. Finalmente, el 3,6% señaló otros tipos de vínculos laborales que son llevados a cabo para el sostenimiento general por parte de estudiantes.

Por otro lado, indagamos sobre las modalidades de ingreso a las emisoras universitarias de las personas que tienen algún tipo de remuneración. Del mismo modo que en la pregunta anterior, en las radios coexisten diferentes tipos de ingreso a las actividades remuneradas, entre las que destacan la selección interna a la institución universitaria y el concurso.

Gráfico 36
Modalidades de ingreso a actividades remuneradas



Ahora, si consideramos cuál es el principal modo de ingreso a las actividades remuneradas de las radios universitarias, predomina el concurso (37,5%), la selección interna (26,8%) y la designación directa (21,4%). El porcentaje restante corresponde a otras modalidades de ingreso a actividades remuneradas.

6.5. Aspectos organizativos para fortalecer

Cuando propusimos un conjunto de dificultades organizativas comunes a las radios, es destacable que sólo el 6% de las radios relevadas respondió enfrentar una sola dificultad, mientras que el 31% señaló poseer hasta cinco dificultades diferentes.

Como observamos, la dificultad más señalada se vincula con los recursos materiales y luego, con el personal para el desarrollo de diferentes actividades, y con la planificación institucional y comunicacional. A continuación, le sigue la estructura organizativa propia de las radios y el vínculo con las universidades a las que pertenecen.

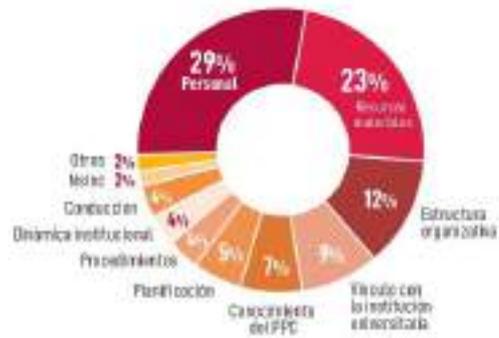


Cuando indagamos cuál es el principal problema organizativo, la estructura de preferencias es similar a la anterior: predominan la cuestión del personal y los recursos materiales.

Finalmente, en cuanto a las cuestiones organizativas, abordamos cuáles son los tipos de vínculos institucionales de las radios con las universidades a las que pertenecen.

El 35,7% funcionan como instituciones autónomas respecto de la universidad, pero con distintas modalidades de articulación; el 30,4% depende de manera directa del rectorado y sus áreas de comunicación; el 19,6% tiene otras modalidades de vinculación (que en general se refieren a áreas particulares de los rectorados o facultades), y el 14,3% restante corresponde a la dependencia de alguna facultad.

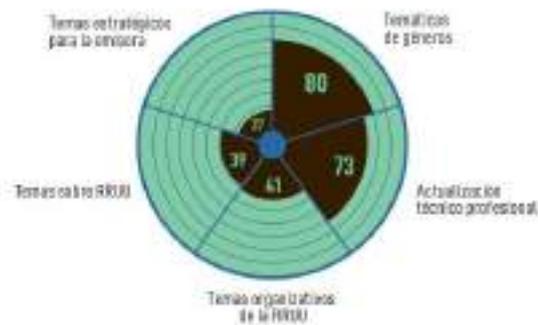
Gráfico 36
Principales dificultades de las RRUU



6.6. Formación.

El 73,2% de las radios genera propuestas de formación. De ellas, quienes desarrollan este tipo de actividad lo hacen sobre más de un tema. Como observamos en el cuadro que sigue, el 80,5% genera instancias de formación sobre género en adhesión a la Ley N°27.499 (conocida como Ley Micaela) y el 73,2% actualizaciones de carácter técnico profesional.

Gráfico 37
Temáticas abordadas en la formación



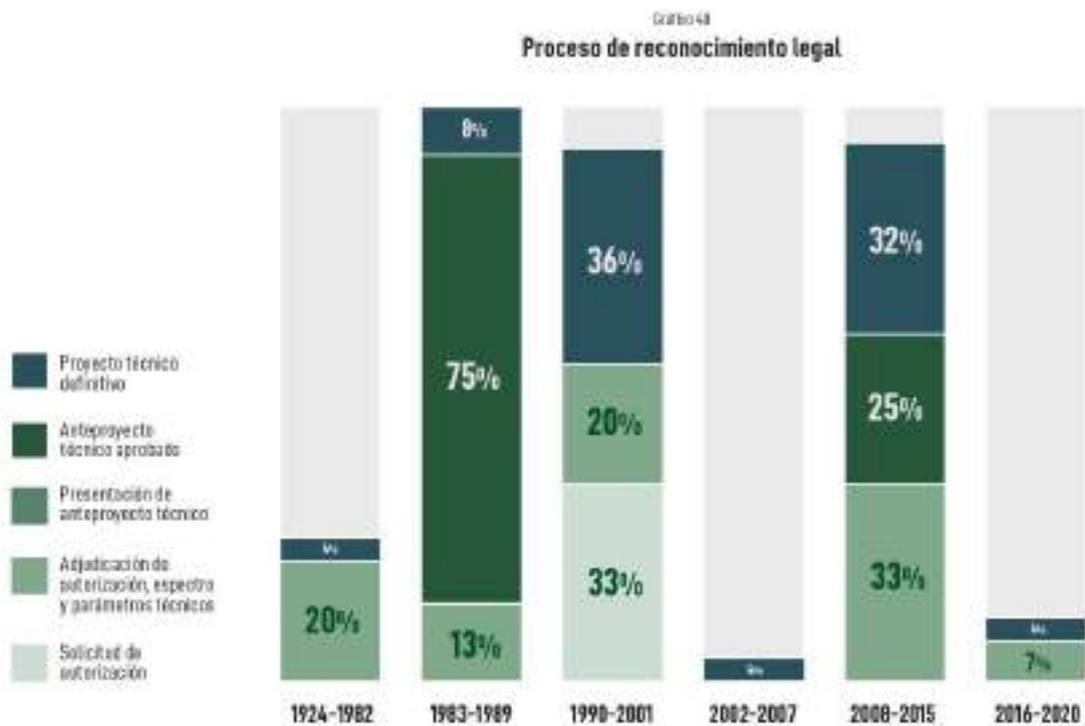
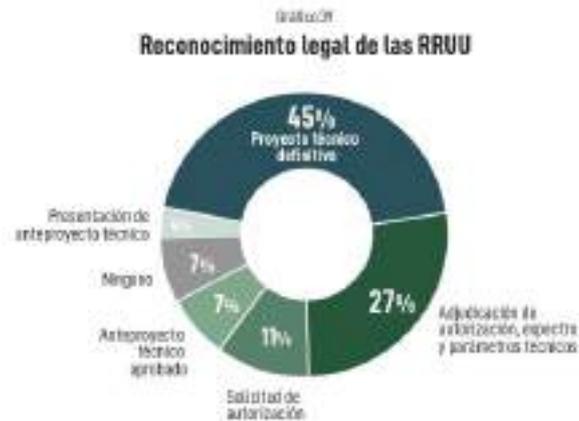
En cuanto a temas y aspectos sobre los cuales parece necesario acceder a formación, también las radios respon-

dieron refiriéndose a más de uno: como observamos, el 87,5% planteó la necesidad de formación sobre digitalización y redes sociales y el 71,4% sobre cuestiones técnicas como sonido, edición o postproducción. Quienes plantearon otros temas, hicieron referencia a temáticas específicas como discapacidad, comunicación de la ciencia y otras cuestiones tecnológicas más específicas.



7. Aspectos legales

Las emisoras cuentan con distintos tipos de reconocimiento legal: de ellas, el 7,1% no tiene ningún tipo de reconocimiento, mientras que el 44,6% cuenta con proyecto técnico definitivo



Es destacable cómo los períodos entre 1999 – 2001 y entre 2008 y 2015 son aquellos en los que se concentran los procesos de legalización de las radios en sus diferentes etapas.

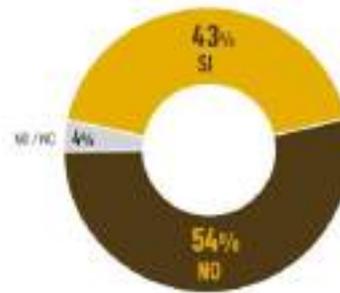
De aquellas radios que no cuentan con ningún tipo de reconocimiento, sólo una comenzó el proceso de autorización a partir de la sanción de la ley SCA y todavía no obtuvo resolución.

En cuanto a la presentación de Declaraciones Juradas de Servicios de Comunicación Audiovisual ante ENACOM, el 46,4% de las radios la realiza regularmente, el 42,9% no lo hace de manera regular y el 10 % no sabe o no contesta.

8. Sostenibilidad económica

Como observamos en el cuadro que sigue, sólo el 42,9% de las emisoras del sistema de RRUU cuentan con partidas presupuestarias específicas asignadas por las universidades.

Gráfico 41
Emisoras con partidas presupuestarias asignadas



Cuando indagamos sobre las diferentes maneras de financiamiento de las radios - además de dichas partidas presupuestarias específicas - en el 76,4% señalan que cuentan con recursos de la universidad asignados de manera no específica a través de contratos, uso de servicio telefónico, infraestructura u otros servicios, mientras que el 40% obtiene fondos a través de publicidad no tradicional. En el 27,3% de las radios acceden a fondos de las unidades académicas.

Gráfico 42
Ingresos de las RRUU



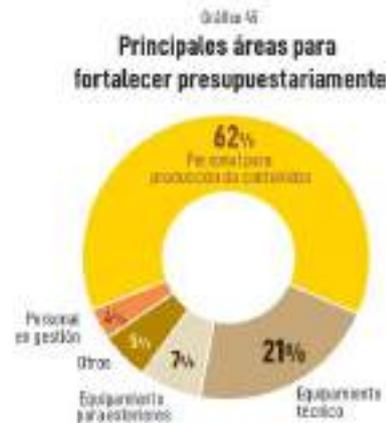
Ahora, si indagamos cuál es la principal forma de ingresos de las radios, observamos que los fondos no específicos de las universidades constituyen el ingreso más importante para el 66,1% de estas emisoras.



Cuando abordamos las áreas que necesitan refuerzos presupuestarios, las radios respondieron por más de una. Como se observa en el cuadro que sigue, el 81,8% considera necesario reforzar el personal vinculado a la producción de contenidos (productores, periodistas, editores, etc.), el 69,1% necesita refuerzos presupuestarios para equipamiento técnico y el 61,8% equipamiento para la salida al aire en exteriores.



Ahora, frente a la pregunta sobre el principal refuerzo presupuestario, el 62,5% de las radios hizo referencia a la necesidad de fortalecer el personal para la producción de contenidos, y en menor medida y con marcada diferencia, el fortalecimiento del equipamiento técnico para producir esos contenidos.

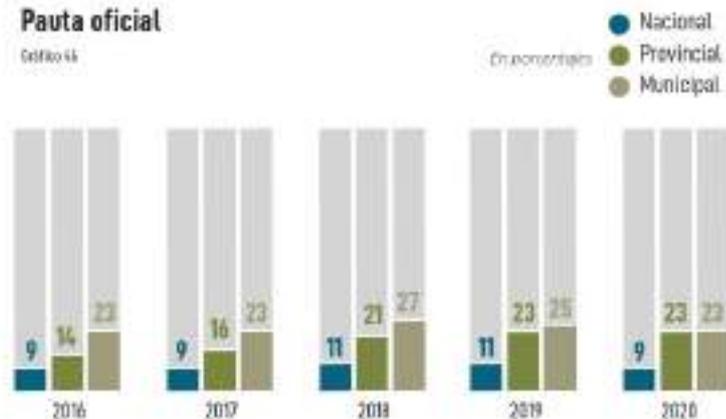


8.2 Acceso a pauta oficial

Una de las fuentes de financiamiento de las radios universitarias corresponde a la pauta oficial de los distintos niveles estatales. Como podemos observar, en los cinco años analizados, sólo durante el 2018 algún tipo de pau-

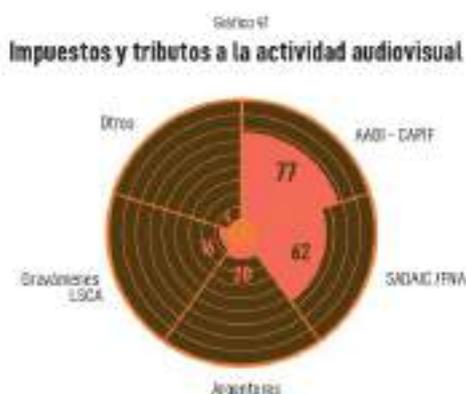
Pauta oficial

Gráfico 46



ta alcanza a algo más del 25% de las radios. En general, la pauta correspondiente a los estados municipales es la que concentra mayores niveles de prestación entre las radios universitarias. La pauta correspondiente a los estados provinciales crece progresivamente durante este período, y la pauta oficial del estado nacional se mantiene en el nivel más bajo, no llegando a superar al 11% en ninguno de los años relevados.

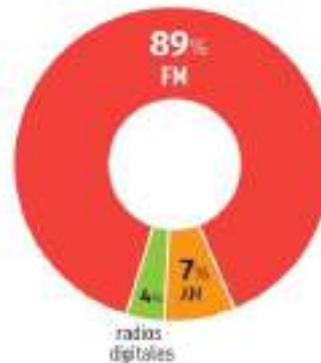
Por otro lado, existe un conjunto de impuestos a la actividad audiovisual y tributos por derechos de autor e intérpretes que las emisoras tienen que asumir regularmente para prestar sus servicios. En el gráfico que sigue observamos cuáles son las obligaciones que las radios universitarias cumplen de manera regular: tarifas fijadas por sociedades de gestión colectiva de derechos de autor y de titulares de derechos conexos como ARGENTORES (Ley 20.115) y SADAIC (Ley 17.648) junto a gravámenes del FNA, AADI y CAPIF (Decreto Reglamentario 1671/74) y el gravamen a los servicios de comunicación audiovisual (previstos por Ley 26.522), que aparecen con menores porcentajes de cumplimiento.



9. Aspectos tecnológicos

El 89,3% de las radios universitarias transmite por FM, mientras que el 7,1% por AM y el 3,6% restante son radios digitales.

Gráfico 44
Banda de transmisión



Es decir, que el 96,4% del sistema de radios universitarias transmite de manera analógica. De ellas, el 92,6% también transmite de vía streaming.

En cuanto al mástil, el 50% de las radios tiene mástiles que tienen entre 40 y 79 metros de alto.

El 39,3% de las radios tiene ocho antenas, el 37,5% tiene cuatro, mientras que el 5,4% tiene una sola y el 3,6% cuenta con dieciséis. El resto de las radios cuenta en cada caso con 2, 3, 5 y seis antenas.

En cuanto al cable coaxial, el 37,5% de las radios tienen cable de 7/8, el 16,1% de 1 5/8, el 12,5% de 1/2 y el 5,4% de 3/8. El 28,6% no sabe o no contesta. En relación con los metros de cable coaxial, el 25,5% de las radios universitarias tiene hasta 50 metros, el 32,8% tiene entre 51 y 100 metros, y el 14,5% tiene más de 100 metros. El 27,3% no sabe o no contesta.

En relación a las consolas de puesta al aire, el 58,9% tiene

consolas de 11 o más canales, el 25% tiene consolas de entre 6 y 10 canales y el 5,4% tiene consolas de entre 1 y 5 canales. El 10,7% no sabe o no responde.

Cuando indagamos sobre la cantidad de micrófonos, el 54,6% tiene entre 4 y 6 micrófonos en estudio, el 40% tiene entre 1 y 3 micrófonos, y el 1,8% tiene 8. El 3,4% restante no sabe o no contesta. En el 78,6% de las radios, los micrófonos son de tipo condensador, mientras que en el 12,5% son dinámicos; en el 8,9% de las radios, no saben o no responden.

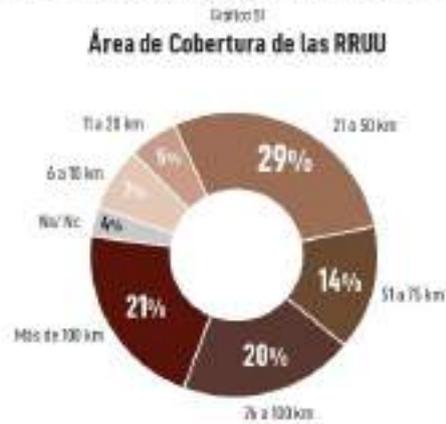
En cuanto a las radios que transmiten de manera analógica, como observamos en el cuadro que sigue, los transmisores tienen entre 500 y 1000 vatios en el 35,8% de los casos y entre 1.000 y 5000 vatios en el 30,2% de los casos.



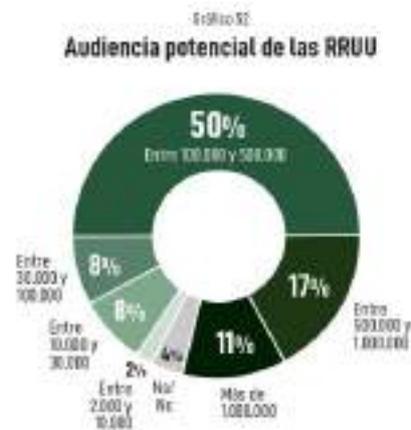
El 87,3% de los transmisores está homologado, mientras que el 5,5% no lo está. El 7,3% restante no sabe o no contesta.

En cuanto al área de cobertura de las radios universitarias, es destacable que el 55,4% de las emisoras transmiten por encima de los 50 km. esta se concentra entre los

21 y los 50km. Ahora, considerando los recursos técnicos existentes y el área de cobertura de las radios, indagamos cuál es la audiencia potencial de las radios universi-



tarias. Como observamos en el cuadro que sigue, para el 50% de las radios, potencialmente pueden ser escuchadas por entre 100.000 y 500.000 personas. Es destacable que para el 78,8% de las radios, su audiencia potencial es de más de 100.000 personas.



9.1 Equipamiento técnico.

En cuanto al equipamiento técnico, el 96,3% de las emisoras universitarias cuentan con equipamiento específico para procesamiento de audio. De las radios que cuentan con ese procesador, el 52% indica que está incorporado en el equipo transmisor de la radio.

El 50% de las radios no cuenta con una planta transmisora junto a los estudios de puesta al aire, mientras que el 46% sí. El 4% restante no sabe o no contesta. A su vez, el 53,7% de las radios tiene su planta transmisora con habilitación definitiva, el 32,1% no y el 13% restante no sabe o no contesta.

El 98,2% de las radios cuenta con conexión a internet. Algunas de ellas tienen más de un tipo de conexión: el 63,6% de las radios cuenta con servicio por fibra óptica, el 38,2% cuenta con banda ancha y el 5,5% tiene conexión inalámbrica.

10. A modo de cierre

Este relevamiento intenta constituirse en un aporte para el autorreconocimiento de las radios universitarias como un actor específico del sistema argentino de medios audiovisuales, conformado por una diversidad de radios con distintas trayectorias, tamaños e inscripciones institucionales al interior de las universidades nacionales. A su vez, permite desarrollar herramientas para trabajar de manera consensuada demandas y líneas de acción concretas orientadas a la incidencia en políticas públicas, al desarrollo de estrategias conjuntas en materia impositiva y presupuestaria, sin perder de vista las particularidades de cada una de las radios en materia institucional, tecnológica e institucional.

Queremos destacar la importancia de contar con datos y aproximaciones acerca de la realidad de todas y cada una de las radios universitarias para el diseño de políticas públicas que las contengan y las potencien en su rol. Y a su vez, jerarquizar un modo colaborativo de producción de estos datos.

Los resultados obtenidos nos permiten afirmar la necesidad de profundizar tanto el conocimiento de las características, debilidades y potencialidades del sistema de radios universitarias, como la necesidad de producir investigaciones que aporten al desarrollo de cada una de las distintas radios que conforman ARUNA: estudios de audiencias para conocer las audiencias reales de esas emisoras, pero que también aporten pistas sobre cuáles son las posibilidades para extender esas audiencias; estudios sobre las condiciones institucionales en las que llevan adelante sus tareas, las distintas modalidades en las que participan los distintos actores de la comunidad, así como la inserción territorial de cada una de ellas.

Estos resultados revelan también aspectos que deben profundizarse y demandan investigaciones cualitativas orientadas a comprender cuestiones como las agendas informativas locales, los distintos modos de comunicación pública de la ciencia, ampliando las agendas existentes y haciendo visibles otros saberes, espacios y representaciones hoy.

Anteproyectos de Ley Día de la Radio Universitaria.

Primera presentación

DÍA DE LA RADIO LEY 6866-D-2016

El Senado y Cámara de Diputados...

ARTÍCULO 1º.- Establécese el 5 de abril de cada año como día de las Radios Universitarias Argentinas.

ARTÍCULO 2º.- Declárase de interés público a los medios radiales universitarios, los que desarrollarán sus actividades en el marco de la autonomía y autarquía reconocidas por la Constitución Nacional a las Universidades Nacionales, de acuerdo a lo previsto en las Leyes específicas de educación superior y comunicación audiovisual, garantizando la sustentabilidad de las emisoras universitarias.

ARTÍCULO 3º.- de forma.

FUNDAMENTOS

Señor presidente:

Ante la solicitud de la Asociación de Radios de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA), que puso en nuestro conocimiento un Anteproyecto del Ley de Sustentabilidad y Reconocimiento a las Emisoras de Radio de las Universidades Públicas Nacionales, se genera el presente Proyecto de Ley.

Tiene como objeto buscar el reconocimiento de las Radios Universitarias Argentinas, estableciendo el Día de La Radio Universitaria en la fecha del 5 de abril de cada año y proponer mecanismos de sustentabilidad, ya que dado su carácter de medio público, resulta imprescindible garantizar su mantenimiento, puesta “en el aire” y desarrollo, en el marco de la Educación Superior, debiendo considerar además el impacto académico y social que cumplen en su rol de herramienta extraordinaria para acercar a la universidad a sus estudiantes y a la comunidad. Y finalmente ratificar la inclusión de las emisoras universitarias en el marco regulatorio de las comunicaciones, garantizando a través de la autoridad de aplicación, su legalidad, desarrollo, evolución y disponibilidad técnica para su desempeño como medios públicos y universitarios.

La Argentina es sin dudas pionera en materia de radiodifusión, de hecho es recordado como Día de la Radio el 27 de agosto de cada año, conmemorando la primera transmisión mundial, desarrollada con continuidad, en la citada fecha en el año 1920. Apenas alrededor de tres años después y seguramente, también, bajo la influencia de la Reforma Universitaria de 1918, será también nuestro país el primero en poner en funcionamiento en el mundo, una radio universitaria, la que en el plano local será también la primera radio pública de la Argentina.

En efecto, LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata, perteneciente a la U.N.L.P. Fue inaugurada el 5 de abril de 1924, y presentada como elemento de divulgación científica y extensión universitaria.

Es a partir de esa fecha fundacional, cuando comienza la instalación y evolución de las radios de las universidades nacionales públicas, las que a pesar de los avatares de la historia de nuestro país alcanzan hoy la cifra de 59 emisoras en funcionamiento y se hallan en proceso de instalación e inauguración alrededor de 6 proyectos radiales. Cada una de ellas, además, multiplica su acción mediática, apelando a sus páginas de internet, la interacción a través de las redes sociales y sus complementos audiovisuales, los que en muchas experiencias resultan fundamentales para las prácticas pre-profesionales destinadas a la capacitación de los estudiantes de carreras afines con el periodismo y la comunicación.

Desde la perspectiva académica, una red de más de 30 carreras de grado y una amplia oferta de carreras de posgrado en comunicación social dan fundamento científico al desarrollo de los medios públicos universitarios. Considerando además, que la presencia del sistema universitario en su territorio mediante políticas de extensión universitaria, transferencia tecnológica, políticas culturales y sociales, no solo garantiza cobertura federal a lo largo y ancho del país, sino también en el propio territorio de cada universidad llega mediante sus medios de comunicación a sitios donde ninguna otra institución, pública ni privada, llega. Mediante dichos medios, se llevan adelante estrategias educativas, transferencia tecnológica, comunicación pública de la ciencia y políticas sociales, atendiendo a los fundamentos del sistema universitario. En consecuencia, es menester considerar la función significativa que los medios radiofónicos cumplen en el contexto de la Universidad y ésta a través de la radio en el desarrollo social, en sus procesos educativos, culturales y sociales.

Al momento de la promulgación de la ley 26.522, el 10 de octubre de 2009, las universidades nacionales contaban con alrededor de 30 radios distribuidas en todo el país, las que acompañaron este proceso de concreción de la ley. El compromiso y la participación activa de las radios universitarias tuvo como resultado que fueran contenidas en la citada ley (Ley 26.522 Cap. VIII Arts. 145 al 148 inclusive), reconociéndoseles sus derechos. La ley de servicios de comunicación audiovisual fue bisagra a la hora de potenciar la creación de nuevas emisoras. El crecimiento en cantidad fue exponencial ya que al año 2016, son 59 las emisoras universitarias. En cada provincia de nuestro país hay una radio inserta en una universidad pública y en una comunidad que las contiene.

La labor y el lugar que la universidad ocupa en la sociedad pueden extenderse a través de los medios de comunicación. La radio por su penetración y a la vez por ser el medio más popular, de sencillo acceso y producción, se convierte en el canal más idóneo para esta finalidad.

La radio, como parte de los medios universitarios abre un doble juego. Desde la universidad hacia la sociedad, el servicio. Desde la sociedad hacia la universidad, una mayor conexión con la realidad en su amplia dimensión. Un encuentro de la sociedad con el ámbito académico, conviviendo en una misma realidad: la comunidad. En donde la universidad es parte de esa misma comunidad (local y/o regional) en la que media desde las aulas y desde la radio.

Es imperioso comprender la comunicación universitaria a través de todos sus medios como una función propia de la universidad que se ha sumado a las existentes.

Desde las redes de medios de comunicación universitarios (radio, audiovisuales, plataformas, soportes tecnológicos) se desarrollan verdaderas instancias federales de la producción del conocimiento y las propias acciones que la universidad realiza.

Hoy las radios universitarias exceden el espacio áulico y al mismo tiempo lo contienen en acciones que se pueden sintetizar en:

- El fortalecimiento institucional de la Universidad frente a la sociedad.

- La generación de un espacio social de encuentro entre la sociedad, sus Organizaciones, las universidades y el pueblo, como ámbito de confianza, de planteos y búsquedas de soluciones a las demandas de la comunidad.

-Su rol como referente de consulta ante diferentes problemáticas, que desde la comunicación expliciten los aportes de las universidades, facultades, institutos de investigación, extensión, entre otros.

-La acción de servicio ante las comunidades tanto a nivel de la actualidad como de otros contenidos a partir de los diferentes enfoques que contribuyan a construir una democracia más real.

-La promoción de formas de pensar desde otras categorías de análisis de la realidad.

-Y la cesión de experiencia y práctica a los estudiantes. Desde un espacio real de desarrollo profesional a aquellos estudiantes interesados en la comunicación mediática.

Con más de 92 años de historia, las radios universitarias argentinas y la Asociación de Radios de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA) (ver Anexo II) -que las nuclea- son objeto de atención, en el marco de la Educación Superior, no solamente en los aspectos académicos, extensionistas, de difusión e interacción, sino en el anclaje que la gran mayoría tiene ante la comunidad universitaria y la comunidad en general.

Emisoras universitarias de América Latina y el Caribe y europeas, se han puesto en marcha tomando como ejemplo la calidad pionera y la notable evolución que han tenido nuestros medios universitarios, a punto de abrir nuevas radios, intercambiar conocimientos formatos y contenidos y accionar en redes en cada uno de los países a los que ha llegado el modelo radio universitaria argentina.

En síntesis:

- la Radio Universitaria Argentina es pionera en el mundo, a partir de la creación de Radio Universidad Nacional de La Plata el día 5 de abril de 1924 (Ver ANEXO I)

- se debe considerar también a radio Universidad Nacional de La Plata como la primera emisora pública del país.

- el 5 de abril de 1924 marca el camino de creación y reconocimiento por parte de las Universidades Nacionales, las que a partir de la citada fecha y hasta el presente han desarrollado y puesto en funcionamiento 59 emisoras.

- resulta imprescindible la inclusión de las radios Universitarias, en los marcos regulatorios de las comunicaciones de la R.A. autorizando, permitiendo y protegiendo su desempeño

como medios públicos.

- de sus presupuestos generales, las Universidades Públicas deben disponer los recursos específicos destinados a las radios de cada universidad.

- el presupuesto destinado a la educación superior ha contemplado en forma parcial y desagregada, en los últimos años, un renglón destinado a los medios universitarios, con montos que se podrían definir como de fomento pero que no inciden en su sustentabilidad.

- resulta necesario entonces, garantizar la sustentabilidad apuntando a la generación de contenidos radiales, inversión y actualización tecnológica e incorporación de recursos humanos.

ANEXO I

LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata.

La emisora tiene su sede en Plaza Rocha 133 La Plata, capital de la provincia de Buenos Aires, y cuenta con dos frecuencias: AM 1390 desde 1924, y FM 107.5 desde 1989. Cada una de estas frecuencias tiene su propia programación y apuntan a diferentes públicos.

Historia

El 22 de noviembre de 1923, durante una sesión del Consejo Superior, el entonces presidente de la Universidad Nacional de La Plata, Benito Nazar Anchorena, presentó el proyecto para la creación de la emisora, solicitando su aprobación con el argumento de que el mismo tendría la ventaja de completar la obra de "extensión universitaria" y "cultura artística", vinculando a la universidad con el medio social en el que vive. Ese mismo mes se puso al aire, en forma de prueba, la primera radio universitaria del mundo.

Radio Universidad Nacional de La Plata fue inaugurada oficialmente el 5 de abril de 1924, en el salón de actos del Colegio Nacional Rafael Hernández, en conjunto con la apertura formal del ciclo lectivo de ese año. La ceremonia, encabezada por el presidente de la casa de estudios, se realizó en memoria del fundador y primer presidente de la UNLP, Dr. Joaquín Víctor González. El Dr. Benito Nazar Anchorena destacó en su fundamentación acerca del novedoso emprendimiento que:

"A la Universidad de La Plata le corresponde la iniciativa de haber empleado una estación

radiotelefónica no sólo como excelente elemento de enseñanza e investigación para la Radiotécnica sino también para fines de divulgación científica, o sea, como elemento de extensión universitaria (...). De tal modo, al par que desarrolla una obra completa de difusión cultural, sirve para vincular más aún la Universidad con el medio social en que actúa, devolviendo con ventaja al país el esfuerzo que la Nación realiza para sostenerla."

Al principio la radio funcionó con el indicativo LOP en una longitud de onda de 425 metros y en una frecuencia de 685 Khz. La planta transmisora también estaba ubicada en los terrenos del tradicional colegio. Años después, el 21 de septiembre de 1927, cambió su identificación por la LT2 y más tarde, el 16 de abril de 1934, tomó la sigla definitiva de LR11 y se le adjudicó la frecuencia de 1390 Khz.

El sistema de transmisión contaba con una antena que poseía una potencia nominal de 1000 watts. Debido a esta característica y a su factor de radiación favorable, la emisora tenía un alcance muy grande, que llegó, en los años inmediatamente posteriores a su fundación, a los puntos más apartados de Argentina y a muchos países vecinos. Se difundieron todas las conferencias de extensión universitaria y de cultura artística que tenían lugar en las diversas dependencias de la UNLP, como así también audiciones y conciertos que la Casa de Altos Estudios organizaba.

En 1933, el entonces titular de la Universidad, Dr. Ricardo Levene, creyó necesario llevar a cabo una reestructuración para mejorar la programación de la radio de la universidad, considerando que «si bien se ha utilizado para difundir las conferencias, discursos y conciertos de muchos actos públicos, aún no ha sido puesta al servicio de un plan orgánico que permita cumplir la 'extensión universitaria', que es una forma amplia de cultura». Por lo tanto, se creó una Comisión de Transmisiones por Radiotelefonía para organizar dicho plan en todas las ramas del saber y del arte, la cual fue presidida por el mismo Levene y contó con la participación de todas las dependencias y facultades de la UNLP. A la nueva programación se le incorporó una revista oral de y para los niños, que fue pensada para funcionar conjuntamente con una biblioteca infantil, la cual se crearía a partir de esa misma iniciativa. También se realizó un ciclo histórico abreviado de la ópera en diversos países y una serie de transmisiones sobre danzas y canciones de Argentina. Paralelamente a este mejoramiento a nivel de contenidos, se invirtió en equipamiento para dar mayor potencia a la estación y modernizar el aparato transmisor, que había sido construido en 1925 y, para ese entonces, se encontraba en malas condiciones. Los

nuevos equipos fueron realizados en la Facultad de Ciencias Físico-Matemáticas.

El 16 de abril de 1934, la emisora universitaria tomó la sigla LR11 y se adjudicó la frecuencia 1390 Khz. En 1936, se difundieron 249 conferencias de Extensión Universitaria, dictadas por profesores de la UNLP, y más de quince actos oficiales y audiciones musicales. La dirección técnica de la estación estuvo ejercida por el personal dependiente de la Facultad de Ciencias Físico-Matemáticas.

Para el año 1940 funcionaban en todo el país más de 50 estaciones de radio, 14 de ellas localizadas en la ciudad de Buenos Aires. En junio de 1944, Radio Universidad de La Plata suspendió sus transmisiones por decisión del gobierno nacional de Edelmiro Julián Farrell.

En 1953 el Congreso Nacional durante la presidencia de Juan Domingo Perón, promulgó la primera Ley de Radiodifusión 14.241. Jóvenes técnicos de la universidad, llevaron la inquietud al jefe de la Oficina de Prensa sobre la importancia de que la casa de estudios contara nuevamente con su propia radiodifusora. Fue así que entre todos persuadieron al profesor Carlos Ignacio Rivas, entonces interventor de la Universidad: se reconstruyó el equipo transmisor y se reparó el equipamiento con el objetivo de reiniciar las transmisiones de radio.

El 6 de septiembre de ese año, a las 20hs, la onda de Radio Universidad de La Plata se expandió nuevamente por el aire en forma experimental. Los aplausos se multiplicaron entre técnicos, profesores y trabajadores de la Oficina de Prensa. De esta manera, reiniciaba sus transmisiones regulares una de las estaciones de radio más antiguas del país. Con la radio nuevamente en el aire, la Presidencia de la universidad decidió reestructurarla y darle una organización estable.

La reanudación oficial de las transmisiones ocurrió la noche del 13 de septiembre de 1948 y en cadena con LRA Radio del Estado y la Red Argentina de Radiodifusión, cuando se difundió el acto inaugural del Día de la Provincia, dedicado al Estado bonaerense, que involucró un ciclo de conferencias, del cual las últimas cuatro fueron transmitidas desde el Teatro Argentino de la ciudad de La Plata. Durante este período, la radio transmitió numerosos actos públicos.

Su actividad aumentó con el transcurso de los meses. El 5 de octubre de ese mismo año, los micrófonos de Radio Universidad se instalaron en la localidad de Quilmes, para

transmitir una conferencia dada por el entonces interventor de la universidad. Pocos días después, el 16 de octubre, junto a Radio del Estado y una cadena optativa de emisoras, se transmitió desde el salón de actos de la Escuela Superior de Bellas Artes de la UNLP, la ceremonia de inauguración de la Cátedra de España, con la presencia de Eva Perón.

En La Plata, una ceremonia simbólica fervorosamente saludada por la prensa, fue el retiro de las verjas que rodeaban el edificio de la universidad. Allí también estuvo presente la radio, pronunciándose a favor de la decisión por la cual «se entregaban al pueblo los claustros universitarios». La radio se había convertido nuevamente en un ámbito activo de desarrollo de iniciativas y había recobrado su vitalidad, al mismo tiempo que la comunicación se instituía como un espacio decisivo para el acontecer de la vida universitaria.

Como corolario de aquel fructífero 1948 para una emisora que había recuperado su entidad, el 31 de diciembre de 1948, a las 21hs. Se realizó una transmisión extraordinaria de la que participaron Juan Domingo Perón, entonces Presidente de la Nación; el secretario de Educación, Oscar Ivanissevich; el Coronel Domingo Mercante, gobernador de la provincia de Buenos Aires; y Carlos Rivas, presidente de la UNLP; quienes expusieron sus ideas sobre el futuro de la universidad argentina.

Durante sus primeros años de existencia, la radio estuvo abocada a la transmisión de conferencias y, ocasionalmente, el inicio de los ciclos lectivos. Esto implicaba que en algunas ocasiones, se pusiera al aire sólo una conferencia por año. Pero a partir de este año, Radio Universidad empezó a transmitir primero durante dos horas diarias, y más tarde se agregó una hora más. Se difundían discos de música clásica, algunas noticias de la universidad y también misceláneas. También es en este año que la radio se muda al primer piso del edificio de la Biblioteca de la UNLP.

Durante la dictadura de 1955-1958 hubo miles de expulsados de la Universidad Nacional de la Plata tras el golpe del 55, por intermedio del decreto 4161 se prohibió mencionar hechos históricos so pena de cesantía, entre las medidas represivas aplicadas contra la universidad se llevó a cabo el cierre de la radio. Sufriendo la censura impuesta a los medios de comunicación.

Durante los primeros años de la década del 60, un momento de florecimiento cultural en nuestro país y en el mundo, Radio Universidad tuvo su «Pequeña Galería de Arte», en la

que expusieron artistas plásticos como Nelson Blanco, Hugo de Marziani y Rubén Elosegui, entre otros.

Durante este período, la radio se había volcado exclusivamente a la difusión cultural. Se emitía música de cámara, oberturas y danzas, y tenía su espacio el Cuarteto de Cuerdas de la Universidad. De lunes a viernes se ponía al aire un panorama de diez minutos de duración vinculado a diferentes expresiones artísticas: los lunes un panorama de la ciencia, a cargo de Carlos María Areta, los martes de la plástica, conducido por Julio Sager, los miércoles del teatro, en la voz de Carlos Adam, los jueves de libro, realizado por Elba Ethel Alcaraz y Mario Porro, y los viernes un panorama del cine conducido por Carlos A. Fragueiro y Oscar N. Montauti.

También abundaban propuestas sobre poesía y cuentos, sobre géneros musicales como el jazz y el tango, sobre obras literarias latinoamericanas. Existían audiciones que ofrecían informaciones bibliográficas provenientes de la biblioteca de la universidad y programas musicales y de divulgación cultural de las colectividades alemana, griega, israelita, italiana, francesa, paraguaya y peruana. Los sábados y domingos se difundían obras clásicas, conciertos, sinfonías y sonatas, en los espacios Concierto del sábado y Concierto del domingo.

Luego vinieron etapas más oscuras en las que la emisora de la Universidad de La Plata sufrió, junto con el país, los golpes de Estado y la censura que las dictaduras impusieron a los medios de comunicación. Fue víctima de la política de desinformación que aplicaron los gobiernos de facto. Durante largos períodos, la programación de LR11 se limitó a emitir conciertos.

En 1983 con la llegada de la democracia comenzó una nueva etapa para Radio Universidad, tanto en su faz técnica como en su programación. Se incorporaron las agencias Télam y DyN al servicio informativo.

En 1988 se adquirió el primer móvil, que se inauguró oficialmente el 19 de noviembre cubriendo los festejos por el aniversario de la ciudad de La Plata. Así mismo, se solicitó al Comité Federal de Radiodifusión que asignara un canal en la banda de 88 a 108 Mhz, con la intención de dotar a Radio Universidad de una frecuencia modulada.

El 15 de junio de 1989 se autorizó a la emisora a instalar y poner en funcionamiento un servicio de FM en la frecuencia 107.5 Mhz. El 1 de noviembre de ese mismo año se

inauguró oficialmente FM Universidad. El desafío era producir una radio destinada a los jóvenes estudiantes que llegaban desde todos los puntos del país para iniciar su vida universitaria en la ciudad de La Plata.

Con el tiempo, la FM de Universidad se transformó en un espacio abierto a la producción cultural local en todas sus formas y expresiones: bandas de rock, músicos, escritores, actores, productores de teatro y cine, revistas, libros y publicaciones tienen su espacio en el aire de esta señal joven. «Esta emisora y el rock platense viven una simbiosis que se parece más bien a un romance. La música se integra con otras disciplinas culturales (teatro, cine, literatura, bellas artes) y la comunidad estudiantil de La Plata encuentra en Radio Universidad un lenguaje en común, apoyo para sus artistas y sorpresas».

En La Plata y alrededores, logró consolidar un nuevo concepto en materia de comunicación radiofónica. El espíritu de Universidad 107.5 es acompañar la movida vinculada a la cultura joven y alternativa de la ciudad, otorgándole un lugar central al género del rock como expresión que conecta a las distintas disciplinas.

ANEXO II

Asociación de Radios de Universidades Nacionales Argentinas

En julio 1998 nace ARUNA, la Asociación de Radios Universitarias Nacionales Argentinas, de la cual Radio Universidad de La Plata es una de las socias fundadoras.

Uno de los propósitos fundacionales de ARUNA es afianzar los principios y derechos que garanticen la existencia de una radiodifusión de origen universitario, libre y estable al servicio del país, que defienda los ideales democráticos y normas constitucionales que regulan la vida de la Nación y que estimule la cultura nacional y regional en todas sus expresiones.

Desde sus inicios, ARUNA desarrolla un trabajo de fortalecimiento y promoción de las radios universitarias argentinas. Constituida como interlocutor frente a los organismos estatales que regulan la radiodifusión nacional, hoy agrupa a 59 emisoras universitarias de todo el país.

El 26 de agosto de 2002 la programación de AM y FM comenzó a transmitirse en vivo a través de Internet a todo el mundo, desde el sitio radiouniversidad.unlp.edu.ar. Allí se puede encontrar un valioso patrimonio auditivo, que cuenta con la opinión de pensadores

y expertos en distintas temáticas y problemas de la actualidad, documentales realizados por la emisora y conferencias dictadas en nuestra Casa de Altos Estudios, además de todo lo relativo a la programación de sus dos frecuencias. La página web es un nuevo nexo que LR11 establece con su audiencia, borrando las fronteras físicas y llegando a donde quiera que se encuentre algún integrante de la Universidad Nacional de La Plata.

En octubre del 2012, al cumplirse 3 años de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el Poder Ejecutivo Nacional, distinguió a Radio Universidad Nacional de La Plata por «su aporte a la libertad de expresión, la diversidad, la participación, el desarrollo y la pluralidad de voces». Recibió la distinción el entonces director ejecutivo, Santiago Albarracín.

En su labor diaria, ofrece la posibilidad de vincular a los miembros de la comunidad universitaria entre sí y con la sociedad, llevando a cabo una tarea de extensión permanente al ofrecer los conocimientos universitarios en pos del bien social. Su rol, por tanto, no se limita a un canal de comunicación institucional, pero tampoco opera en lo masivo; oscila entre ambos espacios y tareas permanentes.

La programación está caracterizada por la variedad y la libertad a la hora de incluir propuestas de diversos géneros y formatos; siempre atravesadas por una perspectiva universitaria propia de su identidad. En el aire prevalecen voces no radiofónicas, lo que da cuenta de la libertad de trabajo que esgrime. En este sentido, no son las voces lo que importan, sino los contenidos que ellas son capaces de transmitir. El objetivo de una programación amplia, es asegurar la pluralidad ideológica y el respeto a la libertad de expresión, pilares fundamentales de la radio desde su concepción.

Historia: ARUNA, Asociación de Radiodifusoras Nacionales Argentinas, surgió a través de la necesidad de varias radios universitarias de construir un vínculo en común que sustente las actividades que, día a día, realizaba cada radio. Todas las radios universitarias previas a la sanción de la actual ley 26.522 eran producto de decretos presidenciales que le daban entidad y legalidad de funcionalidad. De las universidades nacionales dependía fortalecer el trabajo y los lazos en común, y se comenzó a trabajar en una red que las agrupe.

Las primeras reuniones surgieron en el año 1997 cuando las universidades de La Plata, UTN, Luján, Litoral, Santiago del Estero, Comahue, Tucumán, Patagonia Austral y

Matanza, comenzaron a realizar los primeros pasos de constitución.

El año de nacimiento de la red de ARUNA data, según los registros, de julio 1998. Teniendo su primera asamblea general ordinaria, luego de constituir la asociación, el 7 de junio de 2001. En ese momento la presidencia era de la UTN, la secretaria de la UNLu, primera vocalía de la UNPSJB, segunda vocalía UNT y el órgano de fiscalización de la UNLP y la UNSE.

Por esos años ARUNA estaba constituida por no más de diez radios universitarias. A medida que la asociación se fue fortaleciendo y participando activamente del CIN, se fueron sumando más.

ARUNA desde el año 2003 comenzó a trabajar realizando reuniones y jornadas universitarias donde se reflexionaba sobre la importancia que existía de contar con una nueva ley de comunicación. Es así que, a medida que pasaron los años, el tema tomó estado público y se comenzó a tratar en todos los ámbitos de la sociedad.

En el 2004, ARUNA empezó a formar parte de la Coalición por una Radiodifusión Democrática convocada por el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO). Esto es un grupo de sindicatos de prensa, universidades, organizaciones sociales, radios comunitarias, pequeñas radios comerciales y organismos de derechos humanos que convocados por el Foro Argentino de Radios Comunitarias presentaron veintiún puntos básicos para una nueva Ley de Radiodifusión para reemplazar la instaurada por la última dictadura militar. Veintiún puntos correspondientes a cada uno de los años en democracia hasta la fecha

ARUNA participó activamente en todo el proceso de discusión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Foros, debates, encuentros y jornadas, la mayoría realizados en UUNN.

Al momento de la promulgación de la ley 26.522, el 10 de octubre de 2009, la red de ARUNA contaba con 30 radios universitarias distribuidas en todo el país que acompañaron este proceso de la ley. El compromiso y la participación activa de las radios universitarias tuvieron como resultado que fueran contenidas en la ley, reconociéndoseles sus derechos.

La ley de servicios de comunicación audiovisual fue bisagra a la hora de potenciar la

creación de nuevas emisoras. El crecimiento en cantidad fue exponencial ya que al año 2016, ARUNA cuenta en su red con 59 radios universitarias. En cada provincia de nuestro país hay una radio inserta en una universidad pública y en una comunidad que las contiene.

ANEXO III – Universidades Nacionales con radios universitarias

Universidad Nacional de las Artes; Universidad Nacional Arturo Jauretche; Universidad Autónoma de Entre Ríos; Universidad Nacional de Avellaneda; Universidad de Buenos Aires; Universidad Nacional de Catamarca; Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires; Universidad Nacional del Chaco Austral; Universidad Nacional de Chilecito; Universidad Nacional del Comahue; Universidad Nacional de Córdoba; Universidad Nacional de Cuyo; Universidad Nacional de Entre Ríos (3 emisoras); Universidad Nacional de Formosa; Universidad Nacional de General Sarmiento; Instituto Universitario del Ejército; Instituto Universitario de Gendarmería Nacional Argentina; Instituto Universitario Aeronáutico; Instituto Universitario Naval; Instituto Universitario de la Policía Federal Argentina; Instituto Universitario de Seguridad Marítima; Universidad Nacional de José C. Paz; Universidad Nacional de Jujuy; Universidad Nacional de La Matanza; Universidad Nacional de La Pampa; Universidad Nacional de La Plata; Universidad Nacional de La Rioja; Universidad Nacional de Lanús; Universidad Nacional del Litoral; Universidad Nacional de Lomas de Zamora; Universidad Nacional de Luján; Universidad Nacional de Mar del Plata; Universidad Nacional de Misiones; Universidad Nacional de Moreno; Universidad Nacional del Nordeste; Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires; Universidad Nacional del Oeste; Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco; Universidad Nacional de la Patagonia Austral; Universidad Pedagógica Buenos Aires; Universidad Nacional de Quilmes; Universidad Nacional de Río Cuarto; Universidad Nacional de Río Negro; Universidad Nacional de Rosario; Universidad Nacional de Salta; Universidad Nacional de San Juan; Universidad Nacional de San Luis; Universidad Nacional de San Martín; Universidad Nacional de Santiago del Estero; Universidad Nacional del Sur; Universidad Tecnológica Nacional (12 emisoras); Universidad Nacional de Tierra del Fuego; Universidad Nacional de Tres de Febrero; Universidad Nacional de Tucumán; Universidad Nacional de Villa María; Universidad Nacional de Villa Mercedes

Por estas razones, solicito a los señores y señoras legisladores que acompañen el

PROYECTO DE LEY

*La Honorable Cámara de Diputados y el Senado de la Nación
Sancionan con Fuerza de Ley:*

ARTÍCULO 1º.- Establécese el 5 de abril de cada año como día de las Radios Universitarias Argentinas, en conmemoración de la inauguración de la primera radio pública y universitaria del país.

ARTÍCULO 2º.- De forma...

José Pablo Carro – Diputado de la Nación

FUNDAMENTOS

Señor presidente:

Este proyecto de ley, actualizado en diálogo con la Asociación de Radios de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA), tiene como objeto buscar el reconocimiento de las Radios Universitarias Argentinas, estableciendo el Día de La Radio Universitaria en la fecha del 5 de abril de cada año.

Reconocemos de esta manera el desarrollo de un creciente número de emisoras –a marzo de 2022 se encuentran en funcionamiento radios universitarias-, dentro del marco de la Educación Superior pública, con un considerable impacto académico y social que cumplen en su rol de herramienta extraordinaria para acercar a la universidad a sus estudiantes y a la comunidad.

La Argentina es sin dudas pionera en materia de radiodifusión -de hecho es recordado como Día de la Radio el 27 de agosto de cada año, conmemorándose la primera transmisión mundial desarrollada con continuidad, en la citada fecha en el año 1920. Apenas un poco más de tres años después y seguramente bajo la influencia de la Reforma Universitaria de 1918, será también nuestro país el primero en poner en funcionamiento en el mundo, una radio universitaria, la que en el plano local será también la primera radio pública de la Argentina.

En efecto, LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata, perteneciente a la U.N.L.P. fue inaugurada el 5 de abril de 1924, y presentada como elemento de divulgación científica y extensión universitaria.

A partir de esa fecha fundacional, comienza la instalación y evolución de las radios de las universidades nacionales públicas. La mayoría de ellas, además de las emisiones de aire, multiplica su acción mediática, apelando a sus sitios de internet, la interacción a través de las redes sociales, la realización de podcasts y otros complementos audiovisuales, los que en muchas experiencias resultan fundamentales como prácticas pre-profesionales destinadas a la capacitación de los estudiantes de carreras afines con el periodismo y la comunicación.

Mediante las radios universitarias se llevan adelante estrategias educativas, transferencia tecnológica, comunicación pública de la ciencia y políticas sociales, atendiendo a los fundamentos del sistema universitario. En consecuencia, es menester considerar la función significativa que los medios radiofónicos cumplen en el contexto de la Universidad y ésta a través de la radio en el desarrollo social, en sus procesos educativos, culturales y sociales.

Al momento de la promulgación de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522, el 10 de octubre de 2009, las universidades nacionales contaban con alrededor de 30 radios distribuidas en todo el país, las que acompañaron este proceso de concreción de la ley. El compromiso y la participación activa de las radios universitarias tuvo como resultado que fueran contenidas en la citada ley (Ley 26.522 Cap. VIII Arts. 145 al 148 inclusive), reconociéndoseles sus derechos. La ley de servicios de comunicación audiovisual fue bisagra a la hora de potenciar la creación de nuevas emisoras. El crecimiento en cantidad fue exponencial ya que al año 2016, eran 59 las emisoras universitarias, número que sigue en crecimiento en la actualidad. Es decir que en cada provincia de nuestro país hay al menos una radio inserta en una universidad pública y en una comunidad que las contiene.

La labor y el lugar que la universidad ocupa en la sociedad pueden extenderse a través de los medios de comunicación. La radio por su penetración y a la vez por ser el medio más popular, de sencillo acceso y producción, se convierte en el canal más idóneo para esta finalidad.

El rol de las emisoras es clave en la territorialización de las políticas y acciones de las Universidades. Resultan un encuentro de la sociedad con el ámbito académico, conviviendo en una misma realidad, donde la universidad es parte de esa misma comunidad local y/o regional.

Este escenario posiciona a las radios universitarias como una red de medios estratégica para el desarrollo de una política de comunicación institucional transversal y pública que garantice la democratización de la información.

Hoy las radios universitarias exceden el espacio áulico y al mismo tiempo lo contienen en acciones que se pueden sintetizar en:

-El fortalecimiento institucional de la Universidad frente a la sociedad.

-La generación de un espacio social de encuentro entre la sociedad, sus Organizaciones, las universidades y el pueblo, como ámbito de confianza, de planteos y búsquedas de soluciones a las demandas de la comunidad.

-Su rol como referente de consulta ante diferentes problemáticas, que desde la comunicación expliciten los aportes de las universidades, facultades, institutos de investigación, extensión, entre otros.

-La acción de servicio ante las comunidades tanto a nivel de la actualidad como de otros contenidos a partir de los diferentes enfoques que contribuyan a construir una democracia más real.

-La promoción de formas de pensar desde otras categorías de análisis de la realidad.

-Y la generación de experiencia y práctica con los estudiantes. Desde un espacio real de desarrollo profesional a aquellos estudiantes interesados en la comunicación mediática.

Con más de 92 años de historia, las radios universitarias argentinas y la Asociación de Radios de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA) -que las nuclea- son objeto de atención, en el marco de la Educación Superior, no solamente en los aspectos académicos, extensionistas, de difusión e interacción, sino en el anclaje que la gran mayoría tiene ante la comunidad universitaria y la comunidad en general. ARUNA genera programación informativa, sobre temáticas de género y de interés general, así como capacitaciones para sus integrantes e informes de investigación.

Emisoras universitarias de América Latina y el Caribe, se han puesto en marcha tomando como ejemplo la calidad pionera y la notable evolución que han tenido nuestros medios universitarios, a punto de abrir nuevas radios, intercambiar conocimientos formatos y contenidos y accionar en redes en cada uno de los países a los que ha llegado el modelo radio universitaria argentina.

En síntesis:

- la Radio Universitaria Argentina es pionera en el mundo, a partir de la creación de Radio Universidad Nacional de La Plata el día 5 de abril de 1924. Esta emisora puede considerarse también como la primera emisora pública del país.

- el reconocimiento a las Universidades Nacionales, se hace extensivo a las 64 emisoras universitarias que hasta el presente se han puesto en funcionamiento.

- resulta imprescindible avanzar en las políticas de fomento de las radios universitarias argentinas, autorizando, incentivando y protegiendo su desempeño como medios públicos.

- de sus presupuestos generales, las Universidades Públicas deben disponer los recursos específicos destinados a las radios de cada universidad, a efectos de mejorar su sustentabilidad.

Este proyecto se reproduce sobre la base de los expedientes 1726-D-2018 y 4214-D-2020 (Carro y otros diputados y diputadas)

Por todo lo expuesto, solicitamos a nuestros pares que acompañen con su voto el presente proyecto de ley.

José Pablo Carro – Diputado de la Nación