

## **PARTE II:**

### **LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN PARA EL DESARROLLO DE LAS INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS PÚBLICAS ARGENTINAS**

#### **CAPÍTULO IV:**

##### **LA COMUNICACIÓN EN LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA**

El capítulo IV analiza las políticas de información y comunicación en la Universidad Nacional de La Plata en sus dos grandes dimensiones organizacionales -la Presidencia y las diecisiete facultades- desde cuatro componentes generales con sus variables: La comunicación organizacional, con los aspectos humanos y tecnológicos que permiten la evolución de la gestión; la comunicación corporativa, con los mecanismos de consolidación de identidad e imagen institucional; la comunicación informativa con los dispositivos propios de divulgación de la evolución, la producción, la oferta y la integración institucional, y su vinculación con los medios; y la comunicación participativa con la evolución del proceso multidireccional de interacción de los actores institucionales, en bien de alcanzar un objetivo común.

La investigación indaga la dimensión de la comunicación en la política, la planificación y la gestión de la UNLP, en tanto factores determinantes en el proceso de desarrollo de organizaciones como las instituciones públicas -en particular las universidades-; y la construcción o adecuación del propio dispositivo comunicacional, considerando esos aspectos en la articulación de su comunidad con su cultura, es decir con sus valores y sus representaciones; y con su empoderamiento como un hecho político institucional, que requiere de planificación y trae implícita su gestión.

#### **IV.1. La comunicación en la Presidencia de la UNLP**

La comunicación institucional en la Presidencia de la UNLP, en el período junio 2004 – mayo 2007, es abordada desde sus cuatro componentes generales propuestos para esta investigación: La comunicación organizacional, la comunicación corporativa, la comunicación informativa y la comunicación participativa.

En la comunicación organizacional, la investigación considera los códigos amplios y restringidos y los canales de comunicación ascendentes, descendentes y transversales;

formales e informales, propios de la cultura organizacional de la UNLP y de la evolución en su comunicación interna; incluyendo sus vínculos con las facultades, la dinámica propia de los colegios universitarios de pregrado (que en la cuestión organizacional dependen de la Presidencia) y las tecnologías disponibles (TICs); y en su comunicación externa operativa, propia de la administración y gestión de la institución.

En la comunicación corporativa, la investigación registra los recursos culturales significantes de la UNLP, como los textos de identidad, los comunicadores visuales y los soportes gráficos, audiovisuales y otras ediciones que instalan esos textos y comunicadores, a partir de un programa integral de identificación institucional que los sistematiza a fin de posicionar una imagen institucional, alcanzar una mayor atención de los públicos e interlocutores externos y lograr una revalorización institucional de los mismos integrantes de la comunidad universitaria a partir de reconocerse en su identidad corporativa.

En la comunicación informativa, la investigación considera la producción y emisión de mensajes en forma segmentada, analizando: Los dispositivos comunicacionales orientados a la enseñanza o transmisión de conocimientos, tales como los desarrollados en la enseñanza de pregrado, la educación a distancia y los sistemas de búsqueda de información para el aprendizaje (y la investigación), tanto en el pregrado como en el grado y el posgrado, y los sistemas de promoción de la educación permanente enfocados a los posgrados. Los dispositivos comunicacionales orientados a la investigación, como aquellos desarrollados para la certificación de conocimientos producidos y para la difusión de los mismos. Y los dispositivos comunicacionales propios orientados a la difusión de las actividades y avances del sistema universitario, hacia la comunidad propia y a la sociedad en general, tales como la Unidad de prensa, la Dirección del Portal Universitario, la Dirección de Comunicación Visual, la Dirección de Contenidos Multimediales, Radio Universidad, la Editorial, la Expo Universidad y la Comisión de Comunicación que las reúne; y la vinculación con los dispositivos externos a la institución.

En la comunicación participativa, la investigación avanza en las relaciones socioculturales del sistema universitario, a partir de compartir significados comunes y en consecuencia actividades y propósitos comunes, y considera los dispositivos que requiere un modelo de planificación participativa como el de la UNLP tanto en la participación presencial como virtual, para recorrer los procesos de consulta, deliberación, concertación y corresponsabilidad, que impone esa participación; los dispositivos de la participación para la gestión, propios de una organización pública compleja, autónoma y cogobernada; y los

dispositivos necesarios para verificar cómo la comunidad universitaria en particular y de la región en general, percibe este proceso y se posiciona respecto de él.

#### **IV.1.1. La comunicación organizacional**

Como hicimos referencia en el capítulo I (ver parágrafo I.7.3.1.), el concepto de comunicación organizacional actual se remite “al conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, con el fin de que ésta cumpla mejor y más rápido sus objetivos” (Cruz Sandoval, 2004: 107);

Se observa que la comunicación organizacional en la Presidencia de la UNLP atraviesa un período de búsqueda de objetivos que trascienden la mera eficiencia administrativa, para intentar consolidarse en un plan de conjunto, que diseña estrategias de avance, crea o adecua las estructuras para que lo favorezcan, sistematiza los canales multidireccionales de comunicación (es decir, de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba, transversal, interna-externa), desarrolla y articula dispositivos, fija indicadores; y adapta sus sistemas de información a las necesidades específicas de cada sector, flexibilizando los mecanismos para integrar lo informal teniendo en cuenta su cultura, es decir su sistema actual de valores traducido en sus costumbres, ritos, estilos, lenguaje y medios de administración y gestión.

Este proceso es incipiente y como en toda la UNLP, en la Presidencia aún se verifica una insuficiente sistematización de la comunicación organizacional. No obstante, los funcionarios entrevistados coincidieron que en los últimos años –en particular en el período en el que se enfoca esta investigación-, la comunicación organizacional ha ido ganando en eficacia, ayudada fundamentalmente de la incorporación y utilización de Internet y la consolidación del trabajo en equipo. Patricio Lorente, Prosecretario de Bienestar Universitario, resalta el hecho de que “en los últimos tres años, hubo mucha cordialidad y un fuerte espíritu colaborativo que permitieron avanzar muy bien en el proceso de cambio y en el uso de las nuevas tecnologías para sistematizar la comunicación en la organización” (Lorente, entrevista personal, 14/02/2007).

En la comunicación organizacional informal interna, tanto entre las reparticiones de la Presidencia como en la que, en forma cotidiana, éstas mantienen con las diecisiete facultades a través de los decanos, de los funcionarios y empleados, de los gremios e incluso de los centros de estudiantes; las directivas, el intercambio de opiniones y la

información circulan fundamentalmente a través de la línea telefónica interna y externa, de e-mails (Internet) y del contacto personal (individual y grupal) y cada área acentúa uno u otro mecanismo, según la temática a la que se dedica, la tecnología de que dispone y el criterio con el que maneja la comunicación. La comunicación formal interna en tanto, se realiza fundamentalmente a través de actos administrativos de gestión, como expedientes, notas, memos y la página web; y de registro y control, como los boletines y los Sistemas de Información Universitaria (SIU)<sup>167</sup> provistos por el Ministerio de Educación, y de otros sistemas de información desarrollados por la propia UNLP o mixtos.

La comunicación organizativa externa, por su parte, para la gestión también utiliza los mecanismos formales como el expediente y los informales como la línea telefónica, los e-mails y el contacto personal; y en aquellos aspectos destinados a proporcionar o reforzar la información para la organización, utiliza la página web, los diarios locales y el periódico y la radio de la UNLP (ver parágrafo IV.1.3.3.2.). Sin embargo, la eficacia en la comunicación organizacional, cuando los destinatarios de la misma son grupos grandes, depende básicamente del nivel de organización interna de cada facultad para trasladar la información en uno u otro sentido.

Haciendo un breve análisis del estado de desarrollo y apropiación de los dispositivos mencionados, podemos observar que:

El teléfono interno y externo es un soporte de comunicación considerado importante por el equipo de gestión de Presidencia. Una encuesta realizada a los efectos de esta investigación en abril del año 2007 entre los secretarios, prosecretarios y directores de la Presidencia de la UNLP, arrojó que el 94% de los mismos lo considera entre 'importante' (21%) e 'indispensable' (73%) para su gestión (DCM UNLP, 2007[1]). En la comunicación interna se lo utiliza para vincularse principalmente con los gremios y con las unidades académicas y otras dependencias de la UNLP y en la comunicación externa para vincularse con proveedores, empresas y con el Ministerio de Educación y otras áreas del gobierno nacional; y en menor medida, con diferentes áreas del gobierno provincial y municipios. No obstante, a pesar de que el e-mail va ganando el espacio paulatinamente, aún son constantes las consultas telefónicas de docentes, alumnos y diversos actores de la comunidad a las

---

<sup>167</sup> Los sistemas del SIU vigentes son: SIU-Pilagá, reingeniería del SIU-Comechingones (sistema de gestión presupuestaria, económica, financiera y contable), SIU-Pampa (sistema de gestión del personal), SIU-Guaraní (sistema de gestión académica de alumnos), SIU-Araucano (sistema de información estadística de alumnos de pregrado, grado y posgrado), SIU-Kolla (sistema de seguimiento de graduados), SIU-Tehuelche (sistema de gestión de becas universitarias), SIU-Quilmes (solución informática para la gestión de facturación, cobros y cuenta corriente), SIU-Bibliotecas (sistema de bibliotecas universitarias), SIU-Data Warehouse (área de apoyo a la gerencia universitaria), SIU-Wichi (sistema de soporte para la toma de decisiones), ComDocII (sistema Web de seguimiento electrónico de documentación) ([www.siu.edu.ar](http://www.siu.edu.ar), 2007)

diferentes áreas. Justamente, entre sus desventajas, se menciona el fastidio y la desconcentración que genera si suena todo el tiempo o en momentos inoportunos. Si la oficina no tiene línea propia, la imposibilidad de utilizarlo por saturación de redes internas es considerado un problema.

El correo electrónico, por su parte, fue incorporado por todas las áreas en su práctica cotidiana de comunicación organizacional, con la ventaja de lograr que quede documentada la comunicación, enviar y recibir datos estadísticos, nombres, documentos, etc. La encuesta mencionada muestra que el 94% de los funcionarios consultados lo considera entre “indispensable” (64%) e “importante” (30%) para su función. Se valora su rapidez para transmitir la información a distancia y la posibilidad de enviar datos y archivos. Posibilita el trabajo conjunto sin necesidad de apelar siempre a la reunión. Una desventaja percibida es su invalidez como comunicación oficial, debida a que todavía no se implantó en la UNLP la firma electrónica (procedimiento aún en trámite en el período de esta investigación). De todos modos, el e-mail ya desplazó al fax, del que consideran que tampoco tiene validez legal, es menos práctico y se borra con el tiempo.

A pesar de no estar validado como comunicación oficial, el e-mail es el dispositivo comunicacional de aparición reciente, de utilización cada vez mayor, que en algunas reparticiones y unidades académicas se ha consolidado como principal vehículo de transmisión de información, relegando a los anteriormente citados.

La reunión es una metodología de comunicación organizacional muy utilizada por el equipo de gestión de la Presidencia. En las entrevistas se mencionó que en una reunión se puede establecer un diálogo más rico y profundo: se pueden dar explicaciones y lograr que a todos les quede en claro el tema, intercambiar ideas y arribar a una conclusión conjunta y consensuada. Las desventajas planteadas se relacionan con la impuntualidad que retarda el inicio del encuentro, la inutilidad de las reuniones que duran demasiado tiempo y en las que se concreta poco y la imposibilidad de muchos “de escuchar más allá de sus propias palabras” (Rolfi, entrevista personal, 06/03/2007).

En particular, las reuniones de gabinete que se realizan periódicamente, son un mecanismo de coordinación que, según los entrevistados, se complementa con el contacto personal informal y cotidiano que vehiculiza la mayor parte de los intercambios comunicativos en la Presidencia ((Rolfi, entrevista personal, 06/03/2007). Esto se acentuó a partir del año 2006, cuando comenzó la mudanza, de las oficinas de casi todas las

secretarías, prosecretarías, direcciones y departamentos a un mismo edificio<sup>168</sup> que ahora concentra 65 reparticiones y 480 personas entre autoridades, miembros de gabinete, no docentes, docentes y becarios. Por su parte, las principales dependencias de la Presidencia no concentradas en el edificio, son los cinco Colegios Universitarios de Pregrado, donde trabajan otras 208 personas; y otras de difícil traslado por su función o porque tienen edificio propio, como el Instituto de Educación Física, la Radio, la Editorial, la Biblioteca, la Imprenta, el Comedor, el Centro Superior para el Procesamiento de la Información – CeSPI-, el Centro de Producción Multimedial, la Prosecretaría de Planeamiento y Obras y las Direcciones de Construcciones, Cultura y Servicios Sociales, con otras 420 personas (SAyF, 2008).

Los expedientes son la principal herramienta de comunicación formal interna de la UNLP. Desde 1994, su seguimiento se efectúa a través del sistema informático Lexp, tanto en la Presidencia como en las facultades. Se le atribuyen varios problemas y desventajas: no cuenta con elementos de control suficientes, su formato en DOS es obsoleto e implica una instalación local, obligando a que todos los pases sean asentados por la Mesa de Entrada de la Unidad correspondiente, y permite modificar temas, fechas y números, lo que impide que sea aprobado por cualquier tipo de auditoría.

A esto se suma la circulación de expedientes con denominación particular: tipo Administración del Rectorado –AR-, Mesa de Entradas de Compras –MECOM- y Mesa de Entradas de Administración –MEDA-, áreas con capacidad de generar sus propios expedientes, lo que aumenta el descontrol del sistema.

En marzo del 2007 comenzó a funcionar en formato de prueba un nuevo sistema de expedientes, desarrollado por el CeSPI, que pone fin a las carencias del Lexp, volviéndolo confiable y con varias ventajas extra: El formato web que permite la utilización remota, el uso en red, la descentralización del asiento de pases y la identificación personalizada de los usuarios (UPyCG UNLP, 2007). El sistema funcionó en formato de prueba durante todo el

---

<sup>168</sup> El edificio de la Presidencia de la UNLP, localizado en calle 7 entre 47 y 48, es una construcción de inicios del siglo XX, de unos 5.000 m<sup>2</sup>, originalmente de dos niveles a los que posteriormente se le anexó un entrespacio. Fue concebido como sede del Banco Hipotecario en La Plata y anexado a la UNLP en 1905, en la presidencia de Joaquín V. González. En las últimas décadas, estuvo compartido con el Liceo Víctor Mercante, hasta la mudanza de éste a su edificio original, restaurado a partir del Programa General de Desarrollo Edilicio del Plan Estratégico de Gestión 2004-2007 de la UNLP y reinaugurado el 13 de marzo de 2006. La recuperación de estos espacios permitió la concentración de las actividades institucionales y administrativas de la Presidencia a partir de una redistribución de muchas oficinas que ya se encontraban en el edificio y el traslado de numerosas dependencias que se localizaban en otros ámbitos propios de la Universidad o alquilados, tales como las Direcciones de Asuntos Estudiantiles, Asuntos Municipales, Derechos Humanos, Educación a Distancia, Salud, Sumarios, Vinculación Tecnológica y de Vinculación con el Graduado y el Departamento de Compras. Pudo aplicarse un criterio general de organización edilicia que situó en Planta Baja las Direcciones y Departamentos con mayor atención de público, en el Entrespacio las Direcciones y Departamentos con menor atención de público y en la Planta Alta las Prosecretarías, Secretarías, Consejo Superior y Presidencia.

año 2007, pero a partir del 3 de marzo del 2008 el sistema comenzó a funcionar formalmente y es el único válido en la Presidencia.

Las notas son de uso corriente y son de distinto tipo, algunas dan inicio a los expedientes y son incorporadas a los mismos y otras son sólo para comunicar información.

Los memos se emplean para las comunicaciones entre oficinas. Por ejemplo para la prestación de servicios de los becarios o para comunicaciones de la Dirección de Personal.

El Portal Web, donde trabajan 3 becarios para la redefinición del estilo y agregado constante de nuevas funcionalidades (gestión de contenidos, usuarios, perfiles, responsables de publicaciones, etc.) y 2 becarios con dedicación parcial destinados al mantenimiento de la versión en producción, fue puesto en marcha en el año 2004, y crece en importancia en la UNLP, como herramienta de comunicación organizacional, que permite difundir documentos, ordenanzas, resoluciones y leyes que condicionan la gestión de la organización; transparentar las ejecuciones y manejos presupuestarios (pagos, ingresos, certificados de obras), y descargar formularios y realizar trámites por parte de empleados, docentes, investigadores y alumnos (ver parágrafo IV.1.3.3.2.). Se actualiza diariamente con contenido académico y administrativo.

El boletín oficial es utilizado por la comunicación organizacional interna formal de la UNLP, como un dispositivo de registro. Es una publicación en formato gráfico o digital, de regularidad variable, que informa sobre las resoluciones y ordenanzas aprobadas por las autoridades, el Consejo Superior de la Universidad y el Consejo Académico de las facultades. Su confección está a cargo de la Prosecretaría de Asuntos Jurídicos y Legales y tiene una escasa difusión.

Los sistemas informáticos de información en la comunicación institucional interna formal de la UNLP son dispositivos de registro y control de las diversas variables que conforman la organización. El Sistema de Información Universitaria (SIU), es un sistema informático modular de gestión integral de las universidades, de carácter nacional, desarrollado para dar respuesta a las estrategias definidas por la Secretaría de Políticas Universitarias. La UNLP implementó, con desarrollo aún dispar, tres módulos, pero además desarrolló otros veintitrés sistemas propios o mixtos. Según un informe de la Unidad de Sistemas de la UNLP del año 2007, entre los principales sistemas de uso administrativo para la organización instalados en la Presidencia se encuentran:

El sistema SIU-Comechingones (hoy evolucionando hacia el Pilagá), módulo de gestión administrativa, orientado a funciones de contabilidad y manejo financiero; instalado en 14

facultades y en la Presidencia. De las mismas, se encuentra en producción en 9 facultades además de Administración de Presidencia y el resto del área Contable, que concentra la información de todos. Se estiman aproximadamente 30 usuarios. Hay una persona, con asignación parcial, destinado al mantenimiento del mismo.

El sistema SIU-Pampa, módulo de gestión del personal, aún en proceso de carga de datos.

El sistema SIU-Guaraní, módulo descentralizado de gestión académica orientado a alumnos que posibilita la gestión de aulas, exámenes, mensajería, encuestas y estadísticas, y que es el que tiene un impacto más directo en la tarea docente. Tiene sistemas complementarios centralizados de aspirantes (ASPI y SIPU) y alumnos (SIRA), con 17 facultades usuarias de ASPI (380.124 inscripciones a carreras desde 1990) y SIRA (464.854 historias académicas), 9 facultades usuarias de SIPU (32.483 inscripciones) y 12 facultades usuarias de Guaraní (151.953 historias académicas de 7 facultades y 5 en gestión de implementación) (CeSPI, 2007[2]).

El sistema de Liquidación de Haberes, con 9 dependencias usuarias, mediante el cual se obtiene la liquidación mensual del personal de planta de la UNLP, de contratos de servicio, de recursos propios, de becas de investigación, de Fonid (Incentivo docente preuniversitario); la liquidación del Incentivo Docente Superior, de becas de ayuda económica y liquidaciones complementarias de acuerdos paritarios locales y nacionales, docentes y no-docentes y otras (CeSPI, 2007).

El sistema Único de Expedientes de la UNLP, instalado y en producción, con tres facultades configuradas y totalmente configurado, definido y en uso para la Presidencia.

El sistema de Gestión de Cobro de trámites de Títulos está en *testing* para ser puesto en producción en Presidencia.

El sistema de carga de Tesorería, que permite la carga de ingresos y egresos de recursos y que está en desarrollo.

El sistema del CeSPI que permite, mediante una red privada virtual –VPN- el acceso de la Dirección de Liquidaciones, la Dirección de Personal, así como de IOMA y de los Seguros, que acceden a información residente en el CeSPI.

Las dependencias administrativas como Contables, Compras, Auditoría, etc. utilizan además sistemas de terceros como AFIP, IIBB, Ministerios, etc.



El sistema de Correo Electrónico se halla en producción con una dedicación de un becario para su mantenimiento. Hay definidas más de 400 cuentas de correo electrónico, todas de uso administrativo, con excepción de las de las Cátedras Libres.

El sistema Samay Huasi, que se encuentra en desarrollo para su gestión y que permite la administración de los recursos del museo y casa de descanso de la UNLP.

El sistema de Convenios, que se encuentra en desarrollo para su gestión, al que se le integrará la información digitalizada de los mismos.

El sistema de Carrera Docente, que permite la inscripción por la web de los aspirantes.

El sistema del Consejo Superior, que actualmente cuenta con una interfase de carga a la web de las resoluciones, pero no gestiona ordenes del día, digesto de ordenanzas, ordenamiento de integrantes de las comisiones, etc.

El sistema de Salud, utilizado para la gestión de las libretas, las historias clínicas y los partes médicos; que son sistemas antiguos que es necesario renovar.

El sistema de Bienestar Estudiantil, utilizado para la gestión de becas de ayuda económica y de pasajes.

El sistema de educación a distancia -EAD-, con tecnología open source ('moodle'), utilizado para los ingresos, posgrados, cursos de extensión y grado.

El sistema de gestión de bibliotecas SIU-KOHA UNLP, incorpora catálogo, préstamo, estantes virtuales, integración con el sistema de alumnos y material digital. Está basado en el sistema de software libre KOHA y ha sido traducido, mejorado y ampliado por un equipo de trabajo del CeSPI<sup>169</sup> (CeSPI, 2007[1]).

El sistema de información del Programa de Incentivos a la Investigación, fue provisto por el entonces Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación y es utilizado por 15 usuarios administrativos. Actualmente se encuentra en prueba la ampliación que permitirá el acceso de aproximadamente 2.000 participantes del programa de incentivos

---

<sup>169</sup> Son usuarios del sistema: El público en general a partir de una conexión a Internet puede consultar la parte pública del catálogo. Los socios de las bibliotecas (alumnos, docentes, no docentes e investigadores) tienen acceso al catálogo con posibilidad de realizar reservas y renovaciones remotas. Todos los alumnos son potenciales usuarios del sistema ya que está integrado con el sistema SIU-Guaraní. Y los bibliotecarios, perfil de administración en el sistema con distintos alcances de acuerdo a los permisos asociados a cada uno, por ejemplo, alguien puede realizar un préstamo pero no modificar el catálogo de la biblioteca.

En la Facultad de Informática se encuentran habilitados 546 usuarios sobre 7.838 posibles incorporados desde el SIU Guaraní, 3 bibliotecarios y 3 administrativos.

En la Facultad de Ciencias Económicas se encuentran habilitados 4.855 usuarios sobre 48.694 posibles incorporados desde SIU Guaraní; y 12 bibliotecarios.

Se está trabajando en la incorporación de la Facultad de Ciencias Exactas.

para la gestión de sus datos personales, cargos, proyectos, etc. Se prevé su puesta en producción para el año 2008.

El sistema de información de proyectos, fue provisto por el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación y es usado por 15 usuarios administrativos y aproximadamente 550 directores de proyectos de la UNLP.

El sistema de acreditación de proyectos, que es de desarrollo propio de la UNLP, con una adaptación de la Secretaría de CyT sobre las base de un sistema provisto por la Facultad de Informática. El sistema es accedido por un usuario administrativo y aproximadamente 350 evaluadores externos a la UNLP (según el año de evaluación).

El sistema de gestión de becas, personas y proyectos, que es de desarrollo propio de la UNLP y ya tiene implementado el módulo I de Gestión de Becas y se está en etapa de desarrollo del módulo II de Gestión de Personas.

El sistema de acreditación a eventos científicos, que es de desarrollo propio de la UNLP, utilizado para el Congreso de Medio Ambiente y Psicología 2007 y actualmente en prueba en la Secretaría de CyT para la acreditación de proyectos de investigación.

El sistema de carga y generación de CD's, que es de desarrollo propio de la UNLP y permite la carga y posterior generación de un CD navegable con información de la Secretaría de CyT (el mismo será absorbido por los sistemas en desarrollo, dado que no se cuenta con información del mismo y está en una plataforma poco habitual).

El sistema de Prolab, que es de desarrollo propio de la UNLP, cuyo objetivo es la intermediación laboral, entrevistas, postulación de ofertas y seguimiento académico y laboral. El mismo está en producción y tiene un desarrollador para mantenimiento del mismo. El sistema cuenta con 10 usuarios administrativos y se estima en aproximadamente 20.000 la cantidad de usuarios ocasionales que acceden a las páginas de ofertas laborales.

Y por último, el sistema de mantenimiento de listas de desaparecidos, que es de desarrollo propio de la UNLP, que permite gestionar la información referida (US UNLP, 2007).

La totalidad de los funcionarios entrevistados mostraron tener conciencia de la importancia de la comunicación interna y externa para la planificación y la gestión de la organización y su articulación con la política institucional. Por ejemplo, Guillermo Nizan, el Prosecretario de Planeamiento y Obras, afirma que “para desarrollar un plan de obras como el que nosotros venimos desarrollando, si no hubiera una muy fuerte comunicación

sería imposible hacerlo” (Nizan, entrevista personal, 15/02/2007); y Mercedes Molteni, la Secretaria de Administración y Finanzas comenta que “errores de comunicación han derivado en paros docentes o malos entendidos entre funcionarios que afectaron el buen funcionamiento de la organización. La falta de comunicación puede traer problemas” (Molteni, entrevista personal, 14/02/2007).

#### **IV.1.1.1. Alcance de los dispositivos de información y comunicación organizacional en las dependencias y los colegios universitarios**

A partir de la información proporcionada por la Unidad de Planificación y Control de Gestión de la UNLP (UPyCG UNLP, 2007) y de las entrevistas realizadas a funcionarios como insumo para esta investigación, se describe la utilización actual de cada soporte mencionado, en las dependencias fundamentales de la Presidencia.

##### Presidencia

De la Presidencia dependen en forma directa, su secretaría privada y una unidad de auditoría interna (ver parágrafo III.5.1.).

El e- mail junto al contacto telefónico, son las herramientas más utilizadas tanto para la comunicación interna con las otras áreas de la Presidencia y con las facultades, como para la comunicación externa. Y el contacto informal presencial tanto con funcionarios de la Presidencia, como con decanos y funcionarios de las facultades es un mecanismo habitual que se complementa con las reuniones periódicas de gabinete.

El Presidente firma, además de los títulos de grado y posgrado, los expedientes de resoluciones (junto al Secretario General y al Secretario del área de origen), y las adjudicaciones. Es la única firma autorizada para contratos y convenios. Todas las comunicaciones de la Presidencia por expedientes se realizan a través de la Dirección General Operativa. Las notas y los memos tienen una utilización baja en los procedimientos comunicacionales de la Presidencia, al igual que el Boletín Oficial, que formaliza la comunicación periódica de las resoluciones de Presidencia.

##### Vicepresidencia

De la Vicepresidencia depende en forma directa, la Unidad de Relaciones Internacionales Universitarias (ver parágrafo III.5.1.).

El e- mail junto al contacto telefónico, son las herramientas más utilizadas tanto para la comunicación interna con las otras áreas de la Presidencia y con las facultades, como para la comunicación externa. También el contacto informal presencial tanto con funcionarios de la Presidencia, decanos y funcionarios de las facultades es un mecanismo habitual de comunicación de la Vicepresidencia que se complementa con las reuniones periódicas de gabinete.

El Vicepresidente reemplaza la firma del Presidente en su ausencia y además firma los expedientes que ingresan al Consejo Superior como Presidente de la Junta Ejecutiva – organismo del Consejo Superior que dispone la distribución en las comisiones de los expedientes que ingresan al mismo-. Al igual que en la Presidencia, las notas y los memos tienen una baja utilización.

#### Secretaría General

De la Secretaría General dependen en forma directa, una Unidad de Planificación y Control y seis Prosecretarías (General; Planeamiento, Obras y Servicios; Asuntos Jurídicos y Legales; Relaciones Institucionales; Bienestar Universitario y Asuntos Estudiantiles), que reúnen veintiséis unidades y direcciones (ver parágrafo III.5.1.). Cabe mencionar la creación de la Unidad de Prensa en el año 2004, como referencia comunicacional interna y externa de la Secretaría en temas de vinculación con la comunicación organizacional a través de los medios.

El e- mail y el contacto telefónico son las herramientas más utilizadas tanto para la comunicación interna con las otras áreas de la Presidencia y con las facultades, como para la comunicación externa. El contacto informal presencial tanto con funcionarios de la Presidencia, como con decanos y funcionarios de las facultades, es un mecanismo habitual que se complementa con las reuniones periódicas de gabinete. Las reuniones en general son constantes ya que el Secretario se reúne con los responsables de todas las áreas de Presidencia y con la Prosecretaría en forma permanente.

El Secretario General firma junto al Presidente, además de los títulos de grado y posgrado, los expedientes de resoluciones (junto al Secretario del área de origen), y las adjudicaciones. Todos los expedientes ingresados a la Presidencia a través de Mesa de Entradas, pasan por la Dirección General Operativa y de ésta a la Secretaría General, con cuya firma se distribuyen en las diferentes áreas y el Consejo Superior. Lo mismo sucede con los expedientes que salen de la Presidencia y del Consejo Superior; por lo que el área tiene una alta participación en todos los trámites por expediente. Las notas y los memos,

por su parte, tienen una utilización media en los procedimientos comunicacionales de la Secretaría General (son habituales y cotidianas pero no predominantes).

Las Prosecretarías utilizan el expediente como forma habitual de gestionar un trámite. Las notas y los memos no son habituales y son el contacto telefónico y el mail la forma cotidiana de comunicarse, junto al contacto informal y la reunión.

En el caso de la Prosecretaría de Asuntos Estudiantiles, el Portal Web se utiliza mucho para difundir información sobre los servicios a los estudiantes de becas, comedor, salud, transporte, alojamiento, recreación y deportes. De manera informal también actúan de intermediarios los centros de estudiantes y las agrupaciones estudiantiles. Patricio Lorente, Prosecretario de Bienestar Universitario, advierte que cuando las facultades tienen mejor desarrollada la información de servicios, hay una mayor demanda de estos por parte de los alumnos; pero cuando no es así, hay serios inconvenientes en llegar masivamente a los mismos (Lorente, entrevista personal, 14/02/2007).

#### Secretaría de Administración y Finanzas

De la Secretaría de Administración y Finanzas dependen en forma directa, la Prosecretaría de Administración y Finanzas con sus siete direcciones, la Tesorería, la Dirección General de Administración con sus tres direcciones y la Unidad de Sistemas (informáticos) (ver parágrafo III.5.1.). Cabe mencionar la creación, en el año 2007, de la Dirección de Organización Institucional<sup>170</sup> como consecuencia del análisis del período 2004-2007, con fuerte acento en la comunicación organizacional.

El e-mail se utiliza habitualmente para las comunicaciones informales y se estima que cuando se implemente la firma electrónica se generalizará su uso administrativo en instancias formales. Mercedes Molteni es la única funcionaria entrevistada que admitió utilizar el chat habitualmente como mecanismo de comunicación organizacional. Aclaró que sólo sirve como medio para comunicarse con personas acostumbradas a utilizarlo, y sólo para algunas cuestiones (Molteni, entrevista personal, 14/02/2007).

El contacto telefónico se utiliza mucho y al ser un área que recibe llamados en forma permanente, tanto de las dependencias administrativas propias, como de las facultades, además de decanos, funcionarios y gremios; estos a veces entorpecen el trabajo habitual de la Secretaría.

---

<sup>170</sup> La Dirección de Organización Institucional es creada en junio del año 2007, mes posterior al período de investigación, su directora es Licenciada en Comunicación y trabajan en el área cinco personas de las cuales dos son Lic. en Comunicación.

El contacto informal presencial también es muy utilizado en la relación con decanos, funcionarios y gremios, así como con trabajadores del área administrativa. Las reuniones son habituales ya que la Secretaria se reúne con los responsables de sus áreas dos o tres veces por semana y con la Prosecretaria en forma permanente. Mercedes Molteni aclara que las reuniones son efectivas sólo cuando son cortas y tienen agenda definida (Molteni, entrevista personal, 14/02/2007).

Los expedientes son el mecanismo administrativo habitual para la mayoría de los trámites. Las notas –más que los memos- se utilizan mucho, para comunicar información a otras dependencias, a las facultades (vía decanos – jefes de personal) y con los gremios, considerados también como buenos intermediarios para llegar a los destinatarios.

Mercedes Molteni, Secretaria de Administración y Finanzas, explica el procedimiento para una reforma administrativa:

*Hacemos reuniones de gabinete de administradores y elaboramos la norma entre todos. La comunicación es a través de la propia norma administrativa. Por ejemplo, al dictar el Manual de Rendición de Subsidios para investigadores, mi modo de comunicación es a través de la firma de la resolución. La Dirección General Operativa le manda una copia de esa resolución a cada unidad académica, donde toman conocimiento a través del acto administrativo. Es la propia ordenanza de procedimientos administrativos que establece esa comunicación entre las facultades y la Presidencia. La mayoría de las cosas que uno comunica son a través de procedimientos administrativos (Molteni, entrevista personal, 14/02/2007).*

El Portal Web se utiliza para comunicar información general de carácter administrativo a docentes y no docentes. Se considera que es más efectivo para hacer llegar información a sus destinatarios, que si se emplearan los medios tradicionales (gacetilla con el recibo de sueldo, comunicación a la oficina de personal de cada facultad, etc.).

#### Secretaría de Ciencia y Técnica

De la Secretaría de Ciencia y Técnica dependen en forma directa las Prosecretarías de Gestión de CyT y de Políticas de CyT, de la que a la vez dependen dos direcciones.

El e- mail y el teléfono se utilizan fundamentalmente para las comunicaciones con las áreas de la Presidencia, siendo el contacto informal de baja utilización, salvo las reuniones internas y de participación en las comisiones del Consejo Superior.

El expediente es un instrumento de uso habitual en la Prosecretaría de Gestión de CyT, como forma administrativa de vincularse con los investigadores categorizados del sistema de incentivos y becarios, ante determinados trámites (recursos, notificaciones, recepción de proyectos).

El memo, más que la nota, se utiliza para comunicarse con los Secretarios de Ciencia y Técnica de cada facultad, a quienes se considera como intermediarios para llegar a los investigadores. La efectividad de ese contacto depende del flujo comunicativo dentro de cada unidad académica. La mayoría de las veces el objetivo del memo es invitar a sus destinatarios a ingresar al sitio web de la Secretaría, donde está cargada en realidad la información que se quiere comunicar (convocatorias, acreditaciones y evaluaciones).

La página de Ciencia y Técnica en el Portal Universitario, es un medio fundamental para hacer llegar información básica a los investigadores, como requerimientos y fechas de convocatoria del llamado a becas, acreditaciones y evaluación de proyectos de investigación, formularios, etc.

La comunicación organizacional formal interna absorbe gran parte del trabajo del área. Patricia Arnera, Prosecretaria de Políticas de CyT, cuenta que “dentro de la Secretaría hay una carga de trabajo muy importante en lo que hace a la administración de la información vinculada a los proyectos de investigación del sistema de incentivos, a los becarios y a los procesos de pago. Esa cuestión es la que impone el ritmo y no hay demasiado tiempo para que podamos dedicarnos a pensar cómo comunicarle a la sociedad el resultado de los proyectos en ciencia y técnica” (Arnera, entrevista personal, 19/02/2007).

#### Secretaría de Extensión Universitaria

De la Secretaría de Extensión Universitaria depende en forma directa la Prosecretaría de Extensión Universitaria, una Unidad de Coordinación y nueve direcciones (ver parágrafo III.5.1.). Aunque tienen una vinculación complementaria con la comunicación organizacional, la Secretaría concentra las áreas de mayor vinculación con los procesos comunicacionales: La Dirección de Contenidos Multimediales, del Portal Universitario, de Comunicación Visual, de la Radio y de la Editorial; que junto con la Unidad de Prensa, el Centro de Producción Multimedial y ahora, la Dirección de Organización Institucional, conforman la Comisión de Comunicación de la UNLP, creada en el año 2005 (ver parágrafo IV.1.3.3.).

El e-mail y el contacto telefónico son los mecanismos comunicacionales más utilizados para la gestión, así como el contacto informal presencial y las reuniones. El expediente es la forma habitual con la que la Secretaría desarrolla el trámite de gestión de los proyectos subsidiados de extensión. Por lo demás, tiene una baja utilización, aunque predomina respecto a la nota o el memo, como instrumento formal de comunicación organizacional.

La página web y el conjunto de dispositivos de comunicación externa administrados por el área, están enfocados fundamentalmente a la comunicación informativa para la extensión (ver párrafo IV. 3.3.).

#### Secretaría de Asuntos Académicos

De la Secretaría de Asuntos Académicos dependen en forma directa siete direcciones y las Prosecretarías de Posgrado y de Asuntos Académicos (que organiza la actividad de los cinco colegios de pregrado de la UNLP y que analizaremos en profundidad en el siguiente párrafo). Entre las direcciones, cabe mencionar el Centro de Producción Multimedial – CEPROM- herramienta comunicacional enfocada a la comunicación informativa para la enseñanza y de relativa utilización en la comunicación organizacional de la UNLP (ver párrafo IV.2.3.1.).

La forma habitual de comunicación es el e-mail y en menor medida la comunicación presencial y el contacto telefónico, en ese orden.

Las reuniones son un mecanismo muy utilizado y valorado por el sistema. Se reúnen como mínimo una vez por mes (a veces dos) con los Secretarios Académicos de las facultades para discutir acciones a emprender, elaborar proyectos y avanzar en los mismos, brindar información y evacuar consultas vinculadas a la agenda del Plan Estratégico. También se realizan reuniones de comisiones sobre temas específicos.

El expediente tiene una baja utilización, así como el memo. Las notas sin embargo, se utilizan mucho para comunicarse con los docentes. Se envían a los decanos para que estos, a través de su jefe de personal, las distribuyan a los destinatarios.

#### Colegios universitarios de pregrado

La UNLP cuenta con cinco colegios de pregrado dependientes de la Presidencia: Una institución de educación inicial y primaria -la Escuela Graduada Joaquín V. González- y cuatro colegios de educación secundaria básica y superior: El Nacional Rafael Hernández, el Liceo Víctor Mercante, el Bachillerato de Bellas Artes y la Escuela Práctica de Agricultura y Ganadería Inchausti. Estos colegios cuentan con 340 docentes y unos 4.700 alumnos (DPU UNLP, 2007).

*Todos los colegios articulan tanto la comunicación organizacional interna vertical como la horizontal, existiendo circuitos de información organizacional departamentales, inter-departamentales e individuales.*

*Las estrategias de comunicación en los colegios de la UNLP de formación preuniversitaria son muy diversas, desde el circuito tradicional de carteleras, pizarrones, comunicaciones en soporte papel,*



*telefónicas, como así también se han ido incorporando desde hace dos años el sistema informático vía e-mail y página web (PSAA UNLP, 2007: 3).*

Dentro de la comunicación informal interna, el uso del correo electrónico se generalizó en los colegios a partir del año 2005, salvo en Inchausti, que al ser de alumnos pupilos tiene una fuerte comunicación presencial y la Escuela Graduada –inicial y primaria- que recién se sumó en el 2007. Se envían e-mails generales o particulares a los docentes y por departamentos educativos, y la lista de direcciones se completa y actualiza periódicamente. También se envían e-mails generales o particulares a los alumnos, por año o división; y ya son de uso habitual en diferentes materias como soporte para realizar consultas, entrega de trabajos y foros con publicación del material, cuentos, música, entrevistas y memorias de las clases.

El contacto telefónico se utiliza básicamente para la comunicación con los padres, y por circuitos internos entre reparticiones propias y otras de la UNLP. El contacto presencial –individual o colectivo- es muy utilizado para establecer un vínculo entre los departamentos y los docentes y también es muy utilizado con los alumnos por el preceptor, por la coordinación académica, por el departamento de orientación educativa, por la jefatura de disciplina y por la dirección. También se realizan encuentros con padres, por citación individual originada por jefes de departamento, el departamento de orientación educativa, la coordinación académica, las jefaturas de disciplina y regencia, y la dirección.

Las reuniones son habituales entre los jefes de departamento, coordinadores, regentes, sub-regentes y docentes en general; así como las reuniones con padres de diferentes niveles y ciclos.

Por su parte, entre las herramientas de comunicación organizacional interna formal, los expedientes no son de uso habitual en los colegios. Por ahora se manejan en forma manual, salvo el Colegio Nacional que en el período de la investigación usaba el sistema Lexp, al igual que toda la Universidad, posteriormente reemplazado.

Los memos, también poco utilizados, son dirigidos a los jefes de departamento y coordinadores departamentales para informar y solicitar sobre cuestiones institucionales generales, departamentales y áulicas. Los jefes de departamento los dirigen a los docentes cuando el carácter de la información requiere de la notificación formal (reuniones por nivel, mesas examinadoras, situación de revista, etc.).

Para comunicarse con los docentes, habitualmente se utiliza el Libro de Firmas/Actas, que está ubicado en las salas de profesores, se usa para notificar sobre cuestiones

organizativas y académicas diversas. Para comunicarse con los padres para realizar citaciones y efectuar informes sobre rendimiento académico (apoyos académicos, situaciones de riesgo escolar, etc.), se utilizan las notas en el cuaderno de comunicaciones de los estudiantes.

Al comienzo del año se prepara un boletín dirigido a alumnos y padres, en el que se detallan la política educativa del colegio, las actividades permanentes, los trabajos que se realizan desde el colegio (estructura educativa, proyectos, programas, compra de mobiliario, etc.). El Colegio Nacional y el Bachillerato de Bellas Artes cuentan además con un boletín de soporte digital en su página web, con actualización semanal, dirigido a docentes y alumnos, que informa sobre las actividades del establecimiento.

Para información general de docentes y alumnos, se utilizan carteleras informativas ubicadas en el hall central (menciones o premios obtenidos, invitaciones a actos institucionales, campañas de donación, entre otros). El Colegio Nacional, cuenta además con una cartelera móvil y con tres paneles por piso en los patios cubiertos, para ser utilizados por cada Departamento para comunicar sus actividades. Para docentes exclusivamente, se utilizan carteleras ubicadas en sala de profesores, en preceptoría y en los departamentos donde se expone información acerca de cursos, conferencias, exposiciones, jornadas, simposios y otros eventos.

Todos los colegios cuentan con su página web como forma de difundir información relacionada con actividades académicas, culturales y administrativas.

#### **IV.1.1.2. Herramientas TICs en las dependencias y los colegios universitarios**

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) hacen referencia a los medios informáticos para procesar, difundir o almacenar todo tipo de información. Si bien surgieron hace unas décadas, su uso se masificó a gran velocidad, incentivado por los servicios que hoy brinda Internet, de página web, correo y boletines electrónicos y conversaciones en línea, entre otros, que surgieron en la década pasada, pero se generalizaron en ésta, estimándose para el año 2007, más de mil doscientos millones de personas utilizando Internet en el mundo. En este contexto, el uso generalizado de TICs para el sistema educativo universitario es estratégico.

En el período objeto de nuestra investigación, el uso de Internet se consolidó en todos los ámbitos de la UNLP, producto de una política sistemática de inversión acompañada de

un desarrollo institucional del tema. En el año 2004 se creó la Unidad de Sistemas de la UNLP, que cuenta con un director y un equipo de tres Analistas de Sistemas y cinco becarios, y se avanzó en la adquisición de equipamiento informático, paralelo al establecimiento y optimización de redes de conexión a la web cuyo alcance sigue ampliándose constantemente.

#### TICs en la Presidencia

Según un informe de la Unidad de Sistemas de la UNLP (US UNLP, 2007), la Presidencia cuenta con 200 PCs y 100 impresoras todas conectadas a la intranet y con acceso a Internet (a excepción de los casos que por seguridad o requisitos del director del área no esté habilitado) y cuenta en total con 6 servidores de diferentes aplicaciones, de los cuales 4 son equipos específicos y el resto PCs. Todas las PCs se encuentran configuradas de manera estándar, utilizando aplicaciones de escritorio, así como sistema operativo Microsoft, con excepción de los servidores que utilizan software libre, así como otros dispositivos de uso específico (gestión de tráfico, etc.).

La intranet de Presidencia esta vinculada con el CeSPI por dos enlaces de comunicaciones a fin de brindar redundancia: un microondas de dos canales de 2MBps cada uno (2+2) y un enlace Spreads Spectrum de 5.5 MBPS. Ambos enlaces se encuentran con gestión de tráfico<sup>171</sup>.

Adicionalmente cuenta con un acceso inalámbrico para facilitar la conexión de dispositivos móviles. Este equipo es parte de una arquitectura compleja en proceso de desarrollo para asegurar la correcta cobertura de todo el edificio.

#### TICs en los Colegios universitarios de pregrado

Las comunidades académicas de los cinco establecimientos sumaron las TICs a su tarea cotidiana, como herramientas administrativas y en general de comunicación organizacional y como aliadas ineludibles para la enseñanza. Las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) tienen un potencial reconocido para apoyar el aprendizaje, la construcción social del conocimiento y el desarrollo de habilidades y competencias para aprender autónomamente (CNICE, 2007: 5). Los siguientes datos dan cuenta del panorama tecnológico en los cinco colegios de la UNLP (PSAA UNLP, 2007).

---

<sup>171</sup> Desde el nodo de Presidencia, además se da servicio mediante fibra óptica a las Facultades más cercanas: de Económicas, Derecho y Humanidades y mediante servicios inalámbricos a la Prosecretaría de Planeamiento, Obras y Servicios y a la Facultad de Periodismo.

## Equipamiento informático en general

	Liceo	BellasArtes	Nacional	Inchausti	Graduada
Parque de PCs	52 PCs (16 uso alumnos)	24 PCs (6 uso alumnos)	43 PCs (15 uso alumnos)	26 PCs (16 uso alumnos)	43 PCs (20 uso alumnos)
Servidores	No tiene servidor propio. Conexión vía CeSPI	No tiene servidor propio. Conexión vía CeSPI	Un servidor (pagina, mails, Proxy, dns, sql, aplicaciones web)	Un Servidor IE	Un Servidor (Web, Gateway de Internet y Firewall, Router)
PCs conectadas a Internet	48 vía CeSPI	24 vía CeSPI	43 conectadas fibra óptica	26	29
Cuentas Mails	25	64	30	10	2
Pagina web	<a href="http://www.lvm.unlp.edu.ar">www.lvm.unlp.edu.ar</a>	<a href="http://www.bba.unlp.edu.ar">www.bba.unlp.edu.ar</a>	<a href="http://www.nacio.unlp.edu.ar">www.nacio.unlp.edu.ar</a>	<a href="http://www.inchaustinet.com.ar">www.inchaustinet.com.ar</a>	<a href="http://www.graduada.unlp.edu.ar">www.graduada.unlp.edu.ar</a>

### IV.1.2 La comunicación corporativa

La primera iniciativa destinada a sistematizar la identidad corporativa de la UNLP se remonta al año 2000, cuando se crea la Dirección de Comunicación Visual, dependiente de la Secretaría de Extensión Universitaria, con el objetivo general de implementar un programa integrado de comunicación visual “que reposicione a la institución en cuanto a su imagen pública” (DCV UNLP, 2003: 2).

El primer paso fue realizar un relevamiento y análisis de fortalezas y debilidades, ofertas y demandas de la comunicación visual existente a través de entrevistas, análisis de documentos y observaciones in situ. El diagnóstico “evidenció la asistematicidad y el desajuste en las piezas gráficas producidas y la falta de una propuesta que cohesionara las mismas en un sistema fuertemente guiado por conceptos que respondan a objetivos claros de comunicación. Se verificó la inexistencia de un sistema formal de comunicación interna y externa, el predominio de los canales informales de comunicación sobre todo en la comunicación interna, y la saturación y dispersión de los mensajes” (SEU, 2006: 84).

Una vez concluida la investigación diagnóstica, la Dirección propuso la implementación de un Programa Integral de Identificación Institucional que sistematizara las producciones gráficas de la UNLP a fin de posicionar una imagen institucional y facilitar el logro, tanto de una mayor atención de los públicos e interlocutores externos (otras universidades e instituciones, el Estado, las empresas y la comunidad), como de la revalorización institucional de los mismos integrantes de la comunidad universitaria a partir de reconocerse en su identidad corporativa.

Como primer paso, la Dirección elaboró el Manual de Identificación Institucional, una serie de pautas pensadas para reglamentar y otorgar coherencia a la producción de piezas

gráficas de la Presidencia. Fue aprobado por Disposición del Consejo Superior n° 99/03 del 27 de junio del año 2003 (Expte. n° 100-54.572/03).

La Dirección de Comunicación Visual de la UNLP relata que de la investigación histórica acerca de la Universidad Nacional de La Plata y de las entrevistas realizadas en la etapa de relevamiento, surgieron una serie de criterios, nociones y símbolos –denominados ‘textos de identidad’- para orientar las decisiones gráficas y en función de ellos se identificaron atributos generales, específicos e identificadores visuales de la UNLP.

Los atributos generales registrados fueron: ‘Universidad=saber’, ‘Conocimiento experimental, social y artístico’, ‘Desarrollos culturales, artísticos y científicos’, ‘Docencia, investigación y extensión’. Los atributos específicos registrados fueron: ‘Lema: Pro scientia et patria (Por la ciencia y la Patria)’, ‘Amplitud de la oferta educativa’, ‘Principios reformistas: respeto, libertad, justicia’, ‘Tradición y prestigio: Institución señera en América Latina’, ‘Excelencia /masividad= calidad académica para todos’.

Los identificadores visuales que constituyen la ‘marca’ –en el nivel de isotipo- de la UNLP son el Escudo (sello mayor) y el Emblema (dos hojas de roble unidas en su base). Se trata de dos símbolos que acompañan a la institución desde sus comienzos. Considerando que ambos están fuertemente instalados, son muy queridos y comunican en gran medida los valores que surgen del texto de identidad; no se encontraron motivos para proponer una nueva marca, a nivel isotipo, que desplace o se sume a éstas. El criterio fue entonces refuncionalizar estos símbolos, revitalizándolos. En relación al emblema, que históricamente había sido resuelto en línea -sean éstas gestuales o geométricas- se propuso una nueva imagen del mismo a través de la reproducción fotográfica en cuatricromía, para acentuar este atributo de vitalidad que se pretendió imprimir a la nueva imagen institucional. Al ser un símbolo más dúctil que el escudo, sus aplicaciones podrían variar según la pieza a diseñar.

También se definieron criterios para los restantes elementos constitutivos de la Identidad Visual: el logotipo con el nombre completo de la institución (se lo definió como la única versión que puede funcionar sin aplicación de emblema o escudo) o la sigla (se recomendó aplicarla siempre junto al emblema); la tipografía y los colores institucionales (SEU, 2006).

Una vez desarrollados y aprobados los protocolos de identificación institucional (año 2003), se crea en el ámbito de la Dirección de Comunicación Visual (año 2004), el Programa Integral de Identificación Institucional de la UNLP, que fue incorporado al Plan

Estratégico de Gestión, dentro del eje “Extensión” en el que se fijaron sus objetivos, actividades y plazos.

El Programa de Identificación Institucional se definió como un proyecto que organiza y regula la relación y el proceso de producción-circulación-consumo de la comunicación institucional de la UNLP. Se lo consideró como un pre-plan, ya que se plantea en forma previa al contacto efectivo con la realidad, y está sujeto regularmente a la elaboración e implementación de modificaciones que surjan de las relaciones mencionadas.

El Programa de Identificación Institucional, tal como se desprende de la lectura del Manual, en la sección referida al texto de identidad, propone, desde el punto de vista conceptual, apuntar a fortalecer los conceptos de tradición, seriedad y excelencia de la UNLP, haciéndolos confluír con una mirada moderna sobre los referentes clásicos (DCV UNLP, 2007).

Sus objetivos son normalizar la gráfica de la papelería y las piezas básicas existentes, proponer nuevos desarrollos que abarquen desde la promoción – producciones objetuales- hasta la difusión, la señalética, el diseño de un sello identificatorio para las producciones de la UNLP, entre otras acciones.

A partir del año 2005 -que fue el año del Centenario de la UNLP, en el que se desarrollaron múltiples actividades institucionales-; los valores identitarios, diferenciadores y formadores de imagen alcanzaron todas las dimensiones de lo perceptible, con lo verbal-visual, lo visual-táctil, lo visual-operacional, lo visual-ambiental y lo audiovisual. La Dirección de Comunicación Visual concentró la gestión de comunicar la identidad corporativa de la UNLP, en asistir a las dependencias de la Presidencia que solicitaron producción y diseño: Se diseñaron soportes gráficos para la papelería administrativa (facturas, recibos, solicitudes de compra, formularios y otros según necesidades de las dependencias); la gráfica de promoción e interés social de la UNLP (afiches, folleto institucional, folletos por carreras, avisos en medios impresos o audiovisuales, como los llamados a concurso); la gráfica de promoción de eventos (afiches, volantes, invitaciones, programas, banderas, en ciertos casos carpetas, papelería, señaladores, certificados), las revistas y publicaciones, los newsletter, la página web de la UNLP y la identidad y señalética de las dependencias de Presidencia, incluyendo los colegios.

También en el año 2005 se comenzó con el desarrollo de los productos que se comercializan según el Programa Ediciones Especiales (Merchandising)<sup>172</sup>: indumentaria (remeras, buzos, apliques para camperas y otros); objetos promocionales en papelería (agendas de lujo y agendas económicas, almanaques, cuadernos, carpetas, calcomanías, postales, lápices y lapiceras) y otros (pines, mates, llaveros, portalápices, jarritos, banderines, platos o bandejas y ceniceros).

Para apuntalar este proceso se acondicionó el área, dándole un ámbito físico adecuado, se la proveyó de equipamiento, personal y en el caso del Programa de Merchandising se asignó un presupuesto inicial (el Programa se autofinancia desde el año 2006) y se diseñaron y construyeron dos stands, uno fijo que se ubicó en el hall de Presidencia y uno móvil que rota por facultades y diferentes ámbitos.

En el año 2006 el Programa terminó de consolidar el proceso en Presidencia, desarrollando variables específicas de la identidad corporativa tanto en los proyectos editoriales (Mensuario La Palabra, Plan Estratégico de la UNLP, Portal de la UNLP, y Programas –Ediciones Especiales o merchandising, Universidad Saludable, Comedor Universitario, etc.-), como en la asistencia técnica a dependencias (Secretarías, Direcciones y Programas) y colegios, y a múltiples eventos (concursos, jornadas, exposiciones, conferencias y encuentros).

En septiembre de 2006, las diversas áreas de comunicación de la Presidencia de la UNLP, nucleadas en la Comisión de Comunicación Institucional, organizaron en el marco de la Expo Universidad, una Jornada preparatoria del 1er Encuentro Nacional de Comunicación en Universidades Públicas, convocada en La Plata por iniciativa de esta Comisión, que finalmente se concretó en noviembre. En ese marco, “se realizó un sondeo de opinión acerca de la imagen de la Universidad Nacional de La Plata y se detectó la debilidad del Programa de Identidad de la UNLP por el hecho de concentrarse en el área de Presidencia y tener sólo participaciones aisladas en el resto de las dependencias” (SEU UNLP, 2006: 86). Se verificó que los estudiantes no tenían una clara percepción de la identidad visual de la UNLP porque el contacto que tienen con ella se da a través de las facultades.

---

<sup>172</sup> “En la actualidad, es significativo el aumento del interés de las instituciones educativas y culturales por divulgar sus actividades y difundir sus producciones tanto materiales como simbólicas. Organismos públicos y privados como museos, centros culturales y universidades, entre otros, tienden a registrar su existencia y su función social a través de objetos que se desempeñan como marcas de identidad, destacándolos y distinguiéndolos del resto. Es a través de estos textos – en sentido amplio- en los que este tipo de organizaciones asientan su *marca registrada* como estrategia de promoción institucional de alcance público.

Con la creación del *Programa Ediciones Especiales de la UNLP* se pretende llevar adelante esta perspectiva de la promoción universitaria, a través del desarrollo y difusión de materiales diversos que identifiquen a nuestra Universidad y que constituyan un vínculo directo con la comunidad local y también con la universitaria a nivel nacional.” (SEU, 2006: 86-87).

Se redactó un documento, y a partir de entonces se propuso ampliar el margen de desarrollo de la identidad corporativa y expandirlo a las unidades académicas. Con esa intención, se realizaron reuniones con los profesionales de sus áreas de comunicación, los que manifestaron el interés de avanzar con la tarea de coordinar decisiones y acciones entre facultades y con la Presidencia, en cuanto la comunicación visual interna y externa. Al respecto, Mercedes Filpe, Directora de Comunicación Visual de la UNLP, señaló que “la heterogeneidad en la formación de los profesionales que están a cargo de la comunicación institucional en las diferentes unidades académicas es importante. En algunos casos, las áreas están a cargo de idóneos o técnicos, por lo tanto los perfiles y las definiciones de las políticas y prioridades de comunicación de las facultades son sumamente diversas” (Filpe, entrevista personal, 21/02/2007).

Durante el primer semestre de 2007 se consolidó el consenso para extender la identidad corporativa a toda la universidad, iniciando la etapa de relevamiento de atributos particulares e identificadores visuales en cada facultad (SEU UNLP, 2007).

#### **IV.1.3. La comunicación informativa**

La comunicación institucional informativa, tanto en los relevamientos hechos en las otras universidades públicas argentinas (ver capítulo III), como en varios registros de diversas instituciones dedicadas a la educación superior, concentra el diseño de su gestión en los dispositivos que vinculan a la universidad con su medio y que en este párrafo denominaremos ‘la comunicación informativa para la extensión’, ya que es desde esa perspectiva y desde esa área de planificación y gestión desde donde se producen esos desarrollos.

Sin embargo existe, de manera más o menos conciente, y con avances más o menos incipientes, una comunicación informativa que no sólo se orienta a vincular la universidad con su medio (interno y externo) e informarlo de sus actividades y avances, sino que por un lado se vincula con los aspectos específicos del proceso de transmisión de conocimientos, agilizándolo, generando alternativas tecnológicas de comunicación y facilitando el acceso a múltiples fuentes a través del uso de nuevas tecnologías, tanto en el pregrado, como en el grado y el posgrado; y por otro se involucra en la promoción de la capacidad y el alcance de la institución para transmisión de conocimientos universitarios, básicamente en el posgrado.



También existe una comunicación informativa necesaria para la producción de conocimientos, tanto para facilitar el acceso a múltiples fuentes en los procesos de investigación, como para exponer los avances en ese proceso productivo. Tanto los registros en la producción de conocimiento original debidamente certificado, como el impacto que éste produce en la comunidad científica, posibilitando nuevos avances, son rigurosamente ‘medidos’ en la región y el mundo, y como consecuencia de ello, son consideradas las instituciones universitarias y no universitarias que agrupan a estas comunidades de investigación.

En el presente párrafo se observa el grado de avance de la comunicación informativa en la Presidencia desde los tres aspectos de gestión que distinguen a la universidad pública como institución productora y transmisora de conocimiento, comprometida con la sociedad que la sustenta. Estos tres ejes de análisis son la enseñanza, la investigación y la extensión.

La comunicación informativa para la enseñanza enfocará su atención en cuatro aspectos: En los colegios de pregrado, dependientes de la Presidencia (ya que la comunicación informativa en las facultades se analizará en la segunda parte de este capítulo); y para ello tomará como fuente un informe realizado en el año 2007 por la Prosecretaría de Asuntos Académicos de la UNLP, en coordinación con los Secretarios Académicos de cada colegio; que contiene un relevamiento de datos cuantitativos y un análisis cualitativo. En los desarrollos tecnológicos para la educación a distancia –EAD- tanto en el grado como en el posgrado, ya que es la Presidencia el área que concentra estos avances; y para ello tomará como fuente el informe 2007 de la Dirección de Educación a Distancia de la UNLP y de la Dirección del Centro de Producción Multimedial –CeProM-. En los dispositivos de búsqueda de información bibliográfica tanto para alumnos como para docentes de los tres niveles de la enseñanza universitaria (además de la búsqueda de conocimiento útil para la investigación); y para ello tomará como fuente las páginas web de la Red ROBLE y del PrEBi. Y en el desarrollo de los sistemas de información orientada a la promoción de las actividades de posgrado que ejecuta la Presidencia de la UNLP; y para ello tomará como fuente un informe realizado en el año 2007 por la Prosecretaría de Posgrado de la UNLP.

La comunicación informativa para la investigación se concentrará en discernir el grado de desarrollo de los dispositivos comunicacionales de exposición de producción de conocimientos con referato; y para ello tomará como fuentes un relevamiento realizado en el año 2007 por la Prosecretaría de Políticas de Ciencia y Técnica, un relevamiento de la página web de Ciencia y Técnica, efectuado en el año 2007 por la Dirección de Contenidos

Multimediales de la UNLP; un informe realizado en el año 2007 por el Servicio de Difusión de la Creación Intelectual –SeDICI-, Programa que al igual que el PrEBi dependen de la Secretaría Académica de la UNLP, y un conjunto de datos extraídos de las entrevistas realizadas a funcionarios de la Secretaría de Ciencia y Técnica en el año 2007.

La comunicación informativa para la extensión enfocará la investigación en registrar los dispositivos comunicacionales orientados a la difusión /información de las actividades del sistema universitario hacia la comunidad propia y a la sociedad en general y para ello tomara como fuentes la información provista en los documentos de trabajo producidos en el período, por los responsables de las áreas de comunicación de Presidencia (Unidad de prensa, Dirección del Portal Universitario, Dirección de Comunicación Visual, Dirección de Contenidos Multimediales, Radio Universidad y EDULP) y un conjunto de datos extraídos de las entrevistas realizadas a Secretarios y Prosecretarios de la UNLP en el año 2007.

#### **IV.1.3.1. La comunicación informativa para la enseñanza**

##### **IV.1.3.1.1. Las modalidades pedagógicas con uso de TICs en los colegios universitarios de pregrado**

El primer aspecto de la comunicación informativa para la educación que nos proponemos abordar, se centrará en las modalidades pedagógicas de los colegios de pregrado que están bajo la órbita de la Presidencia de la UNLP<sup>173</sup>. Sus comunidades académicas reconocen las posibilidades de enriquecimiento que ofrece la incorporación de tecnología comunicacional en los procesos de enseñanza y aprendizaje. Recursos como la informática en general, Internet y los soportes de lenguaje audiovisual (videos, power point), hace tiempo que fueron sumados a las prácticas pedagógicas e institucionales para la enseñanza primaria y media de los Colegios de la UNLP. En el parágrafo detallaremos el equipamiento de cada establecimiento para hacer uso de estos recursos y los proyectos que cada uno llevó adelante en el período analizado, que incluyen a las TICs como elemento constitutivo.

---

<sup>173</sup> La matrícula global de los colegios universitarios de pregrado de la UNLP es de 4.776 alumnos, con niveles de repitencia del 4,92%, con niveles de retención de repitentes del 45,33% y con una relación alumno /docente de 13,38 (AE 2006 UNLP, 2007: 34-35).

En relación a la infraestructura edilicia, todos los colegios cuentan con edificios en buenas condiciones generales<sup>174</sup>, contando con espacios suficientes y adecuados para el trabajo. Sin embargo, el relevamiento realizado por la Prosecretaría de Asuntos Académicos registró que en los cinco colegios manifiestan la necesidad de contar con mayor cantidad de personal especializado, técnico y profesional, que se haga cargo de tareas específicas vinculadas con el mantenimiento del equipamiento informático y multimedial, así como de instancias de capacitación del personal existente. También aseguran tener insuficiente equipamiento (computadoras en las aulas, cañones multimedia, retroproyectores, notebooks, conexión inalámbrica a Internet) para destinar a la producción, registro y difusión académica en todas las áreas, con mayor énfasis en las áreas artísticas.

En referencia a las estructuras de apoyo a la comunicación informativa destinada a la enseñanza, a continuación se detallan los recursos institucionales, tecnológicos y humanos de los Colegios, que involucran el uso de TICs (PSAA UNLP, 2007).

<b>Liceo V.M.</b>	<b>Función</b>	<b>Recursos Humanos</b>
Dpto. de Medios Audiovisuales	Su labor es la comunicación institucional y el apoyo tecnológico al docente. De él dependen la sala de proyección de películas, la sala de multimedia y el salón de actos	Un jefe de Departamento con título de DCV. Dos preceptores. Un técnico dedicación parcial para el mantenimiento de PCs
Gabinete de Computación	Abierto en forma permanente para uso de docentes y alumnos. Se dictan cursos o clases de informática personalizadas para docentes o alumnos, se confecciona material guionado para profesores y alumnos que necesiten aprender a manejar aplicativos; los alumnos de 6° año acceden a la inscripción a las facultades on line y al curso de ingreso a distancia que dictan algunas facultades.	Dos docentes con título de Calculista Científico y Especialización en Tecnologías Aplicadas a la Educación. Un docente Lic. en Comunicación Social con Especialización en Planificación Institucional.
Biblioteca	Pertenece a la red Roble de la UNLP y al programa BIBHUMA de la Facultad de Humanidades. Junto al Colegio Nacional informatiza el sistema de préstamo entre ambos colegios	Un jefe de Departamento con título en Bibliotecología. Dos no docentes, dos adscriptos y un preceptor
<b>Bachillerato B. A.</b>	<b>Función</b>	<b>Recursos Humanos</b>
Dpto. de Imagen y Comunicación Institucional	Cumple un rol fundamental en los circuitos de comunicación y difusión para todos los claustros del colegio y para la comunidad	3 profesionales en el área del diseño.
Aula Interactiva	Cuenta con tres computadoras y conexión a Internet, presta servicios a docentes y alumnos para actividades áulicas tanto colectivas como individuales	No cuenta con personal especializado
Aula Multimedial	Sólo para Discursos Musicales es un espacio destinado al dictado de clases y al desarrollo de producciones de varias materias de este departamento	No cuenta con personal especializado

<sup>174</sup> Los edificios del Colegio Nacional y el Liceo Víctor Mercante, que reúnen más del 50% de los 4.800 alumnos que conforman la matrícula del sistema de pregrado de la UNLP, fueron totalmente restaurados y reinaugurados en el inicio de los ciclos lectivos 2006 y 2008 respectivamente. En las Escuelas Anexa (recuperación del patio) e Inchausti (ampliación de aulas y comedor) se hicieron inversiones largamente reclamadas. El edificio del Bachillerato de Bellas Artes, deficiente en tamaño y condiciones de infraestructura ya que funciona en el segundo piso de la Facultad de Bellas Artes y carece de patio, forma parte de las obras en gestión de la segunda etapa del Plan Estratégico de la UNLP.

Biblioteca	Cuenta con su catálogo informatizado, para agilizar la búsqueda bibliográfica	Dos técnicos. Dos administrativos
<b>Nacional R.H.</b>	<b>Función</b>	<b>Recursos Humanos</b>
Laboratorio de Informática del Nacional (LABINAC)	Depende del Dpto. de Cs. Exactas. Pueden hacer uso del mismo los alumnos, docentes y no docentes para ello se dispusieron franjas horarias con personas responsables a cargo; es espacio para desarrollo de investigación, creatividad y la búsqueda de talentos.	1 coordinador. 1 técnico
Gabinetes de Computación	Tres aulas equipadas (total de 15 computadoras) donde se realizan las clases de Computación, dependiente del Departamento de Ciencias Exactas.	1 coordinador de medios audiovisuales. 1 técnico
Biblioteca	Esta en la 1ra. Etapa de digitalización, con ayuda de la Facultad de Informática	4 cargos no docentes
<b>Inchausti</b>	<b>Función</b>	<b>Recursos Humanos</b>
	No hay ningún departamento dedicado a medios	
Sala de TV y Video	Cuenta con una sala de TV para los alumnos, se usa tanto para la enseñanza como para momentos de esparcimiento	Dos cargos docentes
Gabinete de computación	Esta dividido para el proyecto de formación laboral existe otra sala con computadoras	Tres cargos docentes
Biblioteca	Pequeña biblioteca no digitalizada, funciona de forma tradicional	1 cargo docente y 1 cargo no docente
<b>Graduada</b>	<b>Función</b>	<b>Recursos Humanos</b>
Dpto. de Recursos Multimediales	Esta compuesto por una sala de microcine, una videoteca, una sala de visualización. Tiene la función de facilitar la utilización eficaz de los recursos informáticos y audiovisuales integrándolos a las distintas actividades del sistema escolar.	3 Docentes para atención
Gabinete de computación	Los alumnos usan la sala de informática con su maestra y son asistidos por un maestro responsable de la sala. A medida que avanzan en el recorrido escolar se incrementa la cantidad de horas asignadas a cada nivel en función de los contenidos tratados en el aula	Un coordinador (10hs cátedra). Un técnico de apoyo (cargo preceptor) horario alternado
Biblioteca	Tiene una base de datos con formato propio sobre una aplicación de Microisis. Todo su funcionamiento se gestiona vía web, con dos interfaces: Interfaz de administración para los procesamientos bibliotecarios. Interfaz de acceso público (catálogo en línea)	1 cargo de maestro

### Equipamiento informático como soporte en las clases presenciales

	<b>Liceo</b>	<b>Bachillerato</b>	<b>Nacional</b>	<b>Inchausti</b>	<b>Graduada</b>
PC	16	6	15	16	20
Notebook	No	1	No	No	No
Cañón	1	1	2	1	1
Filmadora	1	1	1	No	1
Cámara digital	1	1	No	No	1
Proyector	1 retro 1 diapositivas	1 retro 3 diapositivas	1retro 1 diapositivas	No	1 retro 2 diapositivas
Episcopio	No	1	No	No	1
DVD/ Video grabadora	1 video	2 videos	1 DVD 1 video	1 DVD 2 videos	1 DVD 3 videos
TV	2	4	1 y 1microcine	1	3
Pantallas	2 (1 móvil y 1 fija)	3	3 (2 móviles y 1 fija)	1	3
Equipo de sonidos	1 CD 1 CD MP3	2 CD	2 (1 móvil)	1	4 CD. 2 CD MP3. 3 gab. de audio

Con respecto del inventario de equipamiento disponible para clases, se destacan algunos datos generales como que, con la excepción de Bellas Artes, todos los establecimientos tienen entre 15 y 20 PCs; todos cuentan con al menos un cañón multimedial, un televisor (más de uno, en la mayor parte de los casos), una pantalla, una videograbadora y un equipo de sonido y; menos Inchausti, todos tienen filmadora.

El carácter experimental y la vocación innovadora que constituye la esencia de los establecimientos de pregrado de la UNLP, se refleja también en iniciativas pedagógicas coherentes con los nuevos paradigmas educativos que incorporan las TICs.

Los colegios de la UNLP llevan adelante desde el año 2005, proyectos áulicos (a través de materias optativas) y departamentales, combinando la educación formal con la educación mediada por las TICs. Los mismos representan una oportunidad para que alumnos y docentes desarrollen competencias vinculadas a los nuevos modos de enseñar y aprender.

A continuación se describen sintéticamente los proyectos áulicos y departamentales de cada uno de los colegios (PSAA UNLP, 2007):

#### Liceo Víctor Mercante

- 1.Liceo Multimedial. Se incorpora el uso de la computadora y de Internet a la clase de Historia del Arte – Música.
- 2.Realización de videos en inglés. A cargo de alumnos de la materia Inglés Técnico, Orientación Ciencias Naturales.
- 3.Graficado de funciones mediante el programa Graf Eq. Visualización y análisis de los resultados.
- 4.Realización de videos en base a fotografías obtenidas a través de diversos sistemas.
- 5.Desarrollo de un software y página web utilizando la aplicación visual Da Vinci y diseño de una página web utilizando la aplicación Dreamweaver y el lenguaje de programación HTML.
- 6.Construcción de un mapa virtual de la ciudad de La Plata
- 7.Grupo de estudio de alumnos de Computación. Funciona a distancia desde la clase de Informática: Los alumnos aprenden a realizar búsquedas en Internet, trabajan en grupos on line y suben y bajan información a la web.

## Bachillerato de Bellas Artes

1. Informática musical. La utilización de herramientas electrónicas e informáticas le permiten al alumno- compositor, controlar con libertad todos los parámetros del sonido y experimentar con él como si tuviera a su disposición una orquesta infinitamente variada.

2. Apoyo on line del Departamento de Lengua y Literatura. Sistema mixto de enseñanza a través del cual la clase presencial de Lengua y Literatura se complementa con instancias de aprendizaje no presencial optimizando el ritmo de estudio, ejercitando la interactividad y permitiendo la desinhibición en alumnos con cierto grado de timidez para la participación y para la consulta.

3. Integración audiovisual. Producción de breves ejercicios audiovisuales con carácter de video experimental, para lograr un acercamiento al lenguaje audiovisual.

## Colegio Nacional

1. Geometría como primera materia virtual. Es un modelo de diseño interactivo, soporte para la enseñanza de la geometría, que posibilita un aprendizaje más abierto y comunicativo.

2. Taller de Programación - Software para Alumnos hecho por Alumnos. Los estudiantes aplican razonamientos lógicos con el objeto de analizar situaciones de la realidad, desarrollados mediante herramientas de programación en lenguaje Visual Basic.

3. Diseño de Páginas web. Los alumnos aprenden conceptos de lenguaje de código HTML para la creación de sitios web y la utilización del editor Dreamweaver.

4. La creatividad en el Packaging creando diseños en Corel Draw.

5. Diseño asistido por computadora (Autocad).

6. Departamento de Ciencias Sociales y Filosofía: Se utiliza en las distintas materias el recurso informático para la búsqueda de Información en páginas web acerca de contenidos temáticos, consulta a portales de datos estadísticos y webquest.

7. Los alumnos traen, en dispositivos de almacenamiento de datos, trabajos para que el docente los corrija en el aula. La posibilidad de contar con una PC conectada a Internet en cada aula permitió incrementar estos aprendizajes.

## Escuela Graduada

1. Incorporación en el 2007 del uso de software libre. Se ha instalado una distribución basada en Linux, llamada GNU/Linux Lihuen, desarrollada en el laboratorio LINTI de la

Facultad de Informática de la UNLP. De esta manera los alumnos alternan, de acuerdo a las actividades que quieran desarrollarse, en el uso de software propietario como de software libre.

2. Desarrollo de un Blog relacionado con temas del Área de Lengua, llevado a cabo por divisiones de 6to año. Es un Proyecto Departamental que involucra a 5 docentes y a 150 alumnos.

#### **IV.1.3.1.2. La educación a distancia en la UNLP**

El segundo aspecto de la comunicación informativa para la educación que nos proponemos abordar para entender el alcance de la tecnología comunicacional en la transferencia de conocimientos, es el desarrollo de la educación a distancia en la UNLP.

En los últimos años, el desafío de la educación no presencial ha estado centrado en dos ejes: la transformación pedagógica requerida para el aprendizaje en un contexto comunicativo no presencial (que involucra docentes, alumnos y materiales propios del proceso de enseñanza y aprendizaje) y la utilización óptima de los mecanismos que la tecnología comunicacional disponible permite (Internet, correo electrónico, video conferencias, realidad virtual, simuladores, interactividad, hipertextos<sup>175</sup>, redes, mecanismos sincrónicos de vinculación docente-alumno y alumno-alumno, mecanismos asincrónicos de intercambio de ideas y materiales, evaluaciones supervisadas y autoevaluaciones, etc.).

Desde esa perspectiva, el desarrollo de la educación no presencial requiere de una combinación de elementos que parten de lo pedagógico, contienen componentes propios de la psicología cognitiva y del diseño de interfases hombre-máquina, e incorporan la tecnología informática de comunicación que permite generar actividades cognitivas diferentes de las que se abordarían si no se contara con ella.

También desde las cátedras / cursos presenciales regulares de pregrado, grado y posgrado, las herramientas tecnológicas constituyen un complemento que enriquece las posibilidades de aprendizaje, autoevaluación y también de comunicación alumno-alumno y alumno-docente, cuyo escaso y asistemático desarrollo debiera interesar al conjunto del sistema universitario orientado a la enseñanza.

---

<sup>175</sup> “El hipertexto como una de las tantas posibilidades que ofrece el mundo computacional, no excluye ni el sonido ni la imagen, se muestra como opuesto a un texto lineal, es un texto móvil, caleidoscópico convirtiendo al posible navegador en un sujeto co-creador con el otro diferente de cualquier parte del mundo” (Sarka, 2005: 219).

La Presidencia de la UNLP, en el período 2004-2007, abordó este proceso desde dos áreas articuladas y sinérgicas, dependientes de la Secretaría de Asuntos Académicos: Centralmente desde la Dirección de Educación a Distancia, creada a esos efectos en el año 2004, con el objetivo de establecer un modelo de educación no presencial de calidad para la UNLP que tenga en cuenta las dimensiones pedagógicas, tecnológicas y comunicacionales; y promover la conformación de equipos de trabajo en cada facultad que aborden las experiencias propias de educación no presencial y las articulen con las otras facultades y la Presidencia; y en forma complementaria, desde el Centro de Producción Multimedial – CeProM-, creado en el año 2001.

La Dirección de EAD, conformó en el año 2004, una Comisión de Educación a Distancia con un representante por cada unidad académica. Analizó el desarrollo y la evolución de la EAD en otras instituciones universitarias como la Universidad Virtual de Quilmes; participó desde su creación en la Red Universitaria de Educación a Distancia – RUEDA- donde se analizaron las resoluciones 1716 y 1717 expedidas por el Ministerio de Educación de la Nación referidas a la temática de la educación a distancia, y en las reuniones del CIN, donde se avanza sobre los temas de calidad en la educación a distancia e indicadores generales.

La Dirección de EAD, desarrolló la plataforma de e-learning Web INFO<sup>176</sup> disponible en el sitio WebUNLP a partir del año 2007. Durante el proceso, además diseñó documentos de apoyo con el fin de posibilitar la construcción de un modelo deseado de educación no presencial y asistir a los docentes de las distintas unidades académicas que participan en el proyecto. Produjo tres guías: Una guía de planificación y organización (para orientar a los docentes con las decisiones iniciales asociadas al desarrollo de una propuesta de enseñanza, con algunas particularidades correspondientes a la modalidad no presencial); una guía de tutores (significado y roles de los tutores, sus tareas y cómo realizarlas en el entorno WebINFO); y una guía de diseño y producción de materiales. E inició el estudio de estándares de e-learning para la construcción de contenidos que respeten estos estándares, analizando que cumplan con los requisitos de calidad necesarios.

---

<sup>176</sup> WebINFO es un entorno virtual de enseñanza y de aprendizaje centrado en la web, que permite dar soporte al proceso incorporando tres roles bien definidos: los docentes, los alumnos y los administradores. El sistema permite que el docente trabaje en una doble modalidad: diseñando el curso (Modo Diseño) o viendo como quedaría para el alumno (Modo Curso). El diseño de un curso por parte del docente se realiza a través de áreas que son unidades pedagógicas. Las áreas son: bienvenida, información general y contenidos, comunicación, trabajo colaborativo, recursos educativos, evaluación y gestión y seguimiento. Ofrece herramientas de comunicación como una mensajería, foros de debate, y una cartelera de novedades, se está desarrollando una herramienta de reuniones virtuales (sincrónica). Se pueden general evaluaciones online, realizar el seguimiento de los alumnos analizando sus accesos y recorridos, etc.



Desde el comienzo de este proceso, se capacita sistemáticamente a docentes en los aspectos comunicacionales tanto pedagógicos como tecnológicos de la educación no presencial, por medio de dos cursos anuales, charlas y un seminario optativo en la Carrera Docente. Centralmente, el proyecto se propuso avanzar en tres frentes: Contribuir a las experiencias de articulación con la escuela media, fortaleciendo la orientación pre-universitaria, mejorando la adaptación y conocimiento para el acceso a la universidad, e incluso permitiendo capacitar docentes de la escuela simultáneamente con los alumnos. Combinar estrategias didácticas para el grado, apuntando a **incrementar la motivación, la creatividad, la vinculación entre sí de los alumnos y con sus docentes**. Y facilitar los mecanismos de actualización profesional de los graduados a través de los posgrados.

En esa línea se realizaron experiencias piloto de articulación con la escuela media en el Bachillerato de Bellas Artes y en el Colegio Nacional; se implementaron los cursos de ingreso a distancia como modalidad alternativa en las Facultades de Arquitectura, Informática e Ingeniería; se realizaron experiencias piloto de dictado de materias de grado como modalidad alternativa en las Facultades de Arquitectura, Bellas Artes, Humanidades, Ingeniería y Periodismo; y se implementaron cursos de posgrado en niveles de actualización, especialización y maestría en las Facultades de Arquitectura, Ciencias Naturales, Humanidades, Informática, Medicina y Odontología. Además, desde 2007 se participa del Proyecto del Campus Virtual Latinoamericano –CAVILA–, conformado por la oferta virtual de posgrado de ocho universidades: Extremadura (España), Lisboa (Portugal), Guadalajara (México), Santiago (Chile), La Plata, Córdoba y Entre Ríos (Argentina) y Santa María (Brasil) (SAA UNLP, 2007).

Por su parte, el Centro de Producción Multimedial –CeProM– entre sus diversas actividades, aporta a complementar la experiencia de educación a distancia de la UNLP produciendo contenidos orientados a la formación de grado y posgrado, pero también a nueva población estudiantil que se agrega a la demanda tradicional de educación superior, compuesta por otros actores sociales como trabajadores con pocos años de escolarización, adultos mayores o emprendedores, que reclaman una actualización y renovación permanente de conocimientos para poder responder a las nuevas concepciones, métodos y prácticas del trabajo en todos los ámbitos de la sociedad; difundidos en soporte multimedial ‘envasado’ y a través canales de cable<sup>177</sup>.

---

<sup>177</sup> Los cursos llegan a los hogares a través de la señal de cable Conexión Educativa, un canal dedicado a la enseñanza a distancia, de la que también participan la Universidad de Buenos Aires (UBA), la Universidad Nacional del Litoral (UNL) y la Universidad Tecnológica Nacional (UTN), entre otras universidades e instituciones públicas y privadas.

Los avances en la educación a distancia de grado muestran bajo la modalidad multimedial ‘envasada’, el dictado completo –a distancia o mixto- de las licenciaturas en Obstetricia y Fonoaudiología de la Facultad de Ciencias Médicas, y numerosas materias de la licenciatura en Derecho de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Además se produjo material para la formación presencial de grado en carreras de las Facultades de Bellas Artes, Ciencias Económicas, Humanidades, Periodismo y Trabajo Social. En la formación de posgrado, se produjo material para cursos, especializaciones y maestrías de las Facultades de Ciencias Naturales, Humanidades, Medicina y Periodismo. En la capacitación general, se produjeron cursos en formato audiovisual para ser comercializados envasados, con asistencia tutorial en Red, para las Facultades de Ciencias Veterinarias y Periodismo. En cuanto a los cursos a través de canales de cable, la experiencia se inició en el año 2006 con un curso de Prácticas de Gestión y Administración de Operaciones Turísticas de la Facultad de Ciencias Económicas (SAA UNLP, 2007).

#### **IV.1.3.1.3. Los dispositivos comunicacionales integrados de búsqueda de información**

El tercer aspecto que nos proponemos abordar de la comunicación informativa para la educación se refiere a los dispositivos comunicacionales integrados de búsqueda de información y los consorcios bibliotecarios. La UNLP cuenta con dos potentes artefactos: el Portal ROBLE de bibliotecas y el Proyecto de Enlace de Bibliotecas –PrEBi-.

El Portal ROBLE surge en el año 2001 como el primer producto visible del esfuerzo coordinado de las 23 Bibliotecas de la UNLP, orientado hacia la Biblioteca Digital Integrada, facilitando el acceso al conocimiento registrado dentro y fuera del ámbito de la Universidad Nacional de La Plata por parte de todos los usuarios. Es un sitio Web - [www.roble.unlp.edu.ar](http://www.roble.unlp.edu.ar)- que integra el acervo bibliográfico de todas las Bibliotecas de la UNLP a través de "Catálogos Colectivos de Libros, Revistas y Tesis" (OPACs<sup>178</sup>) que facilitan la localización de los documentos por parte de los usuarios. Tiene como objetivos desarrollar soportes informáticos que permitan integrar los fondos bibliográficos existentes

---

El curso puede ser seguido por cualquier televidente cuyo operador de televisión por cable cuente con la señal entre su grilla. Para convertirse formalmente en alumno de la capacitación, el televidente debe inscribirse por Internet. A partir de ese momento, además de seguir las clases por televisión, el alumno puede acceder al material de estudio complementario, tutorías y evaluaciones.

Para ello, Conexión Educativa desarrolló un campus virtual que permite establecer una relación directa entre los estudiantes y los docentes a través del e-mail, chat, y foros de discusión. Una vez aprobada la capacitación, el alumno obtiene un certificado expedido por la UNLP.

<sup>178</sup> OPACs: Ordenadores para el Acceso Público a Consultas

en las bibliotecas cooperantes; incorporar nuevas facilidades de acceso a la información (referenciales y a texto completo); actualizar y mantener un sitio virtual para ofrecer productos y servicios a los usuarios; conocer el estado de las bibliotecas y desarrollar indicadores de gestión para el proceso de mejora continua. La idea clave es convertir a las bibliotecas “en centros de recursos para el aprendizaje, y en centros proveedores y organizadores de recursos para la docencia y la investigación” (Moscoso, 2006: 1).

Según el Anuario Estadístico 2004, las bibliotecas de la UNLP (sin contar la Biblioteca Pública, que es la más importante) tienen 101.614 usuarios potenciales y 37.320 usuarios reales, cuentan con 432.291 volúmenes, reciben 209.181 consultas en sala y realizan 185.183 préstamos domiciliarios. El avance en el nivel de informatización de los catálogos de las facultades y colegios de la UNLP en el año 2004 era del 61,4% (ETI, 2006). Por su parte, según el Anuario Estadístico 2001, la Biblioteca Pública cuenta con 510.987 volúmenes, recibe 44.841 consultas en sala y realiza 25.797 préstamos domiciliarios (ETI, 2003).

Aunque constante, el avance de las bibliotecas integrantes del Portal es dispar, todas cuentan con catálogos informatizados (completos o en ese trámite), sin embargo, mientras que algunas bibliotecas de la UNLP aún no cuentan con un sistema de gestión del préstamo informatizado, otras ya están trabajando en productos de acceso digital. El Software libre SIU-KOHA UNLP está siendo usado en las bibliotecas de las Facultades de Ciencias Económicas e Informática con buenos resultados y es el sistema que se usará en la UNLP para aquellas bibliotecas que aún no cuentan con sistemas informatizados de gestión, para la articulación en la prestación de servicios del sistema de bibliotecas, para el desarrollo de un sistema único de registro de lectores y para políticas de préstamo interbibliotecas que ayuden al usuario en el acceso al conocimiento (ver parágrafo IV.1.1.).

El Proyecto de Enlace de Bibliotecas –PrEBi- creado en el año 2003, tiene como antecedente un servicio de provisión bibliográfica para la UNLP iniciado en 1997, en el marco de la Iniciativa Library Linkage (LibLink) de ISTEAC (Consortio Iberoamericano de Ciencia, Tecnología y Educación). El objetivo prioritario del proyecto PrEBi es proveer de bibliografía no existente en las bibliotecas de la UNLP a docentes, investigadores y alumnos. Utiliza para ello la idea básica planteada por el Proyecto LibLink por el cual toda la red de Universidades cooperantes, que cuenta con unas 350 bibliotecas universitarias, dispone sus catálogos en Internet y se compromete a enviar la información solicitada por medios electrónicos.

El constante aumento en cantidad de pedidos de provisión y búsqueda bibliográfica (exterior y local), impuso al PrEBi la necesidad de desarrollar una herramienta propia de generación de estadísticas, la cual se integró con una plataforma de administración que permitía facilitar las tareas a usuarios (solicitantes) y a los referencistas (buscadores). Esta herramienta se llamó Celsius 1.0, y fue cedida e instalada además en 10 bibliotecas de Brasil, Estados Unidos, Colombia y Venezuela.

El software Celsius fue evolucionando, se incorporaron nuevas herramientas, funciones y tecnologías actuales. Todo esto fue centralizado en el sitio web oficial del software Celsius, el cual ofrece no sólo el software actualizado, sino también una amplia documentación y varios foros de discusión. Actualmente, Celsius es la herramienta de gestión estándar utilizada por un gran número de participantes de LibLink en América y España y con esta tecnología el PrEBi resuelve el 50% de sus solicitudes antes de las 48 horas, constituyéndose en el buscador de información más potente de la UNLP, con 1.244.777 búsquedas realizadas de artículos y otros títulos, de las cuales, 606.037 están referidas a documentos externos.

Sin embargo, se observa un bajo nivel de registro del PrEBi en la comunidad universitaria de la UNLP: Registra 191.529 visitas, de las cuales, llamativamente, el 70% son de EE UU, el 17,5% son de Argentina, el 4,1% son de España, el 2,1% son de México y el 6,3% se reparte entre numerosos países.

#### **IV.1.3.1.4. Los dispositivos para la promoción de posgrados**

El cuarto aspecto que nos proponemos abordar de la comunicación informativa para la educación se refiere a los dispositivos con los que cuenta la UNLP para la promoción de su capacidad (calidad, diversidad y alcance) para la transmisión de conocimientos universitarios, básicamente de posgrado.

La formación de posgrado en la UNLP se distribuyó en el año 2006, en 150 carreras (33 doctorados, 60 maestrías y 57 especializaciones); a las que concurrieron 5.024 alumnos con un ingreso anual de 1.208 y un egreso de 258 (AE 2007 UNLP, 2008: 32-34). Por otra parte, según datos de la Prosecretaría de Posgrado, en el año 2007 se inscribieron 93 extranjeros marcando un leve crecimiento respecto del año 2005 (79) y 2006 (84). Además en las facultades se dictan una gran cantidad de cursos y seminarios que se reflejan en un relevamiento todavía incompleto de cursos de posgrado dictados en la UNLP en el año 2007, que está realizando la Prosecretaría de Posgrado, en el que se registra que en

Arquitectura se dictaron 19 cursos sin información sobre la cantidad de asistentes, en Bellas Artes se dictaron 5 cursos con 79 asistentes, en Ciencias Astronómicas y Geofísicas se dictaron 11 cursos con 35 asistentes, en Ciencias Económicas se dictaron 4 cursos con 510 asistentes, en Ciencias Exactas se dictaron 55 cursos con 444 asistentes (en 17 de esos cursos no hubo información de cantidad de asistentes), en Ciencias Jurídicas y Sociales se dictaron 8 cursos con 147 asistentes, en Ciencias Médicas se dictaron 104 cursos con 1.894 asistentes, en Ciencias Naturales se dictaron 41 cursos con 567 asistentes, en Ciencias Veterinarias se dictaron 23 cursos con 781 asistentes, en Humanidades se dictaron 79 cursos con 611 asistentes, en Informática se dictaron 39 cursos con 818 asistentes, en Ingeniería se dictaron 37 cursos con 423 asistentes, en Odontología se dictaron 46 cursos con 922 asistentes, en Periodismo se dictaron 13 cursos con 233 asistentes, en Psicología se dictaron 12 cursos con 141 asistentes; totalizando en una suma parcial, 496 cursos con 7.605 asistentes (PSP UNLP, 2008).

Los contactos para consulta personalizada o inscripción, en general se realizan por e-mail y en menor medida por teléfono. Y las modalidades semipresencial o a distancia tienen un desarrollo incipiente (ver parágrafo IV.1.3.1.2.), aunque la modalidad presencial cuenta con los medios básicos para su dictado (notebook y cañón multimedial y retroproyector).

Desde la Presidencia, no se realiza publicidad en medios radiales o televisivos y sólo puntualmente en diarios y periódicos locales y nacionales, aunque se realiza cierta difusión en eventos y envíos a otras universidades e instituciones de CDs, DVDs, folletería y afiches.

El dispositivo de difusión más importante de la oferta de posgrado de la UNLP desde la Presidencia, es realizada a través de la página web, en la cual también se incluyen los cursos y seminarios.

En el período bianual mayo 2005 (puesta en funcionamiento del Portal) abril 2007, el sitio registró 1.566.020 visitas, de las cuales, 30.877 fueron visitas a la página de carreras de posgrado (DPU UNLP, 2007); la escasa visibilidad de los posgrados hizo que sobre el final del período se ampliara la información sumando un archivo PDF por cada posgrado con información completa del mismo (antes era sólo el listado de carreras y los vínculos a cada facultad). El cuatrimestre siguiente, registró 21.185 visitas, cuadruplicando el promedio diario anterior (DPU UNLP, 2007[1]). Para tener una referencia de la importancia de las consultas desde el extranjero, en el mes de marzo de 2007, que registró 87.364 visitas en total; el 6,89% pudo identificarse como producidas desde fuera del país: el 78% de

América y el 19% de Europa (EEUU 27,8%, España 9,45%, Brasil 8,3%, Colombia 8,25%, Chile 8,01%, México 5,95% y Perú 5,86%)<sup>179</sup> (DPU UNLP, 2007[2]).

#### **IV.1.3.2. La comunicación informativa para la investigación**

##### **IV.1.3.2.1. Los dispositivos de comunicación**

Los aspectos que nos proponemos abordar de la comunicación informativa para la investigación se refieren al grado de desarrollo de los dispositivos comunicacionales necesarios para la acreditación y difusión de los conocimientos generados en la UNLP.

Toda aplicación de indicadores bibliométricos en el estudio de la investigación científica, se encuentra basado en supuestos tales como que el progreso científico es un logro conjunto de los científicos a lo largo del tiempo, que los resultados de la producción científica deben ser publicados y evaluados por pares, que las citas y referencias incluidas en los artículos científicos conforman un corpus teórico que refleja la actividad científica y que el impacto de una producción científica se encuentra relacionado con las referencias realizadas a un trabajo científico (Molteni: 2005).

Se observa que la UNLP avanza en forma asistemática y no coordinada en este proceso comunicacional. La Presidencia cuenta con dos artefactos potencialmente importantes para el registro de conocimiento acreditado: La página web de la Secretaría de Ciencia y Técnica -[www.presi.unlp.edu.ar/secyt/](http://www.presi.unlp.edu.ar/secyt/)-y el Servicio de Difusión de la Creación Intelectual – SeDICI-. Por su parte, las facultades cuentan con un número variable de revistas, que por el contenido pueden agruparse en aquellas de carácter científico; las especializadas en un área de ‘expertise’ (profesional o técnica); las de divulgación; y las que resumen y re-editan temas de interés institucional; además de los boletines informativos.

De acuerdo con un relevamiento efectuado por la Prosecretaría de Políticas de Ciencia y Técnica en el año 2007, en las 17 facultades existirían 63 revistas y boletines: 18 son revistas científicas, 22 son revistas especializadas, 15 son de divulgación, 8 son de difusión. Del total, 33 (52%) se publican sólo en papel, 19 se publican en formato digital en la web (32%), y 11 (16%) en varios formatos: 8 en formato mixto -5 en papel y en la web y 2 en

---

<sup>179</sup> En la UBA cursan 13.536 alumnos de Posgrado en 289 carreras de posgrado, más de 230 cursos y 170 programas de actualización (1.200 son extranjeros). El sitio web de la UBA recibe 2.466.000 visitas anuales de las cuales 464.150 visitas fueron desde el exterior. Las de Brasil fueron las más numerosas (45.087), seguidas por las de Colombia (40.174) y Estados Unidos (34.061). Cuando se pregunta por posgrados, las ciencias sociales son las más requeridas (37% de las consultas). la UBA desarrolló un sitio web institucional en inglés (La Nación, 9/11/07).

papel y CD y 1 en papel, CD y video-, y 3 s/d (PSPCyT, 2007 y 2007[1]), no registrándose ningún grado de coordinación o sistematización del proceso.

La Secretaría de Ciencia y Técnica de la UNLP cuenta con dos Prosecretarías, la Prosecretaría de Gestión de Ciencia y Técnica que concentra la administración y control de todos la actividad científica de la UNLP (Entrega y rendición de subsidios, acreditaciones de proyectos, categorización de investigadores, etc.) aspectos ya analizados que entran en la órbita de la comunicación organizacional (ver parágrafo IV.1.1.); y la Prosecretaría de Políticas de Ciencia y Técnica, que abarca, entre otros aspectos, el desarrollo y coordinación de los dispositivos de comunicación informativa destinados al registro y exposición de nuevos conocimientos y a la difusión en general de la producción científica. El único instrumento sistemático utilizado, más allá de la producción periódica de CDs y DVDs, es la página web de Ciencia y Técnica, dentro del Portal de la UNLP.

Sin embargo, la página, creada por iniciativa de la propia Secretaría, así como su diseño y actualización, está pensada para establecer una comunicación y brindar servicios a los investigadores y a las unidades académicas, y los temas que tienen prioridad para su actualización, son los que los investigadores necesitan para su desempeño cotidiano, es decir aquellos de comunicación organizacional, tales como acreditaciones, proyectos de investigación, evaluación de los mismos, convocatoria a llamado de becas, requisitos para la acreditación entre otras. Para esos aspectos, la página habilita la posibilidad de realizar algunos trámites on line, pero no logra, por el momento, suprimir determinados procesos burocráticos (mediados por el memo dirigido a los secretarios de Ciencia y Técnica de las unidades académicas). Otros temas, como la difusión de jornadas, seminarios e iniciativas de cooperación internacional, reciben menos atención y no existe un trabajo articulado con el Portal Universitario para esos aspectos. En forma muy esporádica se envía información para publicar en la home (Novedades) del mismo. Y nuestro tema en cuestión no es considerado como parte de su estructura.

No obstante, en la Secretaría de Ciencia y Técnica el sitio es muy valorado, por ser considerado como un canal eficaz de comunicación, que suplantó a la cartelera y el afiche. Pero admiten que la estructura operativa de la que disponen dificulta la respuesta permanente que desearían brindar desde la página. Hay información que está desactualizada y no siempre hay tiempo para responder a las consultas recibidas por e-mail de los usuarios (un servicio que el sitio ofrece). En la dependencia afirman que se está comenzando a pensar en la necesidad de tener personal capacitado y con el tiempo necesario para

coordinar y realizar producciones destinadas a la investigación referateada y a la divulgación científica (Falomir, entrevista personal, 19/02/2007).

Por su parte, el Servicio de Difusión de la Creación Intelectual –SeDiCI- fue creado en el año 2003 por Resolución 295/2003 (expediente 100-54796/2003) -su sitio es <http://sedici.unlp.edu.ar> – y tiene como misión central la difusión a través de Internet, dentro y fuera del ámbito de la UNLP, de los conocimientos que en ella se generan, y a partir de un servicio de registro digital de artículos y tesis, generar un vínculo a nivel nacional e internacional entre quienes aportan sus creaciones y la comunidad local e internacional que accede a ellas, facilitar un medio de utilidad a la hora de nuevas producciones para proveer ideas, antecedentes y bibliografía de modo de propender al mejoramiento de las nuevas realizaciones, e incorporar a la UNLP a otras redes de recursos digitales ya existentes en el mundo.

Como observamos, los objetivos que se han planteado para SeDiCI son sumamente ambiciosos e incluyen la difusión electrónica de tesis, tesinas y disertaciones pero también de otros tipos de creaciones intelectuales, pretendiendo abarcar la ciencia, la tecnología y el arte, buscando modos de presentación no solo de objetos en forma de documentos de texto sino también otros medios multimediales aptos para creaciones no documentales. Este proyecto generó el desarrollo del software Celsius DL, reconocido internacionalmente, el cual sustenta el portal web y la plataforma de administración de SeDiCI.

A la fecha se registran en su sitio 704 artículos, 92 tesis de posgrado, 61 producciones artísticas, 16 revistas electrónicas de la UNLP asociadas, 6 libros, 3 E-books, etc., lo que muestra un desarrollo aún incipiente en comparación con su potencialidad.

#### **IV.1.3.3. La comunicación informativa para la extensión**

La mayoría de los funcionarios entrevistados coinciden en que en los años que involucra la investigación, las autoridades de la UNLP visualizaron a la comunicación en general, como un componente básico del desarrollo institucional, ya no circunscripto únicamente a tareas de prensa y con una difusión limitada. La creación en el 2000 de la Dirección en Comunicación Visual fue un antecedente de este cambio; sin embargo, el nuevo paradigma se consolidó en la gestión 2004-2007, cuando los debates para la redacción del Plan Estratégico de Gestión se constituyeron en una instancia fundamental para la formalización de este proceso, con un acento particular en el desarrollo de la comunicación informativa



para la Extensión, es decir de los dispositivos y productos orientados a informar a la comunidad universitaria y a la comunidad en general, de la dimensión y evolución de la UNLP y de las actividades y sucesos que marcan su perfil y aporte a su medio.

Desde el año 2004 en adelante se crearon dependencias y se incorporaron profesionales (comunicadores, diseñadores y analistas informáticos) para trabajar en distintos proyectos, que en muchos casos requirieron de un trabajo coordinado entre diferentes áreas. En el período 2004-2007 se crearon la Dirección del Portal Universitario, que tuvo a su cargo la creación y el desarrollo del Portal Web de la UNLP y la Dirección de Contenidos Multimediales que se encargó de la creación y desarrollo del periódico La Palabra, además se jerarquizaron y equiparon la Dirección de Comunicación Visual, que desarrolló la Comunicación Corporativa; la Editorial; la Radio y la Unidad de Prensa; se sostuvo la Expo Universidad como mega evento anual y se creó la Comisión de Comunicación, integrada por estas seis áreas dependientes en su mayoría, de la Secretaría de Extensión Universitaria. El Prosecretario de Extensión Universitaria, a cargo del área en el período, arquitecto Diego Delucchi, se refiere a este cambio de visión:

*El tema de la comunicación es un eje central de la gestión de Presidencia. Considerando que la UNLP es grande, con 17 facultades, varios colegios de pregrado, numerosos centros de investigación y muchas carreras de posgrado, es muy importante la comunicación interna y es una de las falencias que teníamos lo cual no quiere decir que ya la hemos resuelto pero estamos trabajando en esa línea y por otro lado desarrollamos todo lo que es la comunicación externa, para la que hemos profundizado claramente las políticas en términos de darle mayor jerarquía (Delucchi, entrevista personal, 15/02/2007).*

El fenómeno convergente registrado en el período de análisis, que apuntaló el proceso, fue el notable crecimiento y desarrollo de los dispositivos comunicacionales de soporte digital, apuntalados por el acelerado avance tecnológico comunicacional y su generalización, y por una notable diferencia de costos y de alcance con los artefactos tradicionales, que fueron históricamente el principal soporte de la comunicación externa en la Universidad.

En el presente párrafo se describirá y analizará la comunicación informativa para la Extensión en la Presidencia, en los siguientes aspectos:

- La estructura, a partir del alcance del rol de las dependencias designadas para ocuparse formalmente de la tarea, sus antecedentes, objetivos manifiestos, personal, equipamiento y presupuesto.
- Los dispositivos de comunicación externa que funcionaron en el período: páginas web, publicaciones impresas y digitales, newsletters (con excepción de los administrativos y

normativos, ya analizados en la comunicación organizacional), productos editoriales, medios radiofónicos y de TV y eventos.

- Las estrategias y prácticas de vinculación con los medios no universitarios de comunicación masiva.

#### **IV.1.3.3.1. La estructura institucional de las áreas de comunicación de Presidencia**

En la Presidencia de la UNLP existen seis áreas dedicadas específicamente a la comunicación: la Unidad de Prensa, la Dirección de Contenidos Multimediales, la Dirección del Portal Universitario, la Dirección de Comunicación Visual, LR11 Radio Universidad y la Editorial Universitaria. Todas dependen de la Secretaría de Extensión Universitaria menos la Unidad de Prensa, que funciona bajo la órbita de la Prosecretaría General. En las mismas se desempeñan profesionales de disciplinas relacionadas con la comunicación y sus tecnologías (comunicadores sociales, diseñadores en comunicación visual, periodistas, locutores, analistas de sistemas, informáticos), de acuerdo a las necesidades de cada dependencia.

A los efectos de coordinar adecuadamente las políticas de comunicación y difusión de la Universidad, en el año 2005 se creó la Comisión de Comunicación Institucional, integrada por las seis áreas mencionadas. El objetivo de esta Comisión es comunicar las ideas rectoras de la gestión universitaria, así como difundir el material producido por la Universidad Nacional de La Plata en educación, ciencia, transferencia, extensión cultural y social, relaciones interuniversitarias, cooperación nacional e internacional y servicios. La iniciativa intenta coordinar y ejecutar políticas y estrategias de comunicación, que permitan hacer más eficiente la producción y circulación de la información universitaria; promover la participación presencial o virtual y también impulsar las relaciones con las áreas de comunicación de otras universidades nacionales (SEU UNLP, 2007).

#### Unidad de prensa (UP)

Es una de las estructuras más antiguas identificadas con la comunicación a pesar de no registrarse en los organigramas hasta el año 2004<sup>180</sup>. Delucchi afirma que esto tiene que ver con el hecho de que históricamente 'la comunicación en la Presidencia' se circunscribía a

---

<sup>180</sup> El primer registro es del año 1973, cuando se crea la Secretaría de Prensa y Difusión Cultural de la UNLP

las tareas de prensa y vinculación con los medios, un paradigma que cambió radicalmente en los últimos años (Delucchi, entrevista personal, 15/02/2007).

La UP está integrada por un periodista, Director responsable, y dos agentes, también periodistas, pertenecientes a la planta de personal de la UNLP. Funciona en una oficina recientemente acondicionada del ‘nuevo’ edificio de la Presidencia, que comparte con la Dirección del Portal Universitario y la Dirección de Contenidos Multimediales. Cuentan con dos PC con conexión a Internet (una de ellas con impresora) y lectora y grabadora de CD /DVD, teléfono, una radio, un grabador y una máquina fotográfica digital. Fabián Debesa, Director de la Unidad de Prensa, considera que necesitarían un aparato de TV con conexión a un servicio de Cable (Debesa, entrevista personal, 06/03/2007). En cuanto al presupuesto, la Universidad se encarga del pago de los sueldos de los trabajadores de la Unidad, que no tiene caja chica. Los materiales e insumos de trabajo se solicitan mediante notas escritas a Secretaría de Extensión.

La Unidad de Prensa se ocupa de difundir la información del área Presidencia y de toda la UNLP por los medios de comunicación gráficos, radiales, televisivos, portales de información y medios específicos. Se encarga de generar noticias, atender a la demanda de los medios y elaborar parte de las estrategias utilizadas para lograr un impacto de las temáticas universitarias en los medios de comunicación masivos. Oficia de intermediaria entre los medios y las unidades académicas y otras dependencias. También provee de contenido periodístico al Portal Universitario, conforma diariamente un archivo (digital desde el año 2005) con la información que aparece en los medios gráficos locales y nacionales sobre la UNLP; y confecciona y envía un newsletter diario matutino con la información de los diarios locales y nacionales referidas a la UNLP en particular y a las universidades en general, que llega a todos los funcionarios de Presidencia, de las facultades, de los institutos de investigación de la UNLP y de los gremios docente – ADULP- y no docente –ATULP-, con un mailing de unas 800 direcciones, en constante crecimiento.

#### Dirección de Contenidos Multimediales (DCM)

La Dirección de Contenidos Multimediales fue creada en el año 2005 y tiene como misión producir, elaborar y coordinar contenidos de información universitaria para los diferentes formatos y soportes de comunicación de la UNLP, sean estos radiofónicos, gráficos, audiovisuales o virtuales. También se ocupa de coordinar y articular la circulación

de esos contenidos entre las áreas mencionadas en este apartado, programar campañas de comunicación, unificar criterios entre los mensajes emitidos desde las distintas áreas de Presidencia y de las facultades, y generar y sostener los vínculos con las áreas de comunicación de las facultades. La dirección tiene a su cargo la edición de 'La Palabra Universitaria', el periódico institucional de la Universidad, la producción de 'Bitácora', el espacio radial institucional de divulgación científica, la coordinación del ingreso de contenidos al Portal Web y la coordinación en la organización de encuentros de comunicación institucional con referentes de universidades argentinas y de otras instituciones.

El área cuenta con una periodista, Directora responsable, con un periodista contratado y una pasante. Funciona en una oficina recientemente acondicionada del 'nuevo' edificio de la Presidencia, que comparte con la Unidad de Prensa y con la Dirección del Portal Universitario. Cuenta con una PC conectada a Internet y teléfono. En cuanto al presupuesto, la Universidad se encarga del pago de los sueldos de los trabajadores de la Dirección, que no tiene caja chica aunque genera recursos presupuestarios propios a través de las publicidades de 'La Palabra Universitaria'.

#### Dirección del Portal Universitario (DPU)

La Dirección del Portal Universitario se creó en febrero del año 2005 con el objetivo de diseñar y mantener actualizado el sitio web institucional [www.unlp.edu.ar](http://www.unlp.edu.ar), herramienta de comunicación indispensable en el contexto contemporáneo; y brindar asesoramiento y asistencia técnica a las unidades académicas para el mantenimiento y actualización de sus respectivos sitios web y su articulación con el Portal. Hasta ese momento, la Universidad no contaba con un sitio bien diseñado y actualizado. La DPU diseñó el portal [www.unlp.edu.ar](http://www.unlp.edu.ar), ingresó contenidos de todas las áreas de Presidencia, linkeó a las páginas de cada facultad y estableció un mecanismo de actualización de noticias en forma coordinada con la Unidad de Prensa. Además articuló el ingreso y la actualización de contenidos con la Radio de la Universidad y las tareas referidas a la comunicación y al soporte informático del sitio con la Dirección de Comunicación Visual.

Una vez puesto en marcha el sitio, el personal de la Dirección se abocó a mantenerlo actualizado, y al asesoramiento a dependencias y facultades para el diseño de sus secciones dentro del Portal, entre otras tareas, tales como la coordinación de la publicación anual de indicadores universitarios y el desarrollo de programas informáticos de comunicación, tales

como la página interactiva para la promoción de posgrados y el programa para la gestión de publicaciones científicas electrónicas con y sin referato.

El área cuenta con un analista de sistemas, Director responsable, y tres pasantes universitarios: un periodista part-time, compartido con la Unidad de Prensa y dos becarios informáticos para el desarrollo de los sistemas y la actualización de los contenidos. Funciona en una oficina recientemente acondicionada del 'nuevo' edificio de la Presidencia, que comparte con la Unidad de Prensa y la Dirección de Contenidos Multimediales. Cuenta con una PC para el trabajo administrativo, que permite la navegación y uso de herramientas de oficina, una PC para el desarrollo, diseño y actualización de contenidos de la página y teléfono. En cuanto al presupuesto, la Universidad se encarga del pago de los sueldos de los trabajadores de la Dirección, que no tiene caja chica. En virtud de la asignación horaria del personal, realizan tareas administrativas durante las mañanas y fuera de horario las actualizaciones, desarrollos y diseños.

#### Dirección de Comunicación Visual (DCV)

La Dirección de Comunicación Visual (DCV), creada en el año 2000 con el objetivo de definir una identidad visual corporativa, y sistematizar las producciones gráficas de la Universidad para afianzarla y reposicionarla desde su imagen, a nivel social e interinstitucional; se ocupa de diseñar material gráfico y digital para la Presidencia en el marco del Programa de Identificación Institucional; y de asesorar en el tema, a las facultades y otras dependencias de la Universidad (ver parágrafo IV.1.2.).

El área cuenta con una diseñadora en comunicación visual –DCV-, Directora responsable, dos DCV contratados, cinco DCV con semidedicación y dos becados; que trabajan en una oficina ubicada en el edificio de calle 51 e/ 8 y 9, que cuenta con una PC, 2 lectoras de CD, una impresora multifunción y teléfono. En cuanto al presupuesto, la Universidad se encarga del pago de los sueldos de los trabajadores de la Dirección, que no tiene caja chica. Su Directora, Mercedes Filpe, explicó que se visualiza cierta desinteligencia entre la canalización y producción gráfica. Se debe, en el caso de las piezas de diseño, al atraso tecnológico que presenta y con que trabaja la imprenta de la UNLP actualmente y en los a veces escasos recursos financieros asignados en muchas oportunidades, para contratar a imprentas particulares la ejecución de estos productos (Filpe, entrevista personal, 21/02/2007).

## LR11 Radio Universidad (RU)

LR11 Radio Universidad fue la primera herramienta de difusión con la que contó la UNLP. Inició sus transmisiones el 5 de abril de 1924 y es la radio universitaria más antigua del mundo. Fue objeto de actos de censura en la década del 40 y sufrió las consecuencias de los sucesivos golpes de Estado. Desde su origen y durante toda esa etapa, la emisora se caracterizaba por una programación centrada en la divulgación científica y la difusión cultural, destinada a un público selecto y vinculado con la Universidad.

A partir de 1983, con el comienzo definitivo de la democracia en la Argentina, comenzó una nueva etapa para RU, tanto en su faz técnica como en su programación (con la adopción de un estilo más periodístico). En 1989 se obtuvo la autorización para instalar y poner en funcionamiento un servicio de FM en la frecuencia 107.5 Mhz. En 1998 la FM inauguró un concepto de programación basado en un perfil musical de rock & pop, información y servicios para universitarios y una cobertura constante de la oferta cultural de La Plata (música, teatro, cine, muestras). En 2002 la emisora fue reequipada: se adquirieron computadoras para todas las áreas de la radio (informativo, programación, edición de sonido, secretaría, los dos estudios, discoteca) y se interconectaron en red. Mediante un convenio con Netverk se estableció una conexión a Internet y la programación de AM y FM comenzó a transmitirse en vivo a través de la web desde el sitio [www.lr11.com.ar](http://www.lr11.com.ar). En el año 2005 se rediseñó la página web y se adquirió nueva tecnología (consolas, equipos de sonido e implementos para mejorar la transmisión). En el año 2007 la radio cuenta con una página web con acceso a su AM y FM, con una revista electrónica de difusión, llamada 'Tinta de Radio' y con 'El archivo de la Palabra' con las voces de los personajes más importantes del siglo XX, espacio premiado en los años 2006 y 2007 con el 'Martín Fierro' en el rubro 'documental'. Además produce DVDs documentales de la institución y musicales de promoción de grupos de rock de la región e integra la red Aruna -Asociación de Radios Universitarias de la Argentina- integrada por unas 30 emisoras.

La radio se caracteriza, en la AM 1390, por su perfil periodístico universitario, regional y de interés general, y en la FM, por su perfil musical para oyentes jóvenes y universitarios. Con esos perfiles, los objetivos de LR11 son difundir la actividad académica, científica, de extensión, artística y cultural de la Universidad, y brindar información útil y servicios a los estudiantes de todas las facultades.

El área cuenta con un Licenciado en Comunicación, Director responsable, 60 personas en planta permanente, 10 contratados entre personal técnico y periodistas y 30 becados que

desempeñan diferentes funciones periodísticas. Funciona en dos edificios: su Planta Transmisora en Lisandro Olmos y los estudios centrales en Plaza Rocha de La Plata. En ambos casos se trata de edificaciones antiguas, que necesitan de un trabajo regular de mantenimiento. El edificio de Plaza Rocha cuenta con áreas de servicio informativo, edición, producción, discoteca, tres estudios de radio (dos de AM y uno de FM), un sector administrativo y una oficina de dirección.

Cuenta con el equipamiento necesario para sus estudios de AM y FM (consolas, compacteras, caseteras, parlantes, amplificadores, moduladores, ecualizadores, computadoras, micrófonos, auriculares, etc.) y una red de PCs interconectadas (en el servicio informativo, edición, producción y discoteca) que sirven de apoyo para el trabajo radial. En cuanto al presupuesto, la Universidad se encarga del pago de los sueldos de los trabajadores de la Radio, y además le otorga un presupuesto anual de \$ 136.243 destinados a equipamiento, servicios, insumos y contratos. La radio por su parte genera otros \$ 84.000 por publicidad y venta de espacios.

#### Editorial Universitaria (EDULP)

La Editorial Universitaria fue creada en el año 1987, con el objetivo de brindar apoyo académico a la labor docente, de investigación y de extensión universitaria que desarrolla la Universidad Nacional de La Plata y promover y difundir las realizaciones culturales argentinas en el ámbito de las artes, las ciencias y la literatura, a través de la producción editorial y de las actividades vinculadas a ella como la impresión, distribución, comercialización, de libros, revistas, publicaciones científicas, de divulgación y de enseñanza.. Hasta el momento cuenta con más de 250 títulos editados (aunque esos números no son precisos pues no existe un registro histórico completo<sup>181</sup>) y sus ediciones incluyen obras didácticas para la enseñanza de grado y posgrado, trabajos de investigación, materiales de divulgación técnico-científica, poesía y narrativa, entre otros contenidos.

En el período de análisis (2004-2007) se registró un crecimiento importante del número de publicaciones con 83 títulos editados, en el año 2005 se creó un nuevo fondo editorial de \$150.000 a través de un subsidio, en el año 2006 se renovó su edificio en forma integral. Además, a principios del 2006 se firmó un Convenio con la Dirección de Imprenta de la Provincia de Buenos Aires (DIEBO) que permite realizar parte de las producciones editoriales de la UNLP y folletería institucional a través de sus instalaciones, lo que implica

---

<sup>181</sup> El único registro oficial muestra que, desde el año 1995 al año 2007 inclusive se editaron 197 títulos (EDULP, 2007)

un ahorro en los costos de impresión y consecuentemente la posibilidad de incrementar la producción editorial y en el año 2007 se presentó, en el Portal de la UNLP, la página web de la editorial [www.unlp.edu.ar/editorial/](http://www.unlp.edu.ar/editorial/), con sus novedades, catálogo, distribuidores y formas de presentar los trabajos para su publicación.

El área cuenta con una periodista y doctora en comunicación, Directora responsable, una coordinadora general, un asesor editorial, cinco correctores (2 de planta permanente y 3 becados), tres diseñadores, un encargado de la distribución y un ordenanza. Funciona en una casa perteneciente a la UNLP en 47 n° 380, que tiene tres oficinas -en una de ellas se realizan las presentaciones de las publicaciones-. Cuenta con tres PC para editar, una conectada a Internet, dos PC para trabajos en general, dos teléfonos con una misma línea y una impresora multifunción. Los diseñadores, por su parte, trabajan con equipamiento y espacio físico propios y la Universidad les provee tonner y papel. En cuanto al presupuesto, la Universidad se encarga del pago de los sueldos de los trabajadores de la Editorial y destina \$ 50.000 al año para el pago de contratos adicionales e insumos y la Editorial genera recursos presupuestarios propios provenientes de la venta de libros que se depositan en la cuenta de UNLP, con su respectiva factura y se van utilizando para nuevas publicaciones.

#### **IV.1.3.3.2. Los dispositivos de comunicación**

El Boletín Informativo de la Unidad de Prensa de la UNLP

La Unidad de Prensa realiza, desde el año 2004, un newsletter diario en base a la recopilación de noticias sobre la UNLP y sobre el ámbito educativo argentino, publicadas por los diarios 'El Día', 'Hoy', 'La Nación', 'Clarín' y 'Página 12'. Cuenta con un diseño visual simple, en Dream Weaver, transcribe los primeros párrafos de cada artículo y ofrece el link a la fuente para leerlo completo. Como anticipamos, en la Presidencia de la UNLP, el newsletter se envía por e-mail a más de 800 contactos entre los que están autoridades de la UNLP, facultades, medios de comunicación local y consejeros superiores entre otros (ver párrafo IV.1.3.3.1.).

El Director de la Unidad de Prensa, Fabián Debesa, dijo: “Evidentemente, el Boletín Informativo de la Oficina de Prensa de la UNLP se convirtió en una herramienta de información importante, porque cuando no se envía o cuando algún destinatario cambia su dirección de mail, nos avisa para poder seguir recibéndolo. Además, a través de su realización pudimos observar cómo crecieron las publicaciones de noticias vinculadas a la UNLP en los medios” (Debesa, entrevista personal, 06/03/2007).



El Boletín también publica gacetillas de prensa difundiendo eventos especiales, actividades, conferencias de la UNLP, que son distribuidas entre los mismos destinatarios; y muchas de estas gacetillas se ingresan como noticia en el apartado ‘novedades’ del Portal de la UNLP.

#### El periódico ‘La Palabra Universitaria’

El mensuario ‘La Palabra Universitaria’ es un suplemento de 8 páginas tamaño tabloide, en blanco y negro, realizado por la Dirección de Contenidos Multimediales, que comenzó a distribuirse gratuitamente en mayo del año 2005, el segundo domingo de cada mes, con el diario ‘El Día’ de La Plata, cuya tirada ese día, es de 60.000 ejemplares. Luego de su distribución con el diario, un remanente de 5.000 ejemplares se reparte en las facultades, colegios y dependencias de la UNLP.

En las últimas décadas, la UNLP tuvo experiencias discontinuas de periódicos institucionales que comuniquen las líneas de gestión y generen espacios de debate de las políticas universitarias. En contraste, ‘La Palabra Universitaria’ se editó sin interrupciones hasta el día de hoy y se ha convertido en el periódico que más tiempo se ha sostenido en la historia reciente de la institución y el de mayor proyección en la comunidad (los anteriores eran de distribución interna), debido a la capacidad de llegada del diario ‘El Día’ en la región.

Incluye casi siempre seis artículos: una nota de tapa a doble página, cuatro notas de una página y una contratapa de media página. En general, su contenido se estructura de acuerdo a los cinco ejes del Plan Estratégico (una nota por cada uno: enseñanza, investigación, extensión, gestión y relaciones institucionales) y una nota de color (cultura, servicios, etc.) en la contratapa.

El periódico refleja la diversidad de visiones que conviven en la UNLP, otorgándole espacio (en entrevistas, citas y columnas de opinión) a autoridades, docentes, investigadores, estudiantes, graduados y no docentes de todas las unidades académicas. Patricio Lorente, Prosecretario de Bienestar Universitario de la UNLP, dio un ejemplo de la proyección del suplemento:

*A nuestra Secretaría le han servido particularmente un par de números que fueron dedicados exclusivamente a la política del área y hemos notado un rebote importante, reflejado en una mejor comprensión del alcance de los servicios que brindamos y una mayor orientación para su uso. Por otra parte, comunicar mensualmente al conjunto de la ciudadanía cuestiones universitarias afianza el rol*

*institucional que tiene la propia Universidad en la ciudad (Lorente, entrevista personal, 14/02/2007).*

El Portal Universitario [www.unlp.edu.ar](http://www.unlp.edu.ar)

El Portal Web de la UNLP fue diseñado y lanzado en el año 2005 y hoy es el artefacto de comunicación informativa más utilizado por la UNLP. Es administrado por la Dirección del Portal Universitario, que trabaja en forma articulada con la Unidad de Prensa, la Dirección de Contenidos Multimediales y la Dirección de Comunicación Visual y se alimenta de contenidos que provienen de diversas fuentes universitarias, como Secretarías, facultades, institutos, colegios y otras dependencias. En el último período anual de nuestra investigación –junio 2006 – mayo 2007, el sitio registró 864.702 visitas, con un promedio de 2.370 visitas diarias, observándose un acelerado y constante crecimiento desde su inicio.

Sobre la página, el Prosecretario de Extensión Universitaria de la UNLP, Diego Delucchi afirmó:

*Es una página web a la que constantemente se le va incorporando mayor visibilidad, mayor dinamismo y tecnología. Es un portal alimentado, integrado y enlazado. Desde el 2005, año de su creación hasta ahora, hemos más que duplicado la cantidad de visitas. Tenemos casi 2.500 visitas diarias, con picos de 6.000, mientras que cuando la página no estaba aggiornada, había menos de 500 visitas por día. Con noticias e información institucional, con un vínculo ida y vuelta con los estudiantes sobre todo, con visitas crecientes de extranjeros. Es uno de los instrumentos que más ha crecido y que más va a seguir creciendo (Delucchi, entrevista personal, 15/02/2007).*

De diseño dinámico, la página ofrece información institucional completa, presenta la oferta académica de grado y posgrado (con links a todas las facultades<sup>182</sup>), una sección de noticias y novedades actualizada diariamente que ocupa el centro de la pantalla, servicios para alumnos y graduados, los alcances del plan estratégico e información estadística, información administrativo /financiera, la normativa completa (Estatuto, actas y resoluciones del Consejo Superior) numerosos links a dependencias, programas e institutos de investigación de la UNLP y otros sitios de interés, y encuestas para que el usuario exprese su opinión sobre temas universitarios, entre muchos otros.

Para ejemplificar los niveles de desagregación de sus secciones, tomamos como ejemplo aquellas dedicadas a investigación y a extensión. El link a 'Investigación y Transferencia' se

---

<sup>182</sup> Parte del trabajo de la Dirección del Portal Universitario tiene que ver con la asistencia en el tema Web a las Facultades, y distintas instancias de articulación con las mismas. Se realizan reuniones con los coordinadores de las páginas Web de cada unidad académica para procurar establecer cierta homogeneidad en algunos elementos visuales que aparecen tanto en los sitios de cada Facultad como en el material gráfico utilizado en la gestión de la comunicación institucional.

divide en tres: La página de la Secretaría de Ciencia y Técnica; la investigación y transferencia en las facultades (enlace con los sitios web de cada facultad donde se explican los proyectos de investigación de cada unidad académica) y los proyectos de investigación del Programa de Incentivos (se encuentra desactualizado). En cuanto a la opción 'Extensión', se divide en cuatro: la información institucional (Concepto, Misiones y Funciones, DAFO y Plan de Gestión), alcances de las dependencias (Proyectos, Municipios, Oportunidades Laborales, Cultura, Editorial, Contenidos Multimediales, Radio, Portal Universitario, Comunicación Visual, Discapacidad y Red de Museos); la información sobre las actividades de la Secretaría (convocatoria de proyectos de extensión, planes de capacitación, cursos, programas de vinculación con el graduado, talleres de capacitación para la búsqueda de empleo, conclusiones del Encuentro de Comunicación Institucional en Universidades Públicas, 'La Palabra Universitaria' periódico mensual elaborado por el área, etc.); la extensión en las facultades (enlace con los sitios web de cada facultad donde se explican los proyectos de extensión de cada unidad académica) y la actividad de las 33 cátedras libres.

Rubén Vaena, Director del Portal Universitario, sostuvo:

*Es necesario incorporar nuevos elementos tecnológicos que permitan ampliar la llegada del Portal a la sociedad, como así también desarrollar acciones tendientes a lograr la mejora en los niveles de acceso al sitio. Para esto se hace necesario generar hechos que posibiliten el acceso al Portal de los diferentes sectores de la comunidad universitaria mediante la implementación de servicios destinados a los mismos: mantener permanentemente actualizados los contenidos del Portal y articularlo con las distintas unidades académicas; impulsar la concreción de sitios de las diversas actividades y dependencias de la UNLP y ser un canal de difusión de las actividades del conjunto de la Universidad (Vaena, entrevista personal, 14/03/2007).*

Según un informe realizado por la Dirección del Portal Universitario acerca de su evolución en los dos primeros años de gestión, a partir del lanzamiento del Portal, en mayo del año 2005 y hasta mayo del año 2007, mes en que concluye nuestro período de análisis, se verificó un constante crecimiento: En el primer año, el número de visitas fue de 701.318 y en el segundo año fue de 864.702. Si se toma por año calendario y según proyecciones de la DPU, en el año 2005 tuvo 497.143 visitas, en el año 2006 tuvo 840.961 visitas y en el año 2007 proyecta 920.000 visitas.

Los meses pico de visitas son los de noviembre y abril, en los dos años, coincidiendo con los meses de inscripción e inicio pleno de la actividad universitaria respectivamente; alcanzando en noviembre de 2006 el pico máximo con 96.000 visitas.

Si bien el 72% son accesos directos, la incorporación permanente de contenidos al Portal, se refleja en una evolución constante de accesos desde buscadores, con el 20% del total; entre los que se destaca Google (90%) y en menor medida Yahoo con el 6% y MSN con el 2,5%. También ingresan desde otros sitios, con un promedio del 8%, entre los que se destacan Universia (23.082 visitas en el último año), Diario El Día (14.571) y Universidades.org (9.292) sobre un total de 23 buscadores que registran más de 1.000 visitas.

Entre las 15 secciones con más de 10.000 visitas en el trienio, 4 reúnen el 74% del total: Planes de Estudio (27,8%), noticias (18,2%), carreras (16%) e institucional (12%). Otro 16% lo concentran otras cuatro secciones: Concursos del Portal (5%), Plan Estratégico 4,8%, Sorteos de los Colegios (3,2%) y Posgrados (3%).

Desde el lanzamiento del Portal se implementó un sistema de administración de contenidos de manera que las noticias y novedades del cuerpo principal son cargadas de manera descentralizada por Unidad de Prensa de la UNLP de acuerdo a las prioridades que la misma define. Se publican a razón de más de dos novedades diarias (un promedio de 600 novedades anuales).

En el transcurso de estos dos años las novedades del Portal han sido visitadas por más de 235.000 usuarios. Más de 100.000 durante el primer año de gestión y más de 135.000 durante el segundo año. Entre las novedades más visitadas se encuentran la lista de universitarios desaparecidos durante la dictadura, el resultado de las elecciones estudiantiles, la inscripción a las carreras de la UNLP y el listado de los beneficiarios de las becas de ayuda económica, lo que demuestra que el perfil de usuario predominante es el estudiantil.

El Portal Web además de ser el medio de comunicación informativa más utilizado de la UNLP, tanto por su propia comunidad como por el público externo para informarse de sus actividades, es el medio de comunicación de la UNLP, más usado para la participación y el intercambio. Los principales generadores de consultas al sitio son estudiantes de la UNLP o aspirantes a serlo. Durante los dos años de funcionamiento se han respondido más de 7.200 correos electrónicos a la dirección [portal@presi.unlp.edu.ar](mailto:portal@presi.unlp.edu.ar), que por día recibe entre 15 y 20 mails, a los que se suman los espacios de intercambio que aparecen en el sitio como las encuestas: En los 24 meses que transcurrieron desde el lanzamiento, se han puesto en la Página Principal del Portal, 14 encuestas, con una participación de más de 43.000 usuarios.

Además se va transformando en una herramienta sólida de comunicación organizativa para la gestión de trámites, por parte de aspirantes, alumnos, docentes, no docentes, investigadores y público en general. En el período analizado se recibieron unas 75.000 inscripciones, presentaciones y consultas de variados servicios, tales como inscripciones a becas de ayuda económica (2006 y 2007), becas de transporte (tanto para micros como para trenes), voluntariado y materias de la Carrera de Formación Docente; suscripciones a novedades y concursos del Portal; y consultas de los resultados de los sorteos para el ingreso a los colegios de la UNLP o de los movimientos de la Tesorería General de la Presidencia (DPU UNLP, 2007).

El nivel de desarrollo del Portal queda confirmado en el Ranking Mundial de Universidades en la web -[www.webometrics.info/index\\_es.html](http://www.webometrics.info/index_es.html)-, que está producido por el Laboratorio de Cibermetría (CINDOC), perteneciente al Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) de España. El laboratorio actúa como un Observatorio de la Ciencia y la Tecnología en la Red y los resultados del Ranking muestran a las 4.000 principales universidades, según su impacto en la web de todo el mundo.

El objetivo de la investigación es medir el compromiso de las instituciones en la publicación web, cuantificando el volumen de contenidos que generan, su impacto y visibilidad; con un énfasis especial en la producción científica (artículos evaluados, contribuciones a congresos, borradores, monografías, tesis doctorales, informes, etc.) pero también teniendo en cuenta otros materiales como el proveniente de cursos, documentación de seminarios o grupos de trabajo, bibliotecas digitales, bases de datos, multimedia, etc., y la información general de la institución, sus departamentos, grupos de investigación o servicios de soporte y gente trabajando ó atendiendo a cursos.

La metodología de la muestra contempla la utilización de una técnica denominada cibermetría. Para ello, se recopilan datos de la web, se cruza la información con la arrojada por los principales buscadores de la red y se toman en cuenta el tamaño y la cantidad de páginas alojadas bajo el dominio (en nuestro caso unlp.edu.ar) que surgen de las consultas en los citados motores de búsqueda. Además se mide el número total de enlaces externos recibidos, o sea, la cantidad de sitios web externos que generan enlaces a los diversos portales de la UNLP y por último se toma en cuenta la cantidad de ‘archivos ricos’ o materiales de relevancia académica descargables de los sitios del dominio de la UNLP.

Las mediciones ubican a la UNLP, a través de todos sus portales, en el segundo puesto de Argentina, 19 en América Latina y 773 en el ranking general de las 4.000 principales

universidades; sólo por debajo de la UBA (1<sup>a</sup>, 6<sup>a</sup> y 361<sup>a</sup>) y por encima de la UNC (3<sup>a</sup>, 43<sup>a</sup> y 1.298<sup>a</sup>), la UNNE (4<sup>a</sup>, 61<sup>a</sup> y 1.601<sup>a</sup>), la UCA (5<sup>a</sup>, 62<sup>a</sup> y 1.622<sup>a</sup>), la UTN (6<sup>a</sup>, 63<sup>a</sup> y 1.632<sup>a</sup>) y la UNR (7<sup>a</sup>, 66<sup>a</sup> y 1.677<sup>a</sup>), por citar las universidades argentinas más destacadas en ese ranking de 4.000 instituciones.

#### LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata

Inició sus transmisiones en 1924 y esto la constituye en la herramienta de comunicación informativa con la comunidad universitaria y general, más antigua utilizada por la Universidad para dar a conocer sus actividades, informar y vincularse. Como ya anticipamos, la AM 1390 y la FM 107.5 se diferencian en contenido y estética: La primera se define por un perfil periodístico con atención a temas universitarios y espacios dedicados a algunas facultades y a instituciones, gremios y ONGs; y la FM, por su parte, cuenta con un perfil musical (rock y música joven) y programas con contenidos universitarios, culturales y de derechos humanos (ver parágrafo IV.1.3.3.1.).

De lunes a viernes, la franja matutina de la programación de la AM está conformada por espacios como ‘El cafecito, diario de la mañana’ y ‘Por la radio’, formatos periodísticos informativos con actualización de noticias al instante, columnistas de política, economía, universidad, deportes y móviles en directo. A las doce llega el turno de ‘Mediodía’, un espacio semanal con varias décadas en el aire, que invita a la reflexión y el debate de temas sociales, culturales e históricos. La franja de tarde la ocupa ‘Todos los climas’, un magazine de interés general, actualidad e información sobre literatura, cocina, cine y espectáculos, y a su término ‘Qué pasa, diario de la tarde’, con el desarrollo de los temas que fueron noticia durante el día con opinión, análisis y reflexión. Luego viene ‘Contacto Universitario’, que contiene información y servicios para los estudiantes y la comunidad Universitaria.

Entre la larga lista de programas de emisión semanal pueden destacarse los realizados por colectividades (‘Palabra de Vasco’, ‘Frecuencia Francesa’, ‘Desde Israel’, ‘Desde Italia’, entre otros), Colegios Profesionales (‘Técnicos del Siglo XXI’, del Colegio de Técnicos) y ONGs (‘Entre Redes’, de la Federación Argentina de Apoyo Familiar de Ana Mon) y facultades (‘La hora de la Ingeniería’, ‘Eco de Radio’ de la Facultad de Ciencias Económicas). Algunos de estos espacios cuentan con periodistas y comunicadores entre su staff, pero en varios otros no existen profesionales idóneos en su equipo, lo que incide fuertemente en la calidad de lo que esos espacios ponen en el aire.

La FM está caracterizada por una estética más dinámica orientada a un público joven, en su mayoría estudiantes universitarios y público consumidor de cultura (música, cine, libros). Omar Turconi, Director de Radio Universidad afirma que “su programación se apoya en tres ejes conceptuales: una musicalización basada en el rock como fenómeno cultural; información universitaria y servicios para estudiantes; y una postura de defensa de los derechos humanos, los valores democráticos y la educación pública y gratuita” (Turconi, entrevista personal, 28/02/2007). Los programas diarios (lunes a viernes) son, en la franja matutina, ‘El Bolillero’, actualidad universitaria con una mirada crítica de lo que pasa en la sociedad, en la cultura y en la Universidad. A mediodía ‘No se escucha’, radioteatros humorísticos y música. Por la tarde, ‘El del mono’, programa de interés general; ‘Tomalo con calma’, programa de difusión cultural (literatura, películas, entrevistas); y ‘El de Nando’, programa musical. En el fin de semana tienen su espacio organizaciones como Abuelas de Plaza de Mayo, la agrupación H.I.J.O.S., y Amnesty Internacional filial La Plata.

La Radio cuenta con una página web recientemente rediseñada y con actualización diaria, que ofrece la posibilidad de escuchar en vivo ambas frecuencias vía Internet. Cada departamento y cada programa de la emisora tiene su cuenta de webmail, con la extensión [@lr11.com.ar](mailto:lr11.com.ar).

No obstante su larga historia y los reconocimientos y premios recibidos, tanto la AM como la FM tienen un modesto nivel de penetración en el público de la región, en comparación con las radios capitalinas, aunque ese nivel aumente en el público universitario (estudiantes, docentes y no docentes) atentos a las noticias de su medio y a la información de los quehaceres propios de la institución.

Según una encuesta de 800 casos realizada por Radio Universidad en el año 2004 en la ciudad de La Plata, el 85% de los encuestados escucha radio, el 19,3% de estos casos respondieron que escuchan sólo AM, el 44,41% que escuchan sólo FM y el 36,91% que escuchan ambas frecuencias. En AM, las radios nacionales reúnen la mayoría de las preferencias, siendo la más escuchada Continental (44%), Mitre (15%) y Radio 10 (11%), ocupando las radios locales Provincia (6%) y Universidad (2%) un lugar secundario. En FM, la radio más escuchada es Radio 92 (21%), seguida por FM Cielo (12%) y la 99.1 (8%), mientras que Radio Universidad tiene una audiencia menor (2,5%) (Argañaraz, Judurcha y Zitti, 2004).

## Las ediciones de la Editorial de la Universidad (EDULP)

Las ediciones de la Editorial de la Universidad (EDULP), que publican material científico, pedagógico y literario, se organizaron, a partir del año 2004, de acuerdo a diez colecciones temáticas: Pensamiento Nacional, Naturales, Sociales, Campo Social, Comunicaciones, Ficciones, Chicas de Bolsillo (poesía), Cuadernos de Cátedra, la Revista de la Universidad Nacional de La Plata y Honoris Causa. En el período junio 2004 – mayo 2007 se publicaron 83 títulos.

Para comercializar sus ediciones, la EDULP trabaja con las librerías más importantes de la ciudad de La Plata (13) y de la Capital (11). En el caso de que se solicite material desde el interior del país, la entrega se hace a través de distribuidoras (6) y de las editoriales de las distintas universidades nacionales. En el período de análisis se dejaron 2.696 libros en consignación.

EDULP participa anualmente desde el año 2004, con un stand en la Feria del Libro, además de otras ferias como la Feria del Libro Científico de la UBA, del Libro Universitario de la UNCentro, del Libro de la UNLanus y Expo Universidad de la UNLP, en donde se promocionan y venden ediciones propias, material producido por otras dependencias de la UNLP, y publicaciones de otras universidades nacionales que participan dentro de la Red de Editoriales de Universidades Nacionales, a la cual pertenece la UNLP desde 1997. Para tener una referencia, en el año 2007 vendió 286 libros en la Feria de Libro (EDULP, 2007[1]).

A continuación se enumera la producción en el período 2004-2007 de las colecciones que organizan la producción editorial de EDULP:

- Pensamiento Nacional tiene como objetivo recuperar una serie de estudios y reflexiones de un movimiento social y también teórico que significó una bisagra en la historia Argentina. Reencontrarse con la nueva edición de viejos materiales aporta a la colección un carácter documental imprescindible. Hasta el momento hay editado cuatro títulos, dedicados a Arturo Jauretche, Manuel Ortiz Pereyra, Juan Manuel de Rosas y Homero Manzi.

- Naturales editó cinco títulos en el período, entre compilaciones de artículos científicos y trabajos de divulgación. Sus autores son en todos los casos investigadores de la UNLP, de las Facultades de Ciencias Naturales, Ciencias Agrarias y Humanidades. Los libros remiten a temas como el mejillón dorado, los espacios verdes en el Bosque de La Plata, los suelos



agrarios compactados por tráfico, a metodologías para la investigación del suelo y a plantas transgénicas.

-Sociales es una colección que tiene su punto neurálgico en el pensamiento sobre diversos fenómenos sociales. Desde disciplinas tan diversas como la antropología, la sociología, la literatura, la historia, la música, la economía o la medicina se intenta dar cuenta de la complejidad del hombre como sujeto social y como ser simbólico. Han editado 41 títulos en el período de análisis.

-Campo Social es una colección pensada para el debate de ideas o temas. Articulados por un editor, diversos autores reflexionan sobre un nudo conceptual concreto. Es una colección que apuesta a la diversidad de miradas sobre un mismo objeto. Ha editado seis títulos, con temas vinculados al psicoanálisis, al discurso televisivo, a la temporalidad y al cuerpo y la subjetividad.

- Comunicaciones es una colección que reconoce a la comunicación como una disciplina joven si se la compara con otras más tradicionales, que no obstante, en los últimos treinta años su importancia dentro del campo académico ha crecido en forma geométrica. Esta colección da cuenta de los conceptos y núcleos teóricos que se están debatiendo en la actualidad. Se han editado 4 títulos a la fecha.

- Ficciones avanza sobre un campo poco explorado por las publicaciones universitarias. Esta colección tiene como objetivo la edición de novelas, cuentos y poesías, sin responder a la urgencia del mercado. En este sentido se publica a autores noveles cuyos materiales muchas veces son desechados por las grandes editoriales, por el solo argumento de que no son conocidos o por no tener ningún material previo en librerías. Editó hasta la fecha tres títulos de la serie Poesía, seis de la serie Novelas y uno en la serie Cuentos.

-Chicas de Bolsillo y Chicos de Bolsillo es una colección de poesía que edita en formato económico poemarios de jóvenes escritores. Ha editado ocho títulos.

-Cuadernos de Cátedra edita libros con material teórico y práctico dirigido a alumnos de carreras de la UNLP. Ha publicado tres títulos: 'Sistemática biológica: fundamentos teóricos y ejercitación', 'Manual del ingresante a la Carrera de Medicina' y 'Guía teórico-práctica de Matemáticas, Física, Química y Biología'.

-La Revista de la Universidad es una publicación de edición irregular, con artículos de reflexión y debate sobre temas vinculados a la educación superior. Su primer número salió en septiembre de 1957 y ha editado en su historia 34 ejemplares, el último en 2007. En el

marco de esta Colección, se publicaron dos números en el período, además, en el año 2006 se publicó el ‘Plan Estratégico de la UNLP, período 2004-2007’ y en el año 2007, el ‘Anuario estadístico 2006. Informe anual comparado de indicadores de la UNLP’.

-Por último, *Honoris Causa* es la colección más reciente, iniciada en el año 2007, destinada a publicaciones de personajes distinguidos con ese título por la UNLP, con una publicación en el período (EDULP, 2007).

### La Expo Universidad

La UNLP es una institución por naturaleza, generadora de eventos académicos, científicos y culturales, locales, provinciales, nacionales e internacionales. Aunque no se llevan registros, un repaso por la agenda de la Presidencia y de las facultades muestra un promedio de 150 eventos anuales de los cuales 50 son nacionales o internacionales.

Entre estos espacios de comunicación informativa y participativa, se destaca la Expo Universidad, pensada como un espacio síntesis de encuentro anual entre la universidad y la comunidad, que busca transformarse en un punto de referencia académica, científica y cultural para ambas. Su objetivo es alentar la difusión de conocimientos producidos por nuestra universidad; difundir, relacionar y ayudar a comprender las diversas manifestaciones de la cultura en el ámbito universitario, generadas en las diversas comunidades y sectores sociales con los que se relaciona, articulando el saber popular con el saber académico e integrar a la universidad con el resto de la sociedad en el proceso de conocimiento, comprensión, concertación, decisión y construcción del tejido social y de la plataforma ambiental y económica en la que se asienta.

“Entre el 26 de agosto al 6 de septiembre del 2002, en el Pasaje Dardo Rocha se llevaron a cabo las Primeras Jornadas de vinculación de la Universidad con la Comunidad, denominadas Expo Universidad. Estas jornadas fueron declaradas de Interés Legislativo Provincial por Resolución d/1751/02-03 y de Interés Municipal por Decreto n° 86 del Concejo Deliberante, en el que además se reserva el Pasaje Dardo Rocha para las próximas ediciones anuales ‘según previo acuerdo con las autoridades de la U.N.L.P.’”(SEU UNLP, 2004: 16).

A partir de ese año y en forma ininterrumpida se realiza este megaevento anual de doce días de duración, de 9 a 21 hs. Se cumple con un intenso programa que reúne unas 20 exposiciones temáticas, unas 150 conferencias, seminarios, mesas redondas y cursos, con

un promedio de 300 expositores, y unos 50 eventos culturales de los que participan como protagonistas unas 500 personas. La primera Expo convocó unas 4.000 personas y la última relevada en el período de investigación (2006) unas 30.000.

De la organización programática participan representantes de la Presidencia, de los colegios universitarios y de todas las facultades y de la organización operativa participan unas 30 personas. Se realizan en el Pasaje Dardo Rocha, centro cultural de la ciudad dependiente de la Municipalidad, del que se utilizan en forma continua y simultánea seis salas: la sala Auditorio (300 butacas, 400 personas), la sala Polivalente (150 personas) y la sala “Cine Select” (150 personas) en el 1º piso y las salas Vicepresidencia (100 personas), la sala de Teatro A (200 personas) y la de Teatro B (60 personas) en el 2º piso. Las exposiciones permanentes se ubican en la nave central, los halls de calle 7 y calle 6, las galerías de la planta baja, el hall de calle 49, el hall de calle 50 y la sala del Mugado –Museo y Galería de Fotos-.

En el período de nuestra investigación se realizaron tres encuentros: 2004, 2005 y 2006, destacándose el año 2005, que estuvo atravesado por las actividades de conmemoración del Centenario de la UNLP, con una agenda anual “que incluyó cerca de 400 eventos científicos, académicos y culturales, como asimismo Jornadas de debate de los grandes temas de esta Universidad<sup>183</sup>” (SEU UNLP, 2006: 140).

#### **IV.1.3.3.3. Las estrategias de relación con los medios de comunicación**

*La universidad y los medios de comunicación deben encontrar nuevas formas de vinculación. No solamente garantizando un debate conciente de las problemáticas universitarias y generando noticias que lleguen a esos temas centrales que causan los conflictos, sino también retroalimentándose con información que permita una comunicación más fluida entre ambas instituciones. Es importante que los medios y las universidades se hagan aportes mutuamente, más aún en períodos de crisis y turbulencias políticas, ya que, como se señaló al comienzo, actúan como instituciones centrales dentro de un sistema democrático.*

*Los medios son el mejor instrumento para ‘instalar’ socialmente la relevancia de una educación superior pública de calidad (Guerrero, Mendoza Padilla et al, 2002: 6).*

En el caso de la Presidencia de la UNLP, es la Unidad de Prensa la que centraliza el vínculo con los medios de comunicación y difunde entre éstos los temas de interés informativo, tanto de actualidad política universitaria, actividad institucional y servicios, como investigaciones, innovaciones, avances científicos y proyectos de extensión. La

---

<sup>183</sup> Esto incluyó una serie de producciones específicas del centenario, entre las que se destacan el desarrollo de una marca identitaria, el libro institucional del centenario, el CD doble de los elencos estables y el CD interactivo con imágenes y voces del centenario.

estrategia de difusión, que esta área planifica y lleva adelante, se basa en que la información llegue a publicarse en las secciones de 'Interés general' o 'Sociedad' de los medios locales.

Una serie de entrevistas con diversos funcionarios de la Presidencia, indagando sobre la relación de sus áreas con los medios, muestra que la UP cumple un papel fundamental en la mediación, el ordenamiento y el tratamiento periodístico de la comunicación informativa a través de los medios no universitarios, más allá de la relación directa de estos con el funcionario, si la noticia lo requiere.

El Prosecretario de Extensión Universitaria, Arquitecto Diego Delucchi, se refirió a la posición de Presidencia con los medios gráficos:

*Hay un canal de diálogo institucional fluido con los diarios locales. El Presidente de la Universidad dialoga directamente tanto con el director del diario El Día y con la directora del diario Hoy, que definen la política editorial como con los periodistas encargados. Y tanto el Presidente, como el Vicepresidente, el Secretario General y los funcionarios ofrecen una relación aceitada para poder tener un buen flujo de información y creo que esa predisposición está dando resultado (Delucchi, entrevista personal, 15/02/2007).*

Desde la Secretaría de Asuntos Académicos, la Dra. María Mercedes Medina define la relación de su área con los medios a través de la Unidad de Prensa:

*Se deciden los temas que deberían tomar estado público, se envía la gacetilla por e-mail a la UP y ellos evalúan el valor periodístico de la información y la oportunidad de difundirla. Algunos de los temas que les interesa publicar son, por ejemplo, la aprobación de un nuevo proyecto, la apertura de la inscripción a la especialización en docencia universitaria, llamados a concurso. Circunstancialmente, el lanzamiento de una actividad destacada que se realiza a través de la Secretaría. Los medios llaman, aunque no con frecuencia, a la Secretaría directamente, o al celular de la Secretaría, generalmente para temas que no son de urgencia. En general, los medios locales le están otorgando mayor espacio a los temas universitarios y en particular, a aquellos que están vinculados a las áreas de la Presidencia. Cuando se trata de un tema que el medio decide publicar, solicitan los datos o realizan entrevistas y luego deciden el contenido. Si, por el contrario, el tema lo promueve la Universidad, el tratamiento mediático y el espacio que se le destina depende del interés del medio, del espacio del que dispongan, que en general, no es muy grande, de los otros temas que entran en la selección. La prensa busca además temas conflictivos y los tiempos son los tiempos de los medios (Medina, entrevista personal, 12/02/2007).*

Desde la Secretaría de Administración y Finanzas, la contadora Mercedes Molteni, comenta la estrategia de prensa de su área:

*La estrategia es fomentar vínculos fluidos con los periodistas de los medios para asegurarse que la información sea precisa y su tratamiento no perjudique injustamente a la institución. Porque cuando te quieren matar te matan, aunque vos les digas 'se aumentó el sueldo', el título de la nota es 'paro docente...'; pero creo que la relación de la universidad con los medios en general ha mejorado. Cuando hay una información que uno quiere dar, la trasladamos al área de Prensa y le explicamos qué es lo que queremos informar y ellos arman una gacetilla, nosotros la revisamos porque el tema nuestro es muy técnico, y se publica en la página de Internet y la Unidad de Prensa se la hace llegar a los distintos medios.*

*Generalmente cuando hay una noticia de tipo salarial no se difunde solo a través de la UP, sino que los medios vienen por acá, –Radio Universidad seguro que me llama y viene Multicanal-. Cuando hay una noticia a nivel nacional, viene el medio. Los medios de comunicación tienen un contacto directo con nosotros, aunque comunmente no sale más de una o dos noticias del área en el mes. Diario Hoy, el Día, Radio Universidad son tres que tengo identificados en el celular. Hay cuestiones de la administración que nos interesa comunicar, sobre todo cuando hay alguna noticia que afecta a los empleados, porque básicamente el presupuesto de la universidad es sueldos (92%); como la firma de algún acuerdo paritario que va a llevar un beneficio a los trabajadores, ya sea del sector docente como del no docente, o cuando se toma algún tipo de resolución singular como la firma de la prórroga del convenio con el IOMA o con el Banco Nación.*

Mercedes Molteni grafica la relación de su área con los medios mediante una anécdota:

*El Ministerio de Educación había elevado al Congreso la planilla de presupuesto del 2005, Carlos Carrizo de Radio Universidad me hace una entrevista y digo: ‘Con lo que salió en la planilla, la UNLP el año que viene no va a poder pagar los sueldos de acuerdo a los aumentos que ya dio el gobierno’. Esa entrevista la toma Clarín Digital, se entera el Ministro de Educación, verifica el error de la planilla, se arma un flor de lío y como consecuencia el Poder Ejecutivo terminó modificando el proyecto de Ley ya enviado. Modificaron el proyecto a partir de una declaración mía. Ese fue un hecho bien de los medios (Molteni, entrevista personal, 14/02/2007).*

El Portal Universitario también cumple su rol, en la medida en que los medios de comunicación lo utilizan permanentemente como fuente de información. El Prosecretario de Bienestar Universitario, Patricio Lorente se refiere a su utilización:

*Para fomentar nuestra relación con el afuera, con la sociedad en general y la comunidad universitaria en particular, nuestra Prosecretaría utiliza de manera bastante intensa el portal web de la universidad y la Unidad de Prensa. Hacemos gacetillas porque muchos de nuestros temas tienen impacto masivo en el estudiantado, como el seguro de salud, el comedor universitario o las convocatorias a becas. Cuando comunicamos, lo hacemos por medio de la UP pero cuando los medios lo solicitan, tenemos una relación directa, sin mediación de la Unidad de Prensa. Sea cual fuere el tema, los atiendo yo, como prosecretario. Los directores tienen salida a los medios en forma más acotada a temas específicos y cuando los medios los requieren específicamente a ellos. Sin embargo en general, cuando hay una inquietud de la prensa y es necesario referenciar una primera interlocución, me toca a mí por una cuestión de generar una referencia institucional lo más unívoca y precisa posible (Lorente, entrevista personal, 14/02/2007).*

El arquitecto Nizan, Prosecretario de Planeamiento, Obras y Servicios explica su dinámica de trabajo con la Unidad de Prensa:

*Nosotros le podemos pedir a la UP que saque alguna información que consideramos importante o a la inversa, la UP nos solicita información para actualizar los avances en proyectos, obras o reparaciones. Tenemos una relación muy fluida con la UP y además, los medios se comunican por lo menos cada quince días. El diario El Día es el que más llama por temas como el inicio o el avance de obras, servicios de mantenimiento en los colegios universitarios o facultades, o temas de seguridad edilicia. También toman contacto Radio Universidad, algunas FM y el Canal 5 a través del programa Debate Universitario que me han convocado varias veces. La televisión es la que más nos convoca.*

*Nos interesa comunicar la evolución de las obras y de las tareas de mantenimiento y seguridad edilicia y las aclaratorias que creemos necesario hacer respecto de ciertas formas de encarar la noticia*

*por parte de la prensa: Por ejemplo comentan 'esta en crisis la red de gas de la UNLP'...y en realidad no está en crisis, sino que se rebizo toda la red de gas para ponerla en condiciones, se instaló y está funcionando bien...nos interesa poder aclarar algunas cuestiones que a veces la prensa expresa en forma sensacionalista. Algunas veces a ciertos medios les resultan más importantes las catástrofes que las inauguraciones (Nizán, entrevista personal, 15/02/2007).*

El Doctor Horacio Falomir, Secretario de Ciencia y Técnica de la UNLP, respecto de la relación de su área con los medios comenta:

*Si son los medios los que solicitan la información, si requieren una opinión, en general hablo yo, y si la requisitoria necesita de algún especialista la derivamos. Si es a nosotros a quienes nos interesa difundir la noticia, utilizamos la UP. En general, nuestra relación con los medios apunta a exponer los avances científicos de la UNLP. En 'La Palabra' hemos opinado tanto desde la Secretaría, como de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Universidad y desde la Comisión de Investigaciones Científicas y Tecnológicas del Consejo Superior. Y en varias ocasiones, tanto La Palabra como el diario El Día, nos han solicitado información sobre grupos que estuvieran haciendo desarrollos que pudieran generar un interés inmediato de la sociedad, y así es como han salido notas como la de las baterías solares que se están haciendo en el INIFTA para los proyectos de satélites propios de Argentina y tantas otras (Falomir, entrevista personal, 19/02/2007).*

Como anticipamos en el apartado de este parágrafo que describe la estructura institucional de la comunicación en la Presidencia de la UNLP, desde la Unidad de Prensa se realiza un archivo digital del tratamiento que los medios gráficos locales y nacionales realizan sobre noticias de la UNLP, con el objetivo de analizar e identificar cuales son los criterios que convierten en noticiable un hecho universitario, para contribuir a establecer nuevas estrategias de comunicación institucional a partir de conocer los requerimientos de los medios y la importancia que le otorgan a ciertos y determinados temas.

El último documento de trabajo producido por la Unidad de Prensa de la UNLP es un relevamiento de las noticias que mencionan a la UNLP, registradas en el período comprendido entre junio de 2004 y mayo de 2007 en los diarios 'El Día' y 'Hoy' de La Plata, y en los diarios nacionales 'La Nación', 'Clarín' y 'Página 12', que usaremos como base documental principal del análisis del vínculo de la UNLP con los medios, realizado en este parágrafo.

El relevamiento realizado por la UP, es un trabajo de procesamiento y evaluación de los contenidos de notas, informaciones, opiniones, editoriales, noticias e informes especiales editados en los medios mencionados; los midió en número de noticias y en cm<sup>2</sup> y los comparó mensual y semestralmente.

Clasificó la información de acuerdo a la fuente en dos categorías: La información generada por la UP y la información generada por iniciativa propia de los medios; de acuerdo con el formato periodístico y la ubicación editorial que los medios asignaron para

el tratamiento de los temas, clasificó la información en dos categorías: ‘Tapa’ y ‘Opinión /Editorial’; y de acuerdo a los contenidos, clasificó la información en tres categorías: ‘Investigación, Académica y Extensión’; ‘Gestión y Servicios’ y ‘Política’. La primera categoría a su vez se dividió en ‘Ciencias Exactas’ y ‘Humanísticas’, con un criterio no convencional, pero que sirvió para ordenar la investigación.

Para justificar este criterio se incluyó dentro de las unidades académicas de ‘Ciencias Exactas’ a aquellas que dictan carreras que tienen en sus programas de estudio prevalencia o presencia importante de asignaturas como matemáticas, física, química, biología y contabilidad. Entonces quedaron en este apartado las facultades de: Ciencias Exactas, Ingeniería, Informática, Observatorio; Veterinaria, Arquitectura, Ciencias Naturales, Medicina, Agronomía, Odontología y Ciencias Económicas. Y en el grupo de ‘Humanísticas’ están incluidas: Humanidades, Derecho, Periodismo, Bellas Artes, Trabajo Social y Psicología. También en este último ítem fueron incorporadas las informaciones sobre actividades de ‘Investigación, Académica y Extensión’ producidas y desarrolladas por los cinco colegios universitarios del sistema de pregrado de la UNLP.

La superficie dedicada a la UNLP en los diarios locales durante el período junio 2004 – mayo 2007, no ha tenido variaciones anuales ni estacionales significativas, ya que las noticias relacionadas con los eventuales fracasos o avances del estudiantado, las polémicas por los sistemas de ingreso y el tratamiento del presupuesto, que son los grandes generadores de noticias durante el primer semestre, compensan la actividad académica en general, que crece durante el segundo semestre en encuentros, intercambios y debates a la que se suman las elecciones anuales estudiantiles y la Expo Universidad. En general, podemos considerar que existe en los diarios locales, un nivel alto y constante de menciones y presencia mediática de temas relacionados con la universidad y la vida universitaria.

Según el relevamiento de la UP, en el período junio 2004 – mayo 2007, el diario El Día asignó un promedio anual de 204.000 cm<sup>2</sup> y 764 notas, a las noticias referidas a la UNLP; y el diario Hoy un promedio anual de 238.000 cm<sup>2</sup> y 610 notas. Esto indica que en período de análisis se producen alrededor de 4 noticias diarias referidas a la UNLP en los diarios locales.

En cuanto a la fuente, la cantidad de noticias generadas por la UP tampoco marca diferencias con las que los medios generan por iniciativa propia. El número de noticias generadas por la UP tuvo un promedio de 692 por año, mientras que la cantidad de noticias

no generadas, o generadas por los medios locales relevados, tuvo un promedio de 684. Sin embargo, el espacio asignado a las noticias generadas por la UP fue de 171.600 cm<sup>2</sup> de promedio anual, mientras que el asignado a las noticias que los medios generan por iniciativa propia fue de 271.200 cm<sup>2</sup>.

Esto indica que los diarios locales a pesar de tener asignado un espacio fijo diario considerable para los temas vinculados con la vida universitaria, y que por cuestiones editoriales, siempre priorizan, privilegian y amplifican las producciones propias; toman prácticamente toda la información que la UNLP envía, la que es capaz de equiparar su propia capacidad para identificar información de interés y ésta ocupa el 40% del total de espacio asignado a las noticias universitarias.

Es interesante analizar el interés de los medios por la noticia de acuerdo a su contenido. En la información no generada por la UP, la cantidad de noticias de ‘Enseñanza, Investigación y Extensión’ son en promedio el 29% del total (y de éstas, las orientadas a las ‘Ciencias Exactas’ son el 58% y las orientadas a las ‘Humanísticas’ son el 42%). Las noticias de ‘Gestión y Servicios’ son el 5% del total y las noticias de ‘Política’ son el 66% del total.

Se observa que las cuestiones de ‘Enseñanza, Investigación y Extensión’ (tanto las provenientes de Exactas como las de Humanidades) muchas veces resultan de interés periodístico y siempre tienen un lugar en las páginas de ‘Interés General’ o ‘Sociedad’, no necesitando impulso oficial.

Por el contrario, las notas de ‘Gestión y Servicios’ (actos, congresos, obras, servicios para estudiantes, docentes, no docentes) no motivan por sí mismas el interés de los medios: La UP tiene que salir a mostrarlas y ‘venderlas’ de manera tal de generar atractivos en las redacciones de los diarios; puesto que mientras que para una institución, la realización y organización de una actividad oficial puede resultar de trascendencia clave en lo interno; ese mismo evento, para un diario no representa –por si mismo- más que una actividad de rutina; excepto que en el marco de ese acontecimiento, alguien exponga una noticia referida a cuestiones políticas, anuncios, o –en el caso puntual de una Universidad- pueda mostrar un desarrollo científico o de investigación innovador.

Las noticias de ‘Política’ son las que prevalecen ampliamente en el interés de los medios locales cuando nos remitimos a la categoría ‘No Generada’, que incluye temas de política específica de la UNLP, como conflictos por la asunción de autoridades; renuncias, reemplazos, nombramientos, todas las repercusiones de las polémicas por el ingreso a Medicina y protestas docentes, no docentes y estudiantiles.



En la información generada por la UP, las noticias de 'Enseñanza, Investigación y Extensión' son en promedio el 26% del total (y de éstas, las orientadas a las 'Ciencias Exactas' son el 36% y las orientadas a las 'Humanísticas' son el 64%). Las noticias de 'Gestión y Servicios' son el 64% del total y las noticias de 'Política' son el 10% del total.

Se observa que las cuestiones de 'Enseñanza, Investigación y Extensión' (tanto las provenientes de Exactas como las de Humanidades) generadas por la UP, ocupan un porcentaje similar que en las noticias no generadas por la misma, lo que sostiene la hipótesis de que son noticias de interés periodístico y siempre tienen un lugar en las páginas de 'Interés General' o 'Sociedad'.

El rubro 'Gestión y Servicios' tiene un gran predominio sobre el resto, en las noticias generadas por la UP. En él se encuadran todas las noticias vinculadas con: becas, comedor, obras, actividades para docentes, graduados, alumnos y no docentes que organiza cada unidad académica; inauguraciones y todo lo protocolar, administrativo y de la agenda del Presidente y de los principales funcionarios.

En cuanto a la información 'Política' generada por la Oficina de Prensa la proporción es menor, no sólo porque no es de interés institucional de la UNLP producir gran cantidad de información política, sino porque este tipo de noticias son más difíciles de insertar, ya que los editores tienden a desacreditar la información política que surge desde los despachos oficiales y prefieren publicar los datos que los periodistas obtienen de otras fuentes.

Ahora bien, si sumamos todas las notas relevadas en el período (4.094) –tanto las 'generadas' como las 'no generadas' por la UP, vemos que las noticias de 'Enseñanza, Investigación y Extensión' son en promedio el 27% del total (y de éstas, las orientadas a las 'Ciencias Exactas' son el 46% y las orientadas a las 'Humanísticas' son el 54%), valores semejantes a los registrados en las dos clasificaciones mencionadas. Sin embargo, las noticias de 'Gestión y Servicios' son el 35% del total y las noticias de 'Política' son el 38% del total, nivelándose en su relación. Esto pareciera indicar que la labor de la UP en la generación de noticias de 'Gestión y Servicios', permite compensar, en la información que recibe la comunidad de la universidad por los diarios locales, el interés de estos medios por las noticias de 'Política'.

En cuanto al formato periodístico y la ubicación editorial, un aspecto relevado es la cantidad de noticias universitarias registradas en las tapas de los diarios locales. La noticia que se ubica en la tapa de los diarios resulta de una trascendencia notoria para toda la comunidad y en el caso de las noticias relacionadas con la universidad, debe contener un

alto grado de impacto, novedad, alcance e interés como para desplazar informaciones que provengan del orden económico, político y social; originadas en el ámbito nacional, provincial o local; es por eso, que no es la norma sino la excepción, que los matutinos locales ubiquen una nota universitaria en ese lugar. No obstante, estos medios han incluido 360 notas de tapa en el trienio que involucran a la UNLP en los semestres evaluados –un promedio de 10 tapas por mes-. Las variaciones están vinculadas con la mayor o menor presencia de conflictos salariales/gremiales; crisis/anuncios institucionales, fracasos académicos de ingresantes y –en menor medida- con desarrollo de investigaciones y avances científicos que involucran a docentes platenses.

Por su parte, el comportamiento de las notas de Opinión o Editoriales de los diarios locales es uniforme; en especial el diario El Día que tiene una sección fija los domingos. Entre ambos diarios se relevaron en el trienio 138 editoriales referidas a la UNLP, un promedio de una por semana.

Finalmente el relevamiento realizado por la UP durante el trienio junio 2004 – mayo 2007, analiza la presencia de la UNLP en los medios nacionales. Como regla general, observamos que –a diferencia de los medios locales- los matutinos de circulación nacional no tienen un espacio diario fijo dedicado al tratamiento de temas universitarios o de educación superior. La excepción parcial a esta regla es Página 12 que tiene una sección de Universidad que se edita dos veces por semana, aunque las dedica en forma casi excluyente a informaciones y problemáticas vinculadas con la UBA. Por lo tanto, las noticias ganan espacio sólo cuando el peso propio de la información es considerado por los editores para incorporarlo a la edición.

Referido a la presencia de la UNLP; se registraron en los tres años relevados, 204 noticias que la mencionan. El 48,5% (99) se refieren a: conflictos por el curso de admisibilidad, los resultados y la polémica entre el rectorado y la Facultad de Medicina por el ingreso irrestricto (33); los “bochazos” en el resto de las facultades de la UNLP (31); las notas de contenido político como reclamos por aumentos presupuestarios, conflictos gremiales, los debates sobre la LES; tomas y protestas, homenajes a desaparecidos y a Miguel Bru y todos los incidentes previos y posteriores a la Asamblea Universitaria del Colegio Nacional y de Inchausti en el Partido de 25 de Mayo (35). Esto quiere decir que existe un alto componente de temas que hemos incluido en el renglón de ‘Política’ en las ediciones de medios nacionales.

Las notas sobre investigaciones, investigadores, innovaciones y avances científicos son el 21,0% (43) y son las informaciones que otorgan prestigio a la UNLP. Por lo general, estas cuestiones se conocen sólo a partir de una tarea de divulgación institucional, por eso en su mayoría se trata de informaciones que son producidas o impulsadas desde la UP sobre trabajos, desarrollos y proyectos que tienen valoración positiva en el lector y apuntan a mejorar la calidad de vida de la comunidad. De ahí, la importancia de mantener una línea directa con los responsables de institutos, laboratorios y centros científicos para dar a conocer los resultados de sus trabajos.

Algunos ejemplos en la UNLP, son las actividades del Programa de Prevención de Infarto en la Argentina –PROPIA-, de la Unidad Productora de Medicamentos, la invención de la ‘gelatina de manzana’, el piojicida sin alcohol, el chip para el ganado vacuno, los hallazgos y producciones del Museo de Ciencias Naturales y la creación y primeras actividades del Centro Regional de Estudios Genómicos –CREG-.

Las publicaciones vinculadas con la actividad de los estudiantes universitarios y la enseñanza son el 12,5% (25), incluyendo entre otras, la apertura del comedor, las becas de transporte, el ‘Recibódromo’ y la guardería de Derecho, las obras en la UNLP (2), la inserción de los profesionales en el mercado laboral (8); las iniciativas novedosas (8) como la prohibición del uso del celular en la Facultad de Derecho, la creación de una universidad virtual y trabajos de extensión de las unidades académicas con impacto social, a los que también se les asigna un espacio mediático.

Por último, la categoría ‘otras noticias’ que incluye breves informaciones de actividades, jornadas, debates, encuentros y conferencias que se llevan a cabo en la UNLP y sus dependencias, es el 18% (37). Tiene peso en el número pero no en el volumen. En el 90% de los casos son ‘noticias breves’, espacios que los diarios utilizan en sus páginas para rellenar la edición y –aunque resultan interesantes para promover o promocionar alguna actividad concreta- no adquieren impacto periodístico (UP UNLP, 2007).

#### **IV.1.4. La comunicación participativa**

La comunicación participativa en las universidades públicas argentinas tiene un fuerte componente institucional. Al análisis desde la perspectiva comunicacional y su funcionamiento en el período de investigación, de aquellos dispositivos orientados a la planificación participativa generados en forma sistemática por el Plan Estratégico a través de sus talleres de participación, y en forma circunstancial aunque permanente, por los foros

de discusión de temas específicos que preocupan a la comunidad universitaria, como la Ley de Educación Superior o las necesidades presupuestarias del sistema; sumaremos los que la UNLP conforma para la gestión institucional a través del cogobierno universitario de profesores, alumnos, graduados y no docentes, que impone fuertes mecanismos de comunicación participativa para tomar las decisiones que permitan el funcionamiento y el desarrollo de la institución, reflejados básicamente en los Consejos Académicos de las facultades, en el Consejo Superior y en la Asamblea Universitaria. Y los dispositivos de comunicación participativa orientados a la verificación perceptual de estado, avances y posiciones del proceso de desarrollo institucional, complementarios de los indicadores objetivos de insumos, proceso y resultados publicados anualmente (AE 2006 UNLP, 2007) reflejados en encuestas y consultas institucionales a través del Portal. Tres dispositivos que apuntan a garantizar los flujos comunicacionales horizontales en uno y otro sentido para producir un mensaje único, resultado de la concertación y el consenso o diferentes mensajes que dejan asentadas las diferentes miradas, posiciones e intereses que conviven en el sistema universitario.

#### **IV.1.4.1. La comunicación participativa para la planificación**

El primer dispositivo de comunicación participativa, utilizado en el período 2004 – 2007 por la Presidencia de la UNLP, lo constituyen los talleres de discusión del Plan Estratégico de la UNLP (ver párrafos II.6.2. y III.5.).

En el año 2005 se realizaron seis plenarios: ‘Políticas de Educación Superior’, ‘Enseñanza’, ‘Investigación y Transferencia’, ‘Extensión’, ‘Cooperación Internacional’ y ‘Bienestar Universitario’.

En el año 2006 se realizaron cinco jornadas de debate que tuvieron como tema transversal el rol de la Universidad frente a los actuales desafíos y demandas del contexto socio-histórico: ‘La democratización del saber en la sociedad del conocimiento’, ‘Hacia un sistema de educación integrado: estrategias y políticas de articulación’, ‘La pertinencia social de la universidad frente a los retos socio-históricos actuales’, ‘La vinculación entre docencia, investigación, extensión y transferencia en la formación universitaria’ y ‘La comunicación institucional en las universidades nacionales’.

En el año 2007 (hasta agosto) se realizaron otras ocho jornadas de debate: ‘Ciencia y tecnología’, ‘Una mirada crítica hacia el proceso de mejoramiento de la calidad en la educación’, ‘El bienestar universitario’, ‘La política de extensión universitaria en la UNLP’,

‘Pautas de cooperación internacional’, ‘La infraestructura universitaria’, ‘Análisis de situación de las prácticas y políticas académicas en la UNLP’ y ‘El presupuesto de la UNLP y el modelo de distribución de pautas’<sup>184</sup>.

Estos encuentros, de los que participaron decanos y funcionarios, profesores e investigadores, graduados, alumnos y representantes de los gremios docentes y no docentes, estuvieron conformados por mesas redondas y expositores que instalaron los temas para ser debatidos en comisiones con consignas precisas y relatorías meticulosas que ordenaron los consensos generales en aspectos fundamentales y marcaron los matices.

Más allá de ser el insumo fundamental para la formulación del Plan, se constituyeron en espacios de debate de los problemas y desafíos que afronta la universidad, que con una dinámica propia, ayudan al intercambio transversal de pareceres y propuestas, fundamentales como fundamento de la comunicación participativa para el desarrollo de la institución (TALLERES UNLP, 2008).

#### **IV.1.4.2. La comunicación participativa para la gestión**

“El gobierno de la Universidad es ejercido por la Asamblea Universitaria, el Consejo Superior y el Presidente” (Estatuto, 1996: Art. 44); es decir que la UNLP como institución pública autónoma cuenta con dos dispositivos de comunicación participativa institucionales para su gobierno (además de los Consejos Académicos de las facultades que analizaremos en el párrafo IV.2.4.1.). El Consejo Superior y la Asamblea Universitaria.

El Consejo Superior de la UNLP tiene 71 miembros y está integrado por cuatro representantes de cada una de las diecisiete facultades –decano, profesor, graduado y alumno-, por dos representantes de los no docentes y por el Presidente de la Comisión de Investigaciones Científicas (estos tres últimos, con voz y sin voto). Está presidido por el Presidente o el Vicepresidente, que tienen voto en caso de empate y el Secretario General o el Prosecretario actúan como secretarios del Consejo.

*Corresponde al Consejo Superior:*

- *Ejercer, por vía de recurso y en última instancia universitaria, el contralor de legitimidad.*
- *Resolver, en última instancia, las cuestiones contenciosas que fallen el Presidente o los Consejeros Académicos y Directivos.*
- *Dictar Ordenanzas y Reglamentaciones.*
- *Proponer a la Asamblea Universitaria la modificación del Estatuto.*

---

<sup>184</sup> En el período septiembre – diciembre de 2007 continuaron los talleres de discusión de cara a la actualización del plan y la formulación del ‘Plan Estratégico de la UNLP 2007 -2010’, proceso que culmina con el tratamiento en las Comisiones Permanentes y la aprobación del Consejo Superior a mediados del año 2008.

- Disponer, por el voto de dos tercios de sus miembros integrantes, en caso de grave conflicto o acefalia, la intervención de las Facultades, Departamentos de Universidad, Instituto o Escuela Superior, determinando un plazo de duración. Esta Resolución será apelable ante la Asamblea.
- Designar al Vicepresidente de la Universidad, a propuesta del Presidente.
- Designar al Presidente de la Comisión de Investigaciones a propuesta del Presidente.
- Designar al Guardasellos de la Universidad.
- Designar al Director de la Biblioteca Pública a propuesta del Presidente.
- Designar los Secretarios de la Universidad a propuesta del Presidente.
- Dictar y modificar su Reglamento Interno y, en defecto de sus disposiciones, adaptar supletoriamente, el de la H. Cámara de Diputados de la Nación, con adecuación circunstancial a la índole del Cuerpo.
- Convocar a Asambleas deliberativas especiales de los integrantes de la comunidad universitaria.
- Crear y organizar establecimientos de enseñanza, investigación, Institutos o Escuelas Superiores y decidir la creación, supresión, división o fusión de Facultades por los dos tercios de los miembros del Cuerpo.
- Establecer las condiciones generales básicas reglamentarias para la designación de profesores.
- Confirmar los profesores designados por los Consejos Académicos, Departamentos de Universidad, Institutos o Escuela Superior, con facultad para anular y devolver esas designaciones en los casos que de oficio o por denuncia de partes verifique la existencia de vicios formales en el proceso seguido para la designación.
- Separar, por el voto de los tercios de sus integrantes a los profesores titulares, asociados y adjuntos de Facultades, Departamentos, Institutos y Escuelas Superiores, a propuesta de los respectivos Consejos Académicos o Directivos.
- Acordar el título de Doctor "Honoris Causa" por iniciativa propia o de las Facultades, a personas que sobresalieren por su acción ejemplar, trabajos o estudios y designar profesores o miembros honorarios a propuesta de las Facultades.
- Aprobar la creación de nuevas carreras, homologar los planes de estudio de los establecimientos de enseñanza superior y dependencias y fijar el alcance de los títulos profesionales y académicos de la Universidad.
- Crear, por sí o a propuesta de las Unidades Académicas, Centros, Institutos y Laboratorios de Investigación y Centros de estudios especiales.
- Promover intercambios con Universidades y otras instituciones del país y del extranjero.
- Reglamentar la administración de los fondos para investigación a realizar en la Universidad.
- Orientar la gestión académica y establecer normas generales de reválidas de títulos universitarios.
- Autorizar y reglamentar la adquisición y enajenación de bienes.
- Disponer y reglamentar la aplicación de los fondos universitarios.
- Sancionar, modificar y reajustar el presupuesto anual de la Universidad.
- Reglamentar la fijación de aranceles de servicios o estudios de posgrado. La enseñanza de pregrado será gratuita.
- Establecer un sistema de becas universitarias.
- Reglamentar los juicios académicos.
- Aprobar la organización de las Secretarías a su propuesta o del Presidente.
- Reglamentar el régimen de licencia del personal docente y de los empleados de la Universidad.
- Delegar sus atribuciones reglamentarias en las comisiones internas del Consejo Superior. Son indelegables el dictado de Ordenanzas generales y las atribuciones previstas en los ítems 4, 5, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 24 y 25 de este artículo.
- La delegación de las atribuciones será hecha caso por caso, no estando permitidas las delegaciones generales. Una tercera parte de los consejeros superiores podrá solicitar que el Cuerpo se arrogue el conocimiento de lo decidido por las comisiones internas.
- Decidir sobre el alcance de este Estatuto cuando surgieren dudas sobre su aplicación y ejercer todas las demás atribuciones que no estuvieren explícita o implícitamente reservadas a la Asamblea, al

*Presidente o a las Facultades.*

*- Reglamentar las dedicaciones y compatibilidades laborales de su personal docente y de investigación (Estatuto UNLP, 1996: Art. 52).*

El Consejo Superior debiera reunirse en forma plenaria una vez por mes, aunque en la práctica, este período depende de una existencia mínima de temas a tratar. Estos temas son distribuidos por la Junta Ejecutiva y previamente dictaminados por las Comisiones Permanentes, que en el período de análisis fueron seis: ‘Enseñanza’, ‘Ciencia y Técnica’, ‘Presupuesto y Hacienda’, ‘Interpretación y Reglamento’, ‘Extensión’ y ‘Planeamiento’. Estas Comisiones están integradas por doce miembros (tres decanos, tres profesores, tres graduados y tres alumnos) en el caso de las cuatro primeras y ocho miembros (dos decanos, dos profesores, dos graduados y dos alumnos) en el caso de las dos últimas, y el Secretario o Prosecretario del área de referencia oficia de secretario de la comisión.

Las Comisiones Permanentes del Consejo Superior se reúnen en forma semanal o quincenal, con intervalos que varían según el flujo de temas a tratar; y cuando los dictámenes son únicos y coincidentes en todas las comisiones, con referencia a un mismo tema, son enviados a los Consejeros Superiores para su refrenda. Si no existen pedidos de tratamiento plenario, estos temas son aprobados directamente.

Este mecanismo es utilizado para temas con opinión unánime de los consejeros, dejando reservado para el tratamiento en plenario aquellos temas que tienen dictámenes diferentes de mayoría y minoría, ordenanzas y otros que por sus características requieran del debate general.

*Para dar una referencia del ritmo de trabajo en el Consejo Superior puede decirse que en el período junio 2004 / mayo 2007, la actividad fue la siguiente:*

*Se confirmaron 696 concursos de Profesores Ordinarios.*

*Se tomó conocimiento de 61 Informes de Mayores Dedicaciones de las distintas Unidades Académicas.*

*Se aprobaron 13 cátedras libres, 36 proyectos diversos, 9 declaraciones, 6 ordenanzas y la modificación de 2 anexos de Ciencia y Técnica, el Digesto de Ordenanzas vigentes y 143 resoluciones entre las que se encuentran 3 articulaciones, 2 laboratorios, 29 reformas o nuevos planes de estudio en las carreras de grado, 32 carreras de Posgrado, 43 profesores extraordinarios y 9 Títulos de Doctor Honoris Causa.*

*Se aprobó el Programa de Autoevaluación Institucional de la U.N.L.P.*

*Se aprobaron los presupuestos de los tres años en cuestión y un documento de Necesidades Presupuestarias.*

*Asimismo, cabe destacar la creación de las Facultades de Trabajo Social y Psicología (SG UNLP, 2007: 29)*

La Asamblea Universitaria por su parte es el órgano supremo de la Universidad. Tiene 204 miembros y está integrada por los doce consejeros académicos de cada una las

diecisiete facultades -6 profesores, 4 alumnos y dos graduados-. Está presidida por el Presidente o el Vicepresidente, y el Secretario General actúa como secretario de la Asamblea. “Se reúne convocada por el Presidente, por la mayoría absoluta de los miembros del Consejo Superior o a requerimiento de un cuarto, por lo menos, de los miembros de la Asamblea Universitaria” (Estatuto UNLP, 1996: Art. 45)

*Son atribuciones de la Asamblea:*

- *Modificar el Estatuto Universitario, en reunión convocada especialmente, cuya citación indicará expresamente, los puntos a tratar.*
- *Toda modificación requerirá, para su validez, el voto de la mayoría de los presentes, la que no podrá ser inferior a la mitad del total de sus miembros.*
- *Suspender o separar al Presidente o a cualquiera de sus miembros, por causas enumeradas en el artículo 62º, con el voto de por lo menos los dos tercios de los miembros que integran la Asamblea.*
- *Elegir al Presidente de la Universidad.*
- *Considerar, con carácter extraordinario los asuntos que le sean sometidos y que interesen al funcionamiento de la Universidad o al cumplimiento de sus fines.*
- *Dictar su propio Reglamento.*
- *Ejercer todo acto de jurisdicción superior no previsto en estos Estatutos (Estatuto UNLP, 1996: Art. 50).*

Durante el período de análisis, la Asamblea Universitaria se reunió una vez, el 17 de mayo del año 2007, sesión en la que reeligió al Presidente de la UNLP para el período siguiente por el voto positivo del 70% de sus miembros y dispuso la modificación de su Estatuto y el mecanismo de discusión de esa reforma, que culminará con una nueva Asamblea durante el año 2008.

#### **IV.1.4.3. La comunicación participativa para la verificación**

El tercer conjunto de dispositivos de comunicación participativa utilizado por la Presidencia de la UNLP está conformado por los mecanismos de consulta e intercambio en uno y otro sentido, implementados no solo para responder a requisitorias operativas, sino para verificar cómo percibe la comunidad universitaria y en general, distintos aspectos de la evolución de la UNLP en particular y del sistema universitario en general. Y por la construcción y publicación anual de un conjunto de 98 indicadores universitarios objetivos, que cruzan datos académicos, de investigación y transferencia, de extensión universitaria, económicos, de personal de infraestructura y de servicios, y que permiten ver la evolución de estas variables en los últimos diez años (AE 2006 UNLP, 2007).

En el período de análisis se utilizó como artefacto central al Portal Universitario. Durante sus dos primeros años de funcionamiento –mayo 2005 /abril 2007) se respondieron más de



7.200 correos electrónicos a la dirección [portal@presi.unlp.edu.ar](mailto:portal@presi.unlp.edu.ar), que por día recibe entre 15 y 20 mails, a los que se suman las encuestas como espacios de intercambio que aparecen en el sitio.

En el mismo período, se pusieron en la Página Principal del Portal, 14 encuestas, con una participación de más de 43.000 usuarios.

Las encuestas durante el período fueron: “El gobierno anunció que durante los próximos 5 años elevará el gasto en educación del 4% al 6% del PBI. ¿Cómo evalúa ese aumento?” Con 3.200 votantes. “Ante un eventual aumento del presupuesto para el Sistema Universitario, debería darse prioridad a: Salarios, investigación, extensión, obras de infraestructura? Con 3.092 votantes. ¿Debe la Universidad capacitar a sus ingresantes reprobados hasta que alcancen el nivel para comenzar una carrera? Con 1.503 votantes. ¿Qué nivel de preparación ofrece la educación media para ingresar a la universidad: Muy bueno, bueno, regular, malo? Con 1.523 votantes. ¿Aprovechás el tiempo libre de las vacaciones para estudiar? Con 3.605 votantes. ¿Es Internet una herramienta útil para estudiar y preparar materias? Con 1.636 votantes. ¿Al momento de elegir una carrera universitaria ¿Qué priorizás, la vocación o el futuro económico? Con 3.122 votantes. ¿Faltarías a una clase en la Facultad para ver un partido de la Selección Argentina en el mundial? Con 4.710 votantes. ¿Considera la toma de Universidades una alternativa válida para plantear reclamos? Con 7.576 votantes. Comenzaron las elecciones estudiantiles ¿Crees que es importante tu participación como votante? Con 1188 votantes. Comenzó la inscripción en la universidad ¿Qué priorizás al momento de elegir una carrera, la vocación o el futuro económico? Con 2.765 votantes. ¿Cuál es tu opinión sobre el servicio que ofrece el comedor universitario? Con 1.412 votantes. ¿Considera importante la enseñanza de los Derechos Humanos en la UNLP? Con 3.475 votantes. ¿Considera que impedir la realización de la Asamblea Universitaria para la elección del Presidente de la UNLP es una alternativa válida para plantear reclamos? Con 4.811 votantes (DPU UNLP, 2007).

## La Comunicación institucional en la Presidencia de la UNLP

Comunicación Institucional	Variables	Componentes	Dispositivos
Comunicación Organizacional	Interna	Formal de gestión	Expedientes
			Notas
			Memos
			Web
		Formal de registro y control	Boletín
			Sistemas
	Informal	Teléfono	
		e-mail y chat	
		Personal individual y grupal	
		Newsletters y web	
	Externa	De gestión	Expedientes
			Teléfono
E-mail y chat			
Personal			
De información		Web	
		Medios	
Comunicación Corporativa			
Comunicación Informativa	Para la enseñanza	TICs complementarias del aula	Pregrado, grado y posgrado
		Educación a distancia	Articulación, grado, posgrado y formación comunitaria
		Búsqueda de información	Pregrado, grado, posgrado e investigación
		Promoción	Posgrado
	Para la investigación	Certificación y difusión de nuevos conocimientos y evaluación de impacto	Publicaciones de facultades
			SeDiCI
			Página web de la SCyT UNLP
	Para la extensión	Estructura	Unidad de Prensa
			Dirección de Contenidos
			Dirección del Portal Universitario
			Dirección de Comunicación Visual
			Dirección de la Radio
			Dirección de la Editorial
		Dispositivos	El boletín informativo – newsletter-
			Periódico ‘La Palabra Universitaria’
			El portal universitario
LR11 Radio Universidad AM /FM			
Vinculación con los medios	Las ediciones de EDULP		
	Expo Universidad		
Comunicación Participativa	Para la planificación	Asamblea	
	Para la gestión	Consejo Superior	
		Consejo Académico	
Para la verificación	Talleres y encuentros		
		Encuestas y otras consultas e indicadores	

## **IV.2. La comunicación en las facultades de la UNLP**

La comunicación institucional en las facultades de la UNLP, en el período junio 2004 – mayo 2007, es abordada desde sus cuatro componentes generales propuestos para esta investigación: La comunicación organizacional, la comunicación corporativa, la comunicación informativa y la comunicación participativa.

En la comunicación organizacional, la investigación considera: Por un lado, los códigos amplios y restringidos y los canales de comunicación ascendentes, descendentes y transversales; formales e informales, incluidos tanto en los dispositivos utilizados por cada facultad y propios de su cultura organizacional y de la evolución en su comunicación interna; como en su comunicación externa operativa, también propia de la administración y gestión de cada facultad; incluyendo sus vínculos con la Presidencia. Y por otro, la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) de las que disponen las unidades académicas y en particular, cada facultad.

En la comunicación corporativa, la investigación registra los recursos culturales significantes de cada facultad, como los programas y signos visuales de identidad, los comunicadores visuales y los soportes gráficos, audiovisuales y otras ediciones que instalan esos textos y comunicadores, incluyendo la señalética; a fin de posicionar una imagen institucional, alcanzar una mayor atención de los públicos e interlocutores externos y lograr una revalorización institucional de los mismos integrantes de la comunidad universitaria de cada facultad, a partir de reconocerse en su identidad corporativa.

En la comunicación informativa, la investigación considera la producción y emisión de mensajes en forma segmentada, analizando: Los dispositivos comunicacionales orientados a la enseñanza o transmisión de conocimientos y las tecnologías de la información y la comunicación disponibles. Los dispositivos comunicacionales orientados a la investigación, como aquellos desarrollados para la certificación de conocimientos producidos y para la difusión de los mismos. Y los dispositivos comunicacionales propios orientados a la difusión de las actividades y avances del sistema universitario, hacia la comunidad propia y a la sociedad en general, tales como la página web, el boletín electrónico, las publicaciones y otras ediciones y las formas de vinculación con los medios.

En la comunicación participativa, la investigación registra los dispositivos de la participación para la gestión, propios de organizaciones públicas complejas, autónomas y cogobernadas, como las facultades de la UNLP; y los dispositivos emergentes de la

participación formal e informal no sistematizada, emergente de las preocupaciones y prioridades para el desarrollo del sistema universitario.

#### **IV.2.1. La comunicación organizacional**

Para facilitar el análisis de la comunicación organizacional en las unidades académicas, se dividirá el parágrafo en dos ejes:

En primer lugar haremos una descripción de los dispositivos de información y comunicación organizacional utilizados por las facultades de la UNLP. Y en segundo lugar, haremos una descripción de las TICs con las que cuentan las facultades, tanto del equipamiento informático (PCs y servidores) y del personal, como de las redes (routers, host, IP, Internet, mail, antivirus): indicadores útiles para identificar el grado de adecuación de las mismas a las nuevas tecnologías.

##### **IV.2.1.1. Dispositivos de información y comunicación organizacional en las facultades**

En este parágrafo se analizan los dispositivos de comunicación organizacional en las facultades, que al igual que en la Presidencia (ver parágrafo IV.1.1.), se ordenaron para su relevamiento en función de cuatro componentes generales:

La comunicación interna formal de gestión, en la que consideramos los expedientes (principal herramienta de comunicación administrativa formal de la UNLP); las notas (algunas dan inicio a los expedientes y otras son sólo para comunicar información); los memos (que se emplean para las comunicaciones entre oficinas) y las páginas web (en éste parágrafo solo se las analiza según su importancia administrativa).

La comunicación interna formal de registro y control, en la que consideramos los boletines (publicaciones en formato gráfico o digital que informa sobre resoluciones y ordenanzas aprobadas por las autoridades y el Consejo Académico de las facultades) y los sistemas (se buscó registrar el nivel de implementación en las facultades del Sistema de Información Universitaria –SIU-, que es un sistema de gestión integral de carácter nacional).

## Niveles de avance en la implementación de módulos del sistema SIU en las facultades

módulo SIU <sup>185</sup>	Sí	No	en implementación
Guaraní	38%	24%	38%
Comechingones	44%	50%	6%
Pampa	13%	74%	13%

La comunicación interna informal, en la que consideramos el teléfono, el e-mail (en algunas unidades académicas se ha consolidado como principal vehículo de transmisión de información), el contacto presencial –individual o grupal- y las carteleras.

Y la comunicación externa de gestión y de información (que se analizará en profundidad en el párrafo IV.2.3.3.).

Tomando como fuente los informes realizados en el año 2007 por la Unidad de Planificación y Control de Gestión de la UNLP y el CeSPI, se describe la utilización en la actualidad, de los dispositivos mencionados en cada facultad de la UNLP.

### Facultad de Arquitectura y Urbanismo

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes aún se realiza utilizando el sistema Lexp; el seguimiento de las notas se hace mediante libro de remitos; los memos son poco utilizados y el Portal Web de la facultad no se usa con fines administrativos aunque incluye copiosa información para docentes y alumnos (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial, aunque posee un boletín informativo por mail; y se está implementando el sistema informático SIU Guaraní<sup>186</sup>, módulo descentralizado de gestión académica orientado a alumnos, que posibilita la gestión de aulas, exámenes, mensajería, encuestas y estadísticas, y que es el que tiene un impacto más directo en la tarea docente.

En la FAU, el SIU Guaraní se encuentra en proceso de actualización de datos y funcionan como sistemas complementarios para aspirantes el ASPI (implantado desde

---

<sup>185</sup> El SIU Guaraní, orientado a la gestión de alumnos, está en funcionamiento en 6 facultades y otras 6 se encuentran realizando pruebas para implementarlo. Su grado de aprovechamiento es dispar, y en general se ha priorizado la anotación en las mesas de examen, por lo que se supone aún una situación de subutilización del mismo.

El SIU Comechingones, orientado a la administración financiera contable, fue originalmente priorizado por las facultades, pero si se observan los casos en proceso de implementación de Guaraní (38%), se podría estimar un cambio potencial en la tendencia.

El Pampa, por su parte, es el módulo de gestión de personal (Díaz, Molinari y Raimundo, 2007).

<sup>186</sup> El SIU Guaraní fue habilitado definitivamente para su uso en la FAU el 1º de abril del año 2008.

1990 hasta 2006), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 11 usuarios y 17.234 inscripciones desde 1990 a la fecha; y el SIPU, con los módulos de gestión y de aspirantes implementados desde el ingreso 2007 bajo modalidad web con 4 usuarios y 2.082 inscripciones. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1968 a la fecha), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 11 usuarios y 26.719 historias académicas desde 1968 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo, el e-mail, que se usa mucho, aunque no posee usuario de mail masivo, el contacto presencial individual y grupal y las carteleras, con una capacidad relativa debido a que la falta de un lugar jerarquizado y el exceso de carteles de todo tipo en los mismos ambientes, dificultan su identificación.

### **Facultad de Bellas Artes**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes aún se realiza utilizando el sistema Lexp; el seguimiento de las notas se hace mediante libro de remitos; los memos son utilizados y el Portal Web de la facultad que se observa desactualizado, incluye actas del Consejo Académico hasta el año 2006 (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial; y se está implementando el sistema informático SIU Guaraní, módulo descentralizado de gestión académica, que es el que tiene un impacto más directo en la tarea docente.

En la FBA, el SIU Guaraní se encuentra en proceso de actualización de datos y funcionan como sistemas complementarios para aspirantes el ASPI (implantado desde 1990 hasta el año 2007), con 7 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 10 usuarios y 31.567 inscripciones desde 1990 a la fecha; y el SIPU, con los módulos de gestión y de aspirantes implementados desde el ingreso 2008, sólo para la carrera 'Diseño en Comunicación Visual' bajo modalidad web con 3 usuarios y 538 inscripciones. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1976 a la fecha), con 7 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 10 usuarios y 39.876 historias académicas desde 1976 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo; el e-mail, que se usa mucho, siendo el principal medio de comunicación de los departamentos con usuario de mail masivo para los docentes; el contacto presencial individual y grupal y las carteleras, utilizadas para informar disposiciones del decanato, además de información de las cátedras.

En una entrevista realizada, el Decano Daniel Belinche afirmó:

*Brindamos un informe completo una vez al año, en mayo, para dar cuenta de la gestión de todas las áreas en un acto público, en el salón de actos. Desde 'Publicaciones' (sic) arman el Power Point con la información: Presupuesto, cargos, decisiones, cambio de planes, todo detalladamente. Esta es una facultad grande, con muy pocos recursos y lo peor es el sistema informático, nos falta tecnología y programas informáticos para datos... (Belinche, entrevista personal, 24/10/2006)*

### **Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, no cuenta con ningún sistema informático de seguimiento de expedientes, aunque se sumará, en el año 2008 al sistema implementado en la Presidencia; el seguimiento de las notas se hace en forma manual; los memos son utilizados y el Portal Web de la facultad es completo e incluye las actas del Consejo Académico y copiosa información para docentes y alumnos (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial; funciona el sistema informático SIU Comechingones, módulo de gestión administrativa, y se está incorporando el SIU Guaraní, módulo descentralizado de gestión académica, que es el que tiene un impacto más directo en la tarea docente.

En la FCayF, el SIU Guaraní se encuentra en proceso de prueba de migración, con todas las carreras migradas y de actualización de datos, con 3 PCs y 10.274 historias académicas. Funcionan como sistemas complementarios para aspirantes el ASPI (implantado desde 1990 hasta el año 2007), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 6 usuarios y 6.010 inscripciones desde 1990 a la fecha; y el SIPU, con los módulos de gestión y de aspirantes implementados desde el ingreso 2008 bajo modalidad web con 3 usuarios y 301 inscripciones. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1966 a la fecha), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 6 usuarios y 10.261 historias académicas desde 1966 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo, el e-mail se usa mucho y el decanato posee una cuenta ‘todos’ para mantener informados a los usuarios de mail institucional, el contacto presencial individual y grupal (se realizan reuniones informativas con regularidad entre autoridades y jefes departamentales) y las carteleras.

En una entrevista realizada el 8/12/06, la Secretaria de Extensión Cecilia Seibane remarcó la informalidad de la comunicación interna:

*En esta facultad hay mucha relación cara a cara entre los docentes. A partir de la comunicación en el día a día, la gente va aprendiendo mecanismos administrativos con prueba y error, no es que exista un manual de procedimientos. (...). Veo que hay distintos grupos, que se posicionan de diferente manera respecto de la comunicación interna: los que están al pie, te llaman y te recuerdan y otros se duermen y dejan que las cosas fluyan... Hay, claramente, grupos con percepciones distintas alrededor de distintos temas de funcionamiento de la facultad (Seibane, entrevista personal, 08/12/2006).*

### **Facultad de Ciencias Astronómicas y Geofísicas**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes aún se realiza utilizando el sistema Lexp (además mantienen unos expedientes con otra numeración para trámites menores de los alumnos y utilizan actuaciones que tienen una numeración diferente a las de los expedientes); el seguimiento de las notas se hace en forma manual; los memos son poco utilizados y el Portal Web de la facultad no se usa con fines administrativos aunque incluye copiosa información para docentes y alumnos (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial; y funciona el sistema informático SIU Comechingones, módulo de gestión administrativa.

En la FCAYG, el SIU Guaraní se encuentra en proceso de actualización de datos y funcionan como sistemas complementarios para aspirantes, el ASPI (implantado desde 1990 hasta el año 2007), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 5 usuarios y 2.212 inscripciones desde 1990 a la fecha. Y como sistema complementario para alumnos, el SIRA (con información histórica desde 1975 a la fecha), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 5 usuarios y 2.273 historias académicas desde 1975 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo, el e-mail, que se usa mucho, posee usuario de mail masivo denominado ‘all’,



administrado por el decanato y la secretaría de extensión, para no saturar (el e-mail se usa también para comunicarse con el rectorado y las facultades -principalmente entre investigadores-), el contacto presencial individual y grupal, muy utilizado y valorado como efectivo dado la homogeneidad y las pequeñas dimensiones de la facultad y las carteleras.

### **Facultad de Ciencias Económicas**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes aún se realiza utilizando el sistema Lexp, aunque adoptará el sistema implementado por la Presidencia en febrero de 2008; el seguimiento de las notas se hace mediante el mismo sistema Lexp; los memos son utilizados y el Portal Web de la facultad no se usa con fines administrativos aunque incluye copiosa información para docentes y alumnos (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial y funciona el sistema informático SIU Guaraní, módulo descentralizado de gestión académica, que es el que tiene un impacto más directo en la tarea docente.

En la FCE, el SIU Guaraní fue implementado en el año 2003, con todas las carreras migradas, cuenta con 5 PCs y 47.436 historias académicas activas desde 1960 a la fecha (tienen acceso 48.627 alumnos, 733 docentes, 2 usuarios del área gerencial y 2 autoridades); y funcionan como sistemas complementarios para aspirantes el ASPI (implantado desde 1990 hasta el año 2005), con 8 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 14 usuarios y 44.241 inscripciones desde 1990 a la fecha; y el SIPU, con los módulos de gestión y de aspirantes implementados desde el ingreso 2005 bajo modalidad web con 5 usuarios y 8.552 inscripciones. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1960 hasta 2006), con 8 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 14 usuarios y 53.279 historias académicas desde 1968 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo; el e-mail, que se usa mucho en la comunicación a los departamentos y de ellos a los docentes (aunque no posee usuario de mail masivo, está aumentando la cantidad de usuarios de mail institucional para implementar uno); el contacto presencial individual y grupal, muy utilizado a pesar de ser una facultad grande; y las carteleras.

## **Facultad de Ciencias Exactas**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes aún se realiza utilizando un sistema desarrollado por la Facultad de Informática, tan obsoleto como el sistema Lexp; el seguimiento de las notas se hace en forma manual; los memos son muy utilizados y el Portal Web de la facultad es completo, incluye actas del Consejo Académico y noticias. También posee una lista de suscriptores por mail a quienes les envían información (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial, aunque posee un boletín informativo por mail; funciona el sistema informático SIU Comechingones, módulo de gestión administrativa, y se está implementando el SIU Guaraní, módulo descentralizado de gestión académica, que es el que tiene un impacto más directo en la tarea docente.

En la FCE, el SIU Guaraní se encuentra en proceso de actualización de datos, con el módulo de gestión en prueba y con 6 PCs en los puestos de trabajo; y funcionan como sistemas complementarios para aspirantes el ASPI (implantado desde 1990 hasta 2007), con 4 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 6 usuarios y 23.421 inscripciones desde 1990 a la fecha; y el SIPU, con los módulos de gestión y de aspirantes implementados desde el ingreso 2005 bajo modalidad web con 5 usuarios y 8.552 inscripciones. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1963 hasta 2007), con 4 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 6 usuarios y 24.741 historias académicas desde 1968 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo; el e-mail, que se usa mucho en la comunicación interna, vía las listas de usuarios de los departamentos (posee 4 usuarios de mail distintos por departamento); el contacto presencial individual y grupal, que es muy utilizado; y las carteleras cuya efectividad es relativa debido a que en general los docentes no las leen.

Entrevistado el Director de Extensión Carlos Llerena Suster, afirmó: “Muchas cosas van circulando de boca en boca. La mayoría de los docentes trabajan como investigadores en institutos que dependen de esta facultad. Por ese motivo, nos vemos todo el tiempo” (Llerena Suster, entrevista personal, 07/12/2006).

## **Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes aún se realiza con el sistema Lexp; el seguimiento de las notas se hace en forma manual; los memos son poco utilizados y el Portal Web de la facultad es completo, incluye actas del Consejo Académico, ordenanzas, noticias e información sobre salarios y presupuesto. (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial; y funciona el sistema informático SIU Guaraní, módulo descentralizado de gestión académica, que es el que tiene un impacto más directo en la tarea docente.

En la FCJyS, el SIU Guaraní fue implementado en el año 2006, con todas las carreras migradas, cuenta con 7 PCs y 57.472 historias académicas activas desde 1953 a la fecha (tienen acceso 64.597 alumnos, 484 docentes y 2 autoridades); y funcionan como sistemas complementarios para aspirantes el ASPI (implantado desde 1990 hasta 2007), con 8 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 22 usuarios y 66.934 inscripciones desde 1990 a la fecha; y el SIPU, con los módulos de gestión y de aspirantes implementados desde el ingreso 2005 bajo modalidad web con 6 usuarios y 10.802 inscripciones. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1953 hasta el año 2007), con 8 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 22 usuarios y 83.349 historias académicas desde 1953 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo; el e-mail, que se usa mucho en la comunicación interna y posee usuario de mail masivo sólo para docentes; el contacto presencial individual y grupal; y las carteleras.

## **Facultad de Ciencias Médicas**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes aún se realiza con el sistema Lexp; el seguimiento de las notas se hace en forma manual; los memos son muy utilizados y el Portal Web de la facultad es completo, incluye actas del Consejo Académico, ordenanzas y noticias. (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial; y se está implementando el sistema informático SIU Guaraní, módulo

descentralizado de gestión académica, que es el que tiene un impacto más directo en la tarea docente.

En la FCM, el SIU Guaraní se encuentra en proceso de actualización de datos, con el módulo de gestión en prueba y con 2 PCs en los puestos de trabajo; y funcionan como sistemas complementarios para aspirantes el ASPI (implantado desde 1990 hasta el año 2006), con 8 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 12 usuarios y 35.502 inscripciones desde 1990 a la fecha; y el SIPU, con los módulos de gestión y de aspirantes implementados desde el ingreso 2007 bajo modalidad web con 13 usuarios y 2.557 inscripciones. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1966 hasta el año 2007), con 8 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 12 usuarios y 36.594 historias académicas desde 1966 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

Por su parte, en la Escuela de Recursos Humanos y Técnicos del Equipo de Salud, dependiente de la Facultad, funcionan como sistemas complementarios para aspirantes el ASPI (implantado desde 1990 hasta el año 2007), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 5 usuarios y 7.835 inscripciones desde 1990 a la fecha. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1980 hasta el año 2007), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 9 usuarios y 6.837 historias académicas desde 1980 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo; el e-mail, que se usa mucho en la comunicación interna, y posee usuario de mail masivo; el contacto presencial individual y grupal; y las carteleras.

La comunicación interna es considerada como un objetivo importante, traducido en informar semanalmente a la comunidad de la facultad las novedades, y se operativiza desde la Secretaría de Extensión. La Jefa de Diseño y Edición Andrea Suárez Delle Donne comentó que la comunicación institucional interna informal se efectiviza a través del boletín anual de la facultad; el house organ semanal; los afiches; la folletería (trípticos, etc.) y las carteleras (Suárez Delle Donne, entrevista personal, 01/12/2006).

## Facultad de Ciencias Naturales y Museo

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes aún se realiza utilizando un sistema desarrollado por la Facultad de Informática, tan obsoleto como el sistema Lexp; el seguimiento de las notas se hace en forma manual; los memos son poco utilizados y el Portal Web de la facultad sólo cuenta con algunas noticias referidas a la administración (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial, aunque posee un boletín informativo por mail, el ‘Calendario Electrónico’, que se envía de forma regular y es un medio valorado de comunicación interna; y no cuenta con sistemas informáticos SIU.

En la FCNyM, funcionan como sistemas para aspirantes el ASPI (implantado desde 1990 hasta 2007), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 3 usuarios y 11.625 inscripciones desde 1990 a la fecha. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1968 hasta el año 2007), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 3 usuarios y 13.143 historias académicas desde 1968 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo, que se usa mucho; el e-mail, que es muy utilizado, aunque no posee usuario de mail masivo; el contacto presencial individual y grupal; y las carteleras.

En una entrevista realizada a la Secretaria de Extensión, María Fernanda López Armengol, ésta analizó que “esta facultad tiene características especiales, los docentes son investigadores que trabajan en la institución, no es que tienen un estudio como por ejemplo los contadores; trabajan acá. Los laboratorios están acá, trabajan para la CIC, el CONICET...” (López Armengol, entrevista personal, 14/11/2006).

Por otra parte, en una entrevista realizada a la responsable de comunicación institucional del Museo, Analía Martino, ésta detalló:

*Hay un mailing interno dentro del Museo, pero como no llega a todos -por ejemplo hay gente de mantenimiento que no maneja e-mail- se ubican carteles en lugares estratégicos para el público interno, como por ejemplo, en el bar. Sin embargo, como en toda institución (sic) es más difícil la comunicación interna que la externa, y en nuestro caso, la comunicación interna no es la mejor. No hay diagnóstico hecho que permita armar un plan amplio, trabajarlo, testearlo; aunque hoy por hoy no me animo a armar una estrategia y tampoco sé si podría funcionar. Tendría que implementarse una política permanente de comunicación dentro del Museo y para eso tendría que tener más tiempo diario. (Martino, entrevista personal, 23/10/2006).*

## **Facultad de Ciencias Veterinarias**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes aún se realiza con el sistema Lexp, aunque cuenta con los expedientes DEF que utilizan una numeración diferente a la de los demás expedientes; el seguimiento de las notas se hace en forma manual; los memos son poco utilizados y el Portal Web de la facultad incluye ordenanzas y reglamentaciones de la UNLP y noticias. (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial; y funcionan los sistemas informáticos SIU Comechingones, módulo de gestión administrativa, y SIU Guaraní, módulo descentralizado de gestión académica, que es el que tiene un impacto más directo en la tarea docente.

En la FCV, el SIU Guaraní fue implementado en el año 2006, con todas las carreras migradas, cuenta con 2 PCs y 7.626 historias académicas activas desde 1953 a la fecha (tienen acceso 10.316 alumnos, 73 docentes, 2 usuarios del área gerencial y 2 autoridades); y funcionan como sistemas complementarios para aspirantes el ASPI (implantado desde 1990 hasta el año 2005), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 6 usuarios y 8.717 inscripciones desde 1990 a la fecha; y el SIPU, con los módulos de gestión y de aspirantes implementados desde el ingreso 2006 bajo modalidad web con 3 usuarios y 1.750 inscripciones. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1970 hasta 2007), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 6 usuarios y 10.444 historias académicas desde 1953 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo; el e-mail, que se usa mucho en la comunicación interna (posee usuario de mail masivo denominado 'all', administrado por la secretaria del Decano); el contacto presencial individual y grupal; y las carteleras.

El envío de información administrativa vía mail centralizado desde el decanato produjo quejas por exceso de flujo de información y por eso, el área de Prensa y Difusión realizó una encuesta y proyectó una reorganización de la comunicación interna para legitimar el uso de los distintos dispositivos y adecuarlo según la demanda y las necesidades de la comunidad académica.

La Prosecretaria de Prensa y Difusión, Eleonora Rollerí contó que:

*Venía dedicándome a los medios y luego de un año y medio, de pronto se empezó a trabajar fuerte con la comunicación interna. Propuse evaluar participativamente el uso de los dispositivos de comunicación ya que la facultad está fragmentada en varios edificios, algunos lejos de otros, así que hicimos una prueba piloto en el hospital para luego generalizar. La encuesta en el hospital llevó 200 páginas y determinó cómo se estaba dando la comunicación interna en el mismo. Se observó que los docentes y no docentes no se sienten parte de la organización que los engloba, y no sienten que forman parte de un todo. Cuando te dicen “yo soy de tal servicio” pero están dentro del hospital y no se dan cuenta de lo que eso significa, es un resabio de los conceptos viejos de lo jerárquico. Entonces vamos a trabajar la noción de pertenencia con una comunicación más abarcativa, que según el caso aplicaríamos por áreas o para toda la institución. Además, la comunicación en la facultad está atravesada por cuestiones hasta de competencia personal; es vertical descendente, y en el caso de las cátedras, bajan de titular a adjunto, etc. y a veces al de abajo no le llega. Aunque el proyecto está en la etapa pre diagnóstica, propuse líneas de acción en dos grandes ejes: ética profesional y comunicación ligada a lo profesional. Trabajaré la comunicación en función de los lineamientos políticos dados e intentaremos optimizar al máximo lo académico (no investigación o extensión) a partir de elaborar los mensajes, forma y contenido más pulidos, con diseño (Rolleri, entrevista personal, 11/10/2006).*

## **Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes aún se realiza con un sistema propio, desarrollado en 1989, más obsoleto que el Lexp; el seguimiento de las notas se hace en forma manual; los memos son utilizados y el Portal Web de la facultad es completo, incluye actas del Consejo Académico (hasta el 2006), noticias y permite realizar trámites on line. (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial; funcionan como sistemas informáticos, el SIU Comechingones -módulo de gestión administrativa- y los sistemas que precedieron al SIU Guaraní; y se está el SIU Guaraní (en sus primeros pasos), módulo descentralizado de gestión académica.

En la FHyCE, funcionan como sistemas para aspirantes el ASPI (implantado desde 1990 hasta el año 2007), con 10 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 22 usuarios y 74.496 inscripciones desde 1990 a la fecha. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1978 hasta 2007), con 10 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 22 usuarios y 47.978 historias académicas desde 1978 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo (es el principal medio de comunicación con la presidencia y las demás facultades); el e-mail, que se usa mucho en la comunicación interna (posee usuario de mail masivo y el decanato,

la secretaría de extensión y los departamentos tienen cada uno su propia lista de distribución); el contacto presencial individual y grupal; y las carteleras.

El Secretario de Extensión Luis Adriani señaló:

*Para las cuestiones importantes, nos manejamos fundamentalmente a través de la comunicación cara a cara. Entre el 4º y el 7º Piso del edificio están todas las oficinas y las recorremos, y entregamos invitaciones y folletos. Si no es algo muy importante, lo reparte una persona encargada de hacerlo, o bien todos vienen a la Secretaría de Extensión. Yo voy y vengo y la decana hace lo mismo; y aunque se invierte mucho tiempo, es provechoso. El e-mail es complemento de la comunicación persona a persona; y funciona bastante para cuando los destinatarios se fueron del edificio; pero si están acá, voy a verlos. Mandamos mail a los distintos departamentos para convocatorias a proyectos, jornadas informativas organizadas por otras instituciones... Todos se enteran, acá funciona la comunicación interna (Adriani, entrevista personal, 29/11/2006).*

### **Facultad de Informática**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes aún se realiza con un sistema propio más obsoleto que el sistema Lexp; el seguimiento de las notas se hace en forma manual; los memos son utilizados para citaciones, comisiones o concursos, aunque la Secretaria de Extensión, Claudia Banchoff, afirma que “no los lee nadie porque todos utilizan el correo electrónico” (Banchoff, entrevista personal, 06/12/2006), y el Portal Web de la facultad incluye actas del Consejo Académico, noticias y ordenanzas. (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial, y funcionan los sistemas informáticos SIU Comechingones, módulo de gestión administrativa, y SIU Guaraní, módulo descentralizado de gestión académica, que es el que tiene un impacto más directo en la tarea docente.

En la FI, el SIU Guaraní fue implementado en el año 2003, con todas las carreras migradas, cuenta con 5 PCs y 7.157 historias académicas activas desde 1986 a la fecha (tienen acceso 8.368 alumnos, 133 docentes, 4 usuarios del área gerencial y 4 autoridades); y funcionan como sistemas complementarios para aspirantes el ASPI (implantado desde 1999 hasta 2005), con 5 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 10 usuarios y 6.319 inscripciones desde 1999 a la fecha; y el SIPU, con los módulos de gestión y de aspirantes implementados desde el ingreso 2005 bajo modalidad web con 11 usuarios y 2.850 inscripciones. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1999 hasta 2006), con 5 PCs en los



puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 10 usuarios y 10.909 historias académicas desde 1999 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo –muy utilizado–; el e-mail, que es el medio principal en la comunicación interna y con la Presidencia y las demás facultades (posee usuario de mail masivo); el contacto presencial individual y grupal; y las carteleras.

La Secretaria de Extensión Claudia Banchoff afirmó: “Todos estamos conectados a mensajería instantánea y mail, que es la forma más fácil de comunicarnos, al igual que el teléfono. Funciona mucho la comunicación boca a boca porque tenemos buen contacto entre nosotros, en una facultad chica en la que coincidimos en horarios de trabajo” (Banchoff, entrevista personal, 06/12/2006).

### **Facultad de Ingeniería**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes aún se realiza con el sistema Lexp; el seguimiento de las notas se hace por e-mail; los memos son muy utilizados; y el Portal Web de la facultad es muy completo, y permite bajar varios formularios administrativos que son de consulta frecuente. (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, el boletín se ubica en el Portal Web, y funcionan un sistema de desarrollo propio de gestión de personal, y el SIU Guaraní, módulo descentralizado de gestión académica, que es el que tiene un impacto más directo en la tarea docente.

En la FI, el SIU Guaraní fue implementado en el año 2006, con todas las carreras migradas, cuenta con 7 PCs y 11.033 historias académicas activas desde 1983 a la fecha (tienen acceso 16.467 alumnos, 576 docentes, 2 usuarios del área gerencial y 3 autoridades); y funcionan como sistemas complementarios para aspirantes el ASPI (implantado desde 1990 hasta el año 2005), con 4 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 10 usuarios y 14.773 inscripciones desde 1990 a la fecha; y el SIPU, con los módulos de gestión y de aspirantes implementados desde el ingreso 2006 bajo modalidad web con 3 usuarios y 3.051 inscripciones. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1963 hasta el año 2007), con 4 PCs en

los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 10 usuarios y 30.640 historias académicas desde 1963 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo –muy utilizado- (la red telefónica llega a los ocho edificios de la facultad, aunque no todo el mundo dispone de teléfonos); el e-mail es muy utilizado, cada área departamental maneja su comunicación interna mediante el mismo (posee usuario de mail masivo); el contacto presencial individual y grupal; y las carteleras.

El Decano Pablo Massa afirmó que la comunicación interna es prioritaria: “Casi todo lo que hacemos en el área de comunicación, lo hacemos para aportar a la comunicación interna” (Massa, entrevista personal, 22/02/2007).

El responsable de contenidos, Juan Pablo Farello evaluó que “hay un desarrollo fuerte ligado a la comunicación interna. Se destina personal y presupuesto a la publicación de la revista semestral, como ‘carta de presentación’ de la facultad, y del boletín mensual, que apuntan a la comunicación interna” (Farello, entrevista personal, 19/10/2006).

### **Facultad de Odontología**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes aún se realiza con el sistema Lexp; el seguimiento de las notas también se hace con el Lexp (las utiliza la Secretaría Académica para comunicarse con los docentes); los memos son muy utilizados, y el Portal Web de la facultad no posee información administrativa ni servicios, aunque sí información para alumnos y docentes. (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial (aunque cada profesor recibe notificación de las resoluciones por escrito desde la secretaría académica); y se está implementando el sistema informático SIU Comechingones, módulo de gestión administrativa, y está funcionando el SIU Guaraní, módulo descentralizado de gestión académica, que es el que tiene un impacto más directo en la tarea docente.

En la FO, el SIU Guaraní fue implementado en el año 2006, con todas las carreras migradas, cuenta con 5 PCs y 10.955 historias académicas activas desde 1986 a la fecha (tienen acceso 48.627 alumnos, 1 docente, 1 usuario del área gerencial y 1 autoridad); y funcionan como sistemas complementarios para aspirantes el ASPI (implantado desde

1990 hasta el año 2007), con 6 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 19 usuarios y 17.551 inscripciones desde 1990 a la fecha. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1962 hasta 2006), con 8 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 14 usuarios y 18.597 historias académicas desde 1962 al año 2007 (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo –muy utilizado-; el e-mail, también utilizado aunque tiene pocos usuarios institucionales y no posee usuario de mail masivo; el contacto presencial individual y grupal –muy utilizado-; y las carteleras que son útiles y leídas, porque se preocupan de pegar sólo información relevante -Cada secretaria y cátedra cuenta con cartelera propia-.

El Decano Isaac Meschiany, la Secretaria Académica Stella Maris Iriquin, y el Secretario de Posgrado Ricardo Miguel, enfatizan que los procedimientos de comunicación institucional utilizados son rápidos y eficientes, aunque no exista una sistematización de la comunicación interna. Los medios utilizados son las notificaciones, la página web, los llamados telefónicos, los e-mails, los mensajes transmitidos en forma personal y las carteleras (Meschiany, Iriquin y Miguel, entrevista personal, 06/03/2007).

### **Facultad de Periodismo y Comunicación Social**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes aún se realiza con el sistema Lexp (también utiliza actuaciones de compra con una numeración diferente a las de los expedientes corrientes de la UNLP); el seguimiento de las notas se hace en forma manual (se utilizan para la comunicación con la Presidencia y con las demás facultades); los memos son poco utilizados y el Portal Web de la facultad no posee información administrativa ni servicios, aunque sí información para alumnos y docentes. (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, posee un boletín denominado ‘Instantáneas’, que antes se editaba en formato revista y ahora en formato digital; y no funcionan los sistemas informáticos SIU.

En la FPyCS, funcionan como sistemas para aspirantes el ASPI (implantado desde 1990 hasta el año 2007), con 8 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 7 usuarios y 17.788 inscripciones desde 1990 a la fecha. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1977 hasta el año

2007), con 8 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 7 usuarios y 19.504 historias académicas desde 1977 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo –muy utilizado-; el e-mail, que se usa mucho en la comunicación interna con docentes y graduados y con la presidencia y facultades (no posee usuario de mail masivo y cada secretaría y dirección tienen su propia lista de distribución); el contacto presencial individual y grupal –muy utilizado y valorado- incluyendo las recorridas aula por aula para difundir alguna información; y las carteleras con que cuenta cada Secretaría.

El Vicedecano Marcelo Belinche afirma que no existe una estrategia de comunicación interna sistematizada:

*No tenemos la envergadura edilicia lo suficientemente importante como para tener un sistema de comunicación interna complejo. De hecho, el grueso de la administración de la facultad está reunido en el edificio de calle 44. En calle 4 lo que tenemos es la Secretaría Académica, el Departamento de Enseñanza y la Secretaría de Producción, el resto son aulas. Para el sistema de comunicación interna de la facultad es esencial la página web porque se edita como un diario. Después no hay un sistema de circulación interna de información. Yo creo que con lo que es el proyecto edilicio de la facultad en el bosque, por primera vez vamos a tener que crear un sistema de comunicación interna (Belinche, entrevista personal, 01/03/2007).*

La comunicación con las extensiones con que cuenta la facultad en otras localidades, está a cargo de los coordinadores de las mismas, todos docentes de la facultad.

## **Facultad de Psicología**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes utiliza el mismo sistema que la Facultad de Humanidades, tan obsoleto como el Lexp; el seguimiento de las notas se hace en forma manual, aunque no son utilizadas frecuentemente (existe una ‘esquela’ que se le envía por correo al docente a su domicilio para certificar que recibió el mensaje); los memos son poco utilizados y el Portal Web de la facultad no posee información administrativa ni servicios, aunque sí información para alumnos y docentes. (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial; funcionan como sistemas informáticos, el SIU Comechingones, módulo de gestión administrativa, y los sistemas que precedieron al SIU Guaraní, módulo descentralizado de gestión académica, aún no implementado, pero que se encuentra en análisis de requerimientos.

En la FP, funcionan como sistemas para aspirantes el ASPI (implantado desde 2008, con fecha posterior al período de investigación), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 5 usuarios y 3.264 inscripciones en el 2008. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1984 hasta 2007), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 5 usuarios y 22.610 historias académicas desde 1984 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo –muy utilizado-; el e-mail –muy utilizado- (posee usuario de mail masivo); el contacto presencial individual y grupal, -muy utilizado ya que las oficinas de la gestión son contiguas, lo que facilita la comunicación informal; y las carteleras con que cuenta cada Secretaría.

### **Facultad de Trabajo Social**

En la comunicación organizacional interna formal para la gestión, el seguimiento de expedientes, aún utiliza el sistema Lexp; el seguimiento de las notas se hace en forma manual; los memos son poco utilizados y el Portal Web de la facultad no posee información administrativa ni servicios, aunque sí información para alumnos y docentes (UPyCG UNLP, 2007).

En cuanto a los dispositivos comunicacionales formales de registro y control, no posee Boletín Oficial; y funcionan como sistemas informáticos, el SIU Comechingones, módulo de gestión administrativa, y los sistemas que precedieron al SIU Guaraní, módulo descentralizado de gestión académica, aún no implementado.

En la FTS, funcionan como sistemas para aspirantes el ASPI (implantado desde 1990 hasta el año 2007), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 6 usuarios y 7.869 inscripciones desde 1990 al 2007. Y como sistema complementario para alumnos el SIRA (con información histórica desde 1989 hasta el año 2007), con 3 PCs en los puestos de trabajo, con el módulo de gestión implementado con 6 usuarios y 6.650 historias académicas desde 1989 a la fecha (CeSPI, 2007[2]).

La comunicación organizacional interna informal, se basa en el teléfono interno y externo –muy utilizado-; el e-mail, que es utilizado por las secretarías para difundir sus actividades (no posee usuario de mail masivo, aunque la decana cuenta con una lista para enviar información general); el contacto presencial individual y grupal, principal mecanismo de comunicación interna informal.

El Secretario de Extensión, José Luis Scelsio afirma que:

*La comunicación interpersonal funciona mucho, no hay espacios cerrados en las secretarías, hacemos un recorrido permanente por las oficinas y cuando hacemos una reunión de gabinete, intercambiamos información acerca de lo que está haciendo cada uno; sin embargo, hay momentos en los que se nos abre tanto el abanico que no sabemos bien qué está haciendo uno u otro, y desde ese punto de vista, vendría bien que organizáramos la comunicación interna. No obstante, lo que falla es la comunicación hacia fuera (Scelsio, entrevista personal, 04/12/2006).*

#### **IV.2.1.2. Herramientas TICs en las facultades**

La 'brecha digital' es un concepto que describe el grado de avance de las sociedades hacia la Sociedad del Conocimiento (ver párrafo I.1.1.), e integra indicadores como la tasa de penetración de Internet, la cantidad de líneas telefónicas, de celulares, de abonados a televisión por cable, o de PCs en los hogares. El hecho de que mil doscientos millones de personas usen Internet (ver párrafo IV.1.1.2.), o que por ejemplo, Google sea una de las principales empresas del planeta, siendo que está basada en conceptos que recién se generalizaron en la década pasada, anuncian que el uso de TICs hoy es estratégico.

El Observatorio TICs de la Facultad de Informática, entre agosto de 2006 y enero de 2007, construyó un mapa del estado de situación del uso de TICs en las 16 facultades<sup>187</sup>, a través de un censo y encuestas a autoridades, responsables de la administración, soporte y mantenimiento del hardware, redes y sistemas que forman la infraestructura informática de cada facultad; y encargados de las salas de computación existentes en las unidades académicas (Díaz, Molinari y Raimundo, 2007). A continuación se analizan los principales datos extraídos de esa investigación, que se constituyen en un insumo básico de la comunicación organizacional:

##### **Infraestructura de base**

Si bien las TICs abarcan un número variado de equipamientos, recursos y tecnologías, consideraremos dos aspectos: el parque de PCs y los servidores.

---

<sup>187</sup> La Facultad de Psicología fue creada el 4 de julio del año 2006 y el proceso de consolidación era incipiente al momento de esa investigación, siendo considerada aún, como departamento de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

cantidad de PCs	facultades	Porcentaje
1 a 50	2	13%
51 a 100	1	6%
101 a 200	4	25%
201 a 300	6	38%
301 a 400	1	6%
Más de 400	2	13%
	16	100%

En cuanto a las PCs, se puede afirmar que en las facultades de la UNLP hay al menos 4.100 equipos de PCs, y que casi el 60% de las facultades tiene más de 200 PCs en funcionamiento, con una tasa de incorporación o renovación de equipamiento por compra de PC durante el año 2006, de entre el 10% y el 20%.

Para ahondar las características del equipamiento en PCs, se determinaron indicadores de 'moda', es decir atributos que se encuentran más repetidos. Por ejemplo, en cuanto a capacidad de procesamiento, en el 56% de las facultades predominan equipos con Pentium III o equivalentes, y en un 25% de las mismas, los equipos son Pentium IV o equivalentes. En cuanto a memoria, en el 44% de las facultades son de 128Mb, y en el 36% son de 256Mb, lo que nos da el dato de que sólo en esa proporción de facultades, hay mejores condiciones para la implementación de los sistemas operativos más nuevos. Referido a capacidad de almacenamiento, en más del 60% de las facultades los equipos tienen discos rígidos de 40Gb o más.

Cuando se relevó la existencia del equipamiento más nuevo con que cuenta cada facultad, si se tiene en cuenta el porcentaje que representan en relación al total del equipamiento, estos van de un 2% a un 50% del parque, siendo los valores más repetidos entre un 10% a un 20%. En el 50% de las facultades, estos equipos son Pentium IV de 2.0 a 3.0, y en casi el 20% de las mismas, Pentium IV Dual Core. Sin embargo, en casi el 70% de las facultades, los equipos más nuevos de PC tiene una capacidad de almacenamiento media-baja (40/80 Gb).

servidores	facultades	porcentaje
Ninguno	1	6%
1	2	13%
2	3	19%
Entre 3 y 5	4	25%
Entre 6 y 10	4	25%
Más de 10	2	13%
	16	100%

Casi el 40% de las facultades tienen más de 5 Servidores. El total de los servidores registrados asciende a 85, y de ellos sólo 7 (8%) son servidores propiamente dichos. El resto son PCs puestas a funcionar como tales. En casi el 70% de las facultades, los servidores tienen 120 Gb o más de almacenamiento.

En la siguiente tabla, se puede ver para qué se utiliza el espacio asignado a los usuarios en los servidores:

No hay espacio asignado	2	13%
Sólo mail	2	13%
Mail y Web	11	73%
Repositorio Archivos /Programas /Backups	5	33%
	15	100%

En 3 de cada 4 facultades el espacio asignado a usuarios cubre prestaciones Web, que en general comprenden servicios de páginas de cátedras, institutos, centros o laboratorios, donde docentes e investigadores generan contenidos. El sistema operativo bajo los que corren los servidores, en el 94% del total de los mismos es GNU/Linux, siendo la distribución más utilizada Debian, aunque también aparecen Mandrila, Mandrake, Fedora, Centos, Red Hat y Ubuntu en algunos casos.

#### Infraestructura y servicios de Red

El número total de routers declarados es de 41. La mayoría son PCs que cumplen dicha función, y sólo 8 (20%) son routers propiamente dichos, comprendiendo a 4 facultades. En el 31% de las facultades hay entre 2 y 5 routers, y en el 19% más de 5. En la totalidad de las mismas hay cableado UTP, en un 30% se le suma el tendido (parcial) de fibra óptica, y sólo existe soporte inalámbrico de red en el 19% de las mismas. En las facultades que hay soporte inalámbrico su alcance es parcial. En 2 de esas facultades el servicio se brinda a



través de un router, y en 2 facultades que aún no poseen, lo están empezando a implementar. En todas las facultades, el proveedor principal de la conexión a Internet es el CeSPI (Centro Superior para el Procesamiento de la Información de la UNLP), aunque en el 44% se suma una conexión ADSL. En estos casos, el CeSPI brida la conexión generalizada y el ADSL cubre algunas áreas particulares.

Indagando acerca de la posesión de host propio, nos encontramos que la mayoría de las facultades lo tienen, y que en uno de los casos negativos, el host está alojado en el CeSPI.

host propio	facultades	porcentaje
Sí	14	88%
No	2	13%
	16	100%

Como uno de los indicadores de la forma de administración de la red, tomamos la cantidad de IP en uso:

IPs en uso	facultades	porcentaje
Hasta 25	5	31%
Entre 26 y 50	1	6%
Entre 51 y 100	3	19%
Más de 100	7	44%
	16	100%

En el segmento 'Hasta 25', en 2 de las facultades se aclaró que es en razón de la utilización de DHCP. La utilización de DHCP fue reconocida en el 56% de las facultades, que en general es destinada a la conexión de Internet para las PCs utilizadas por el grueso del personal.

Los servicios de Internet

Al preguntar sobre la cantidad de PCs conectadas a Internet, se obtuvo la siguiente información:

PCs con Internet	facultades	porcentaje
Todas	11	69%
No todas	5	31%
	16	100%

En 4 de las 5 facultades donde no todas las PCs tienen conexión a Internet, la proporción de equipos conectados va de entre el 80% y el 95%. En todas las facultades aseguraron que el total de docentes, investigadores, administrativos y autoridades poseen cuenta de mail con dominio propio. Sólo en el 25% de las mismas se proveen cuentas a alumnos. En relación al cliente de webmail que ofrecen, encontramos diferentes softwares:

cliente webmail	facultades	porcentaje
SquirrelMail	7	44%
Horde	6	38%
Pine	1	6%
no sabe	2	13%
	16	100%

Se puede apreciar que todas las facultades brindan el servicio de correo a través de un cliente webmail, y que todas esas aplicaciones son de Software Libre. Lo mismo sucede con los servidores web, que en el 88% de los casos es Apache. Vinculado a la cantidad de cuentas de mail administradas, se dan las siguientes proporciones que nos brindan una idea del volumen del servicio ofrecido:

cuentas mail	facultades	porcentaje
Hasta 100	5	31%
Entre 100 y 400	8	50%
Más de 400	3	19%
	16	100%

Todas las facultades cuentan con página Web, aunque con distinto grado de desarrollo. Un indicador que nos acerca a esta variedad son las URL's por facultad:

URL's	facultades	porcentaje
Sólo 1	5	31%
Entre 2 y 10	5	31%
Más de 10	4	25%
No sabe	2	13%
	16	100%

Las herramientas de seguridad

Asegurar la información que se maneja y administra, es un tema que se ha vuelto cada vez más crítico en todo tipo de organización, y en particular en la universidad, en vista del valor y volumen que representa. A continuación presentamos la situación de la seguridad en la UNLP, tomando como base la presencia de distintas herramientas.

antivirus en PCs	facultades	porcentaje
AVG	10	63%
Antivir	4	25%
NAV	4	25%
otro	5	31%
ns/nc	1	6%
casos válidos	16	

Hay varios casos en que se utiliza más de un antivirus. Es bastante extendido el uso de antivirus libres de licencia. Los antivirus se actualizan on-line, salvo en 1 caso donde alojan la actualización en un repositorio.

antivirus servidor	facultades	porcentajes
Clamav	6	67%
DiskFree	1	11%
otro	3	33%
casos válidos	9	

Entre los que informan, se puede ver nuevamente la predominancia de herramientas de Software Libre.

Firewall	facultades	porcentajes
sí	10	63%
no	5	31%
ns/nc	1	6%
	16	100%

Los casos que se cuentan como positivos, son de firewall de red, y en la mayoría de los casos es Iptables (Software Libre). Dentro de las respuestas negativas se incluyeron 3 casos en los que hay firewall en alguna PC, pero su uso es poco extendido.

Uno de los problemas que se ha incrementado exponencialmente en los últimos tiempos ha sido el spam, sin embargo podemos ver que hay una importante proporción de facultades que no ha implementado políticas para controlarlo o combatirlo:

uso antispam	facultades	porcentaje
sí	7	44%
no	8	50%
no sabe	1	6%
	16	100%

En los casos positivos, se encontraron distintas configuraciones: 1) Amavis, 2) SpamAssassin, 3) SpamAssassin + Amavis, y 4) SpamAssassin + MIMEDefang. Todas ellas herramientas de Software Libre. En los casos negativos, se incluyen: 1) varios donde fue probado y abandonado, 2) un caso donde se está haciendo un desarrollo propio, y 3) un caso donde se está implementando SpamAssassin.

El personal informático

A continuación, expondremos algunos totales, que abarcan al personal que realiza tareas de soporte, mantenimiento, redes y desarrollo. Estos también deben ser considerados valores mínimos, ya que han quedado sin relevar áreas de las facultades donde no se pudo acceder.

Cantidad de personal dedicado a tareas informáticas	83	
Promedio de personal informático por facultad	5,2	
Cantidad de facultades con personal informático por debajo del anterior promedio	9	56%

Si observamos cómo se distribuye la cantidad de personal por facultad, encontramos estos valores:

cantidad de informáticos	facultades	porcentaje
1	2	13%
2	1	6%
3	4	25%
de 4 a 9	7	44%
10 ó más	2	13%

En casi la mitad de las facultades (44%) hay sólo entre 1 y 3 informáticos dedicados a las diversas tareas relacionadas con TICs. No se debe olvidar que los mismos, salvo en los pocos casos donde existe una división de tareas, realizan tanto actividades ligadas al hardware como al software. Para penetrar un poco más en el aspecto laboral, la siguiente tabla nos habla de la cantidad promedio de PCs atendidas por cada uno:

PCs por informático	facultades	porcentaje
de 10 a 14 PCs	1	6%
de 15 a 24 PCs	2	13%
de 25 a 35 PCs	7	44%
de 35 a 64 PCs	3	19%
de 65 a 75 PCs	2	13%
más de 100 PCs	1	6%

Con ello, observamos que en el 38% de las facultades de la UNLP, hay como mínimo 35 PCs atendidas por 1 informático. Si nos atenemos a las condiciones en las que realizan sus tareas, podemos ver que en la mitad de las facultades ninguno tiene un cargo de planta, y en la otra mitad hay al menos uno, pero en ningún caso es la totalidad. Gran parte de la planta de informáticos se cubre a través de pasantías o becas de experiencia laboral (en más de 1/3 de las facultades alcanzan a más de la mitad de los mismos), lo que influye para una rotación constante.

En lo vinculado a la formación de los que desarrollan tareas informáticas, se pueden notar dos aspectos (sobre 15 facultades que contestaron).

por tipo de formación	cantidad	porcentaje
Informáticos	47	63%
no Informáticos	28	37%

por tipo de formación	cantidad	porcentaje
alumnos	52	73%
graduados	19	27%

Es decir, la mayoría tienen formación en informática, pero hay un porcentaje importante -37%- que no lo son, y además, la abrumadora mayoría son estudiantes, en general de la carrera de Informática (Díaz, Molinari y Raimundo, 2007).

\*\*\*

Haciendo un relevamiento de las TICs útiles para la comunicación organizacional por facultad, se obtiene el siguiente panorama:

La Facultad de Arquitectura y Urbanismo tiene unas 120 PCs, todas conectadas a Internet, 1 servidor, y las cuentas de e-mail son unas 60 /70, siendo los usuarios de e-mail, los docentes y la administración.

La Facultad de Bellas Artes tiene unas 25 PCs, todas conectadas a Internet, 2 servidores, y las cuentas de e-mail son unas 95, siendo los usuarios de e-mail, los estudiantes, los docentes y la administración.

La Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales tiene más de 200 PCs, todas conectadas a Internet, 1 servidor, y las cuentas de e-mail son unas 300, siendo los usuarios de e-mail, los docentes y la administración.

La Facultad de Ciencias Astronómicas y Geofísicas tiene unas 300 PCs, todas conectadas a Internet, 7 servidores, y las cuentas de e-mail son unas 500, siendo los usuarios de e-mail, los alumnos, los investigadores, los docentes y la administración.

La Facultad de Ciencias Económicas tiene unas 220 PCs, todas conectadas a Internet, 15 servidores (5 como routers, uno por piso), y las cuentas de e-mail son unas 200, siendo los usuarios de e-mail, los docentes, los investigadores, las autoridades y la administración.

La Facultad de Ciencias Exactas tiene unas 1.200 PCs (36 dedicadas a la organización), todas conectadas a Internet, 3 servidores, y las cuentas de e-mail son unas 35, siendo los usuarios de e-mail, las autoridades y la administración.

La Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales tiene unas 148 PCs, 140 conectadas a Internet, 11 servidores, y las cuentas de e-mail son unas 400, siendo los usuarios de e-mail, los docentes, las autoridades y la administración.

La Facultad de Ciencias Médicas tiene unas 200 PCs, 197 conectadas a Internet, 2 servidores, y las cuentas de e-mail son 263, siendo los usuarios de e-mail, los docentes, los investigadores, las autoridades y la administración.

La Facultad de Ciencias Naturales y Museo tiene unas 400 PCs, todas conectadas a Internet, 9 servidores, y las cuentas de e-mail son unas 990, siendo los usuarios de e-mail, los alumnos (limitados), los investigadores, los docentes y la administración.

La Facultad de Ciencias Veterinarias tiene unas 117 PCs, todas conectadas a Internet, 3 servidores, y las cuentas de e-mail son unas 365, siendo los usuarios de e-mail, los docentes, los investigadores, las autoridades y la administración.

La Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación<sup>188</sup> tiene 230 PCs, todas conectadas a Internet, 4 servidores, y las cuentas de e-mail son 328, siendo los usuarios de e-mail, los docentes, los alumnos y la administración.

La Facultad de Informática tiene unas 270 PCs, el 90% conectadas a Internet, más de 22 servidores, y las cuentas de e-mail son unas 350 /400, siendo los usuarios de e-mail, los docentes, los investigadores, los alumnos y la administración.

La Facultad de Ingeniería tiene unas 500 PCs, 400 conectadas a Internet, 6 servidores, y las cuentas de e-mail son unas 550, siendo los usuarios de e-mail, los docentes y la administración.

---

<sup>188</sup> Incluye a la Facultad de Psicología, de reciente creación.

La Facultad de Odontología tiene unas 190 PCs, 100 conectadas a Internet, 2 servidores (1 en el CeSPI), y las cuentas de e-mail son unas 80, siendo los usuarios de e-mail, los docentes, los investigadores y la administración.

La Facultad de Periodismo y Comunicación Social tiene unas 85 PCs, todas conectadas a Internet, 4 servidores, y las cuentas de e-mail son unas 350, siendo los usuarios de e-mail, los docentes, los administrativos y la administración.

La Facultad de Trabajo Social tiene unas 25 PCs, todas conectadas a Internet, no hay servidor, y las cuentas de e-mail son unas 30 /40, siendo los usuarios de e-mail, los docentes, las autoridades y la administración (CeSPI, 2007[3]).

#### **IV.2.2. La comunicación corporativa**

Para analizar el estado de avance de la comunicación institucional corporativa en las 17 facultades de la UNLP, tomamos como fuente el relevamiento realizado por la Dirección de Comunicación Visual de la UNLP entre octubre del año 2007 y febrero del año 2008 (DCV UNLP, 2008), y revisaremos la estructura existente para desarrollar la comunicación visual, la identidad institucional y cómo ésta se manifiesta en la papelería, la página web, las publicaciones, los sistemas de promoción y la señalética institucional.

#### **Facultad de Arquitectura y Urbanismo**

En el año 2006, se incorpora una Diseñadora en Comunicación Visual a la Secretaría de Extensión con el objetivo de organizar la comunicación institucional, proceso que llevó a readecuar la manera de trabajar de otras áreas de la facultad (derivar a extensión piezas, consultar, acercar información para la web y demás.) En el plan de acciones se proyecta desarrollar un programa de identidad para la facultad, aunque por ahora, el diseño se concentra en aquellas piezas gráficas demandadas con más urgencia. De todas formas, se intenta mantener sistematicidad gráfica en relación a la página web, en cuestiones tipográficas, uso de imágenes, color, formato, etc.

##### **Identidad institucional**

La Facultad de Arquitectura y Urbanismo cuenta con un signo de identidad propio. El mismo consiste en un isologotipo, conformado por la sigla de la facultad –fau- en tipografía Rotis semi-serif en minúscula, y un diagrama (en plano pleno violeta) que

representa la planta del edificio. Fue diseñado, en el ámbito de un concurso lanzado en el año 2005, por un alumno de Arquitectura y una alumna de la carrera de Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Bellas Artes, que tomaron como referencia a la tipografía utilizada en el programa de Identidad de la Universidad Nacional de La Plata y a los soportes gráficos realizados para su 100º aniversario. En cuanto, a la cromotacidad, el color violeta fue elegido por el tono que se otorga, desde la universidad, a las libretas de estudiantes de la facultad. Luego de un tiempo, el signo sufrió modificaciones, sumando líneas negras, verticales y horizontales, para compensar las proporciones del logotipo en relación al isotipo; y finalmente, quedó constituido como marca institucional definitiva.

#### Papelería institucional

En relación a papelería institucional, el tipo de piezas que se utilizan para el funcionamiento de la facultad consiste en papel carta y sobre, invitaciones (realizadas únicamente para ocasiones especiales), formularios y tarjetas personales. Algunos de sus diseños se conservan desde antaño y consisten en la aplicación del escudo mayor de la universidad con el texto nominativo de la misma conjuntamente con el de la facultad y otros están siendo rediseñados.

#### Página web

El sitio no responde a ningún programa de comunicación y la identidad empleada para su desarrollo estuvo basada en el signo institucional, anteriormente descrito. Es desde de la creación del sitio, que surge la necesidad de tener una identidad propia (Todo el sistema existente actualmente surge de la web, pero es elaborado desde la misma institución).

#### Publicaciones

Las publicaciones de la facultad, no responden a ningún programa de comunicación y la identidad empleada para su desarrollo tiene escasas referencias con la identidad institucional de la facultad.

#### Promoción

Las piezas institucionales existentes para la promoción, por ejemplo de las carreras de grado o postgrado, están en proceso de rediseño. Existen folletos elaborados en gestiones anteriores que aún están en circulación y tienen como destinatarios a alumnos y graduados de la facultad. Para promocionar eventos, como congresos, ciclo de charlas, encuentros, entre otros, se diseñan afiches promovidos desde la Secretaría de Extensión. A partir del año 2007, se empezaron a integrar los cursos a distancia como el curso de ingreso y algunas



materias de grado, como matemáticas; que comprenden archivos word (con membrete y formato trabajado), un díptico y por ahora una animación interactiva realizada en flash.

#### Señalización e información en espacios externos

El edificio no tiene identificación de sus accesos, lo que dificulta su localización si alguien se dirige por primera vez. Las carteleras utilizadas por las cátedras, las áreas administrativas y los propios alumnos para informar se encuentran, en su mayor parte, en las galerías abiertas del patio de la facultad; aunque otras residen en el interior del edificio.

#### Señalización de espacios internos

La señalización interna es uno de los proyectos incluidos en la remodelación de la facultad. En el recibidor de planta baja no existe ningún tipo de señal, como un panel distribuidor con las vistas de plantas del edificio donde se referencie la ubicación de cada área o departamento. Transitoriamente, se han dispuesto señales identificadoras, realizadas en hojas formato A4 sin diseño alguno y además, aún quedan resabios de señales identificadoras colocadas en gestiones anteriores.

En general, la comunicación visual de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo está en proceso de sistematización gráfica. La incorporación de una profesional idónea en el tema, genera una incipiente centralización de las producciones, y la facultad avanza hacia su objetivo de afianzar y reposicionar a la institución a nivel social e interinstitucional, ayudada por un programa de identidad visual.

### **Facultad de Bellas Artes**

La Secretaría de Extensión y Vinculación con el Medio Productivo de la Facultad de Bellas Artes cuenta entre sus dependencias con el Área de Producción y Diseño, integrada por tres Diseñadores en Comunicación Visual. Desde allí se desarrollan todas las piezas gráficas en soporte papel que promueve la unidad académica.

#### Identidad institucional

En gestiones anteriores se creó un signo de identidad básico propio. Actualmente, no es tenido en cuenta y sólo quedan resabios del sistema gráfico que se generó a partir del mismo en los banners ubicados en uno de los edificios anexos. Aún no se ha realizado ningún programa nuevo de identidad y si bien el diseño de las diferentes publicaciones está sistematizado, el resto de los identificadores visuales necesita sistematizarse.

### Papelería institucional

La papelería institucional interna y externa es muy escasa, limitándose a papel carta con el membrete de la UNLP y tarjetas personales emitidas por la imprenta de la Universidad para uso de las autoridades máximas. Los formularios y planillas son elaborados por cada secretaría según su necesidad, y ninguna de estas producciones responde a un programa de identidad.

### Página web

La página web fue diseñada en el año 2004, por el Departamento de Multimedia, aunque se ha rediseñado en varias oportunidades. No responde a ningún subsistema de un Programa de Identidad integral propio de la facultad, sino que sus creadores han establecido criterios gráficos en forma aleatoria.

### Publicaciones

En el año 2004 se creó la Dirección de Publicaciones, con la posterior incorporación del área de Postgrado; a los efectos de instituir un ámbito dedicado a la tarea específica de la publicación de libros, revistas y otros productos editoriales con el objetivo de exponer y a la vez, potenciar el trabajo intelectual de la FBA mediante la difusión de obras de sus alumnos, docentes e investigadores. El diseño de las diferentes publicaciones está sistematizado.

### Promoción

En relación a las campañas de promoción, la falta de presupuesto ha provocado la escasa emisión de folletería y afiches para divulgar, informar y promocionar los asuntos académicos. Sólo para algunos eventos puntuales, como por ejemplo la muestra realizada para el 45° aniversario de las carreras de Diseño, o encuentros y congresos de arte y convocatorias a pasantías, se realizaron afiches, carentes de sistematicidad ente sí.

### Señalización de espacios externos

La Facultad de Bellas Artes funciona actualmente en un edificio central y tres anexos y en sus alrededores no se visualiza cartelera. La identificación de cada uno de los distintos accesos es variable: Sobre la fachada del edificio central se ubica el escudo mayor de la Universidad de La Plata a todo color y realizado en chapa, con el texto nominativo de la facultad; en un anexo, sobre una de las entradas se ha dispuesto un banner de color violeta con el nombre de la facultad en mayor jerarquía y debajo, el escudo mayor y nombre de la

universidad; en el otro anexo se ha colocado un cartel a modo de rótulo, mientras que en el anexo más nuevo, aún no existe señalización.

#### Señalización e información en espacios internos

Respecto a la señalización interna, se está trabajando desde el año 2005, sobre un proyecto señalético basado en un código cromático y alfanumérico. Sin embargo, al presente, se evidencia un caos visual respecto a la convivencia de varias señales asistemizadas. En el edificio central se pueden observar algunas señales provisionales colocadas para evaluar si el sistema es aceptado por sus usuarios. En un anexo, parece existir un sistema gráfico para identificar las aulas, pero este se pierde en el resto de las señales. Y en el otro, no existe señalización alguna de los espacios internos, sólo números en papel pegados en las puertas de las aulas.

Respecto a las carteleras informativas, algunas áreas departamentales del edificio central ya tienen su espacio identificado mediante el sistema cromático y alfanumérico antes mencionado, pero no se encuentran sistematizadas en su totalidad. Las dependencias administrativas informan a través de transparentes ubicados en los edificios correspondientes.

Es evidente que la Facultad de Bellas Artes deberá diseñar una estrategia de comunicación visual, con un signo de identidad básico propio que fortalezca su identidad corporativa y permita asociar los avances en el desarrollo de los diferentes dispositivos.

#### **Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales**

No existe un área específica para la elaboración de los soportes gráficos propios que circulan dentro y fuera de la facultad.

#### Identidad institucional

El signo de identidad histórico consiste en un escudo de armas que muestra en sus cuatro cuadrantes los distintos sectores del agro (una familia rural, una rueda de maquinaria, un cultivo y un referente de lo forestal). Éste es el resultado de un concurso organizado entre graduados y docentes en el año 1980. El nuevo diseño de identidad fue creado por un DCV de la Secretaría de Extensión recientemente y consiste en una síntesis icónica de los elementos anteriores como pictograma que se encuentra coronado por la sigla FCAYF, contenido en un cuadrado de puntas redondeadas. Se observa el uso alternativo de los dos

signos de identidad distintos, encontrándose en un período de transición hacia la aplicación de la identidad recientemente creada que requiere de la aprobación del Consejo Académico.

#### Papelería institucional

La papelería institucional interna que registra la facultad es muy escasa, sólo se emplea papel carta y en caso de necesidad de cada área (cada cual emite sus comunicaciones como le parece). En la mayoría de los casos emplean como signo de identidad el escudo y sello mayor de la Universidad con el texto nominativo de la facultad por debajo y en un cuerpo de letra menor que el de la UNLP.

#### Página web

La página web fue diseñada en el año 2002 por personal del Departamento de Informática de la facultad y se está planteando un rediseño, tendiente a asociarlo con la nueva identidad.

#### Publicaciones

Las publicaciones no cuentan con un diseño asociado a la identidad corporativa de la facultad ni son diseñadas por profesionales de la comunicación visual.

#### Promoción

En lo referente a las campañas de promoción, no hay una producción sistematizada de piezas, pero se intenta centralizar esta actividad en la Secretaría de Extensión. Las únicas piezas que pudieron relevarse consisten en un folleto promocional de carreras para el ingreso 2008 y una carpeta formato A4 con solapas, acompañada de un señalador, que se emplea en ocasiones de visitas externas, pero el material que allí se brinda es de lo más diverso. Por otro lado, la Secretaría de Extensión de la facultad cuenta con un stand institucional que consiste en seis banners de lona impresa que se montan en una estructura metálica, aunque no cuenta con material gráfico promocional.

#### Señalización del espacio exterior

En el exterior del edificio central y sus edificios aledaños, la señalización de los alrededores es regular. Los orientadores de tránsito dentro del predio que comprende a las facultades del Bosque Este, funcionan correctamente para el tránsito vehicular, pero no indican las dependencias de cada facultad ni identifican a qué unidad académica corresponde cada estructura edilicia. La identificación de los accesos a cada uno de los espacios arquitectónicos es nula o mala. La excepción la impone el acceso al edificio central

que está bien identificado con un panel orientador que contiene un plano del predio con las dependencias aledañas y sus referencias correspondientes.

#### Señalización e información en espacios internos

En el hall principal de la planta baja se ubica una cartelera con un plano de planta del edificio y sus respectivas referencias mediante un código cromático, pero la ubicación de varios paneles informativos en el centro del hall, dificultan su visibilidad. Manteniendo el sistema gráfico con estos orientadores, las dependencias ubicadas en el edificio central se encuentran identificadas con señales aplicadas a los lados de las puertas. En las intersecciones de los pasillos, se disponen una serie de paneles distribuidores salientes que señalizan las dependencias cercanas. Este sistema señalético implementado en el edificio central fue desarrollado y colocado en 2007 por la Dirección de Comunicación Visual de la UNLP a pedido de la facultad ante una necesidad manifestada por la comisión acreditadora de la CONEAU.

Respecto a las carteleras informativas y transparentes, algunas cátedras y áreas administrativas de la facultad cuentan con su espacio para comunicar, aunque las producciones gráficas que allí se colocan son de diversa índole y formato.

La Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, cuenta con un signo de identidad o isotipo, aún no consolidado, y ciertos avances en señalética, sin embargo, no tiene una estructura profesional para la comunicación visual ni una estrategia de instalación y difusión asociada a su identidad institucional.

### **Facultad de Ciencias Astronómicas y Geofísicas**

No existe un área específica para la elaboración de los soportes gráficos propios que circulan dentro y fuera de la facultad.

#### Identidad institucional

La facultad cuenta con un signo de identidad básico propio, creado hace diez años por una diseñadora y se elaboró un programa de identidad, pero luego se implementaron sólo algunos de sus elementos. El signo consiste en un diagrama que sintetiza varios elementos: una mira telescópica en azul oscuro y sobre esta figura, un sistema planetario en volumen de grises y un espiral evolutivo en blanco, resultando un signo visualmente complejo. El principal problema en cuanto a este signo de identidad es que designa e identifica más al observatorio que a la facultad, siendo que el primero depende y pertenece a la misma. En la

aplicación gráfica del isotipo, la mayoría de las veces sólo se dispone el texto nominativo ‘Observatorio Astronómico de La Plata’ por debajo y la facultad aparece en segundo lugar, o ni siquiera se enuncia. Este problema de referencia no se da sólo en la marca sino que responde a una costumbre de años de identificar a la facultad con el observatorio, ya que éste fue creado muchos años antes y luego fundada la facultad.

También existe otro signo de identidad más antiguo que es el que hoy emplea el Museo de Astronomía y que consiste en un pictograma de una de las cúpulas y dos árboles en referencia al bosque.

#### Papelería institucional

La papelería institucional interna que se emplea en la facultad comprende papel carta (con el empleo del escudo mencionado anteriormente), y tarjetas personales que sólo se emiten cuando se designa un cargo de importancia y son las que se realizan en la imprenta de la UNLP, de manera general para todas las unidades académicas, con el escudo timbrado.

#### Página web

La página web fue creada en el año 2000 por la misma diseñadora que realizó el signo y el programa de identidad, y la página se está rediseñando con colaboración de diseñadores convocados a tal fin. El Museo de Astronomía cuenta con un sitio propio, como subalterno al de la facultad desde 1997, que no guarda visualmente relación alguna con el sitio de la facultad.

#### Publicaciones

La facultad no cuenta con una edición impresa de publicaciones, y las electrónicas no se asocian a un sistema institucional de identificación visual.

#### Promoción

Las campañas de promoción, tienen siempre destinatarios externos a la facultad (público escolar, visitas extranjeras, turistas) y se centran en promocionar las actividades y visitas que se brindan en el observatorio. No hay una producción sistematizada de piezas, ya que se recibe apoyo de diseñadores que se contratan especialmente cuando la ocasión lo requiere. Por otro lado, estas producciones requieren mucha inversión de dinero y esto sólo se hace cuando resulta necesario o cuando se cuenta con apoyo económico de otras instituciones. El material de folletería promocional que producen se distribuye por lo general en la facultad misma, en la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de La Plata, en ferias de turismo en Buenos Aires y en la Feria del Libro (cuando participan como invitados en el

stand de Ciencia y Técnica de la Nación); y la producción de este material no responde a ningún programa de identidad.

#### Señalización del espacio exterior

En el exterior del edificio central y los 16 edificios aledaños, no hay señalización ni identificadores de los accesos. La única señal que se encontró está dispuesta en la esquina del predio donde se indican las direcciones de acceso a la facultad y de visitas al Observatorio Astronómico respectivamente y en ambos accesos se encuentra un comunicado con los horarios de las visitas astronómicas.

#### Señalización e información en espacios internos

La señalización interna del edificio central es deficiente. Sólo se encuentran identificadas algunas dependencias (Intendencia, Informes, Biblioteca) que funcionan en el edificio con señales dispuestas arbitrariamente.

En el pasillo de acceso al edificio central se ubican las carteleras de las distintas secretarías. Las producciones gráficas que allí se colocan son de diversa índole, desde simples comunicados elaborados en Word hasta afiches promocionales a todo color.

La Facultad de Ciencias Astronómicas y Geofísicas, cuenta con un signo de identidad o isotipo, y un programa de identidad, que necesitan reverse, sin embargo, no tiene una estructura profesional para la comunicación visual, ni señalética, ni una estrategia de instalación y difusión asociada a su identidad institucional, lo que demanda una fuerte decisión consensuada de avanzar en ese sentido.

### **Facultad de Ciencias Económicas**

Se está gestando un proyecto de comunicación visual desde las Secretarías Académica y de Relaciones Institucionales, cuyo objetivo es rediseñar y sistematizar todas las producciones no sólo en soporte papel (papelería institucional, folletos, paneles) sino también audiovisuales, informáticos o multimedia (Cd, página web, power point), para afianzar y reposicionar a la facultad a nivel interinstitucional.

#### Identidad institucional

La facultad cuenta con un signo de identidad básico propio que consiste en un escudo formado por las siglas de la facultad y las de la universidad, diseñado hace varios años. Es

utilizado arbitrariamente en algunas piezas gráficas, conjuntamente con el escudo mayor de la UNLP.

#### Papelería institucional

Las piezas gráficas que constituyen la papelería institucional de la facultad son papel carta y sobre, formularios, planillas, invitaciones y tarjetas personales. Todas ellas poseen el escudo mayor y el nombre de la Universidad Nacional de La Plata, y en una jerarquía menor el nombre de la facultad.

#### Página web

La página web fue diseñada en el año 2000, y no se asocia a una estrategia integral de identidad institucional.

#### Publicaciones

La producción de las ediciones está descentralizada y no se asocia a una estrategia integral de identidad institucional.

#### Promoción

En lo referente a las campañas de promoción, la facultad cuenta con un boletín (digital e impreso), folletería y afiches institucionales destinados a alumnos y graduados. Estas piezas gráficas dependen de Secretaría Académica y son diseñadas en la misma dependencia.

#### Señalización de espacios externos

En los alrededores del edificio único no existe ningún tipo de señalización de orientación, sin embargo, la identificación institucional de sus dos accesos por calle 6 es clara. La misma consiste en el nombre de la facultad y de la universidad a la que pertenece, realizados en letras corpóreas de metal y adheridas al frente del edificio por medio de plaquetas y tornillos.

#### Señalización e información en espacios internos

En relación a la señalización interna parece existir un sistema gráfico que se va desvirtuando a medida que se asciende a los distintos pisos o se desciende a los subsuelos. Tanto en la planta baja como en el primer piso, se visualizan señales de tipo identificadoras y orientadoras sistematizadas. En algunos casos, los pequeños formatos empleados impiden que se perciban de manera efectiva y coexisten también identificadores preexistentes, con la nominación de cada aula o dependencia administrativa.



Respecto a las carteleras informativas, la mayoría de los espacios que la facultad utiliza para comunicar se encuentran en planta baja. La información que allí se deposita es de diversa índole y con muy poca intervención en cuestiones de diseño.

La Facultad de Ciencias Económicas, cuenta con un signo de identidad o isotipo, sin embargo, no tiene una estructura profesional para la comunicación visual, y necesita revisar sus dispositivos de identidad visual, sin embargo, se encuentra abocada a la revisión de su estrategia de instalación y difusión institucional asociada a su identidad corporativa.

### **Facultad de Ciencias Exactas**

La comunicación visual de la institución, es desarrollada por la Secretaría de Extensión Universitaria, la que tiene ingerencia en la producción de piezas gráficas, aunque se evidencia falta de sistematicidad y desajuste en el diseño de las mismas.

#### Identidad institucional

La facultad no cuenta con un signo de identidad básico propio.

#### Papelería institucional

Dentro de la papelería institucional interna que registra la facultad, sólo figuran papel carta, sobre y tarjetas personales. Su diseño está establecido desde gestiones anteriores y consiste en la aplicación del escudo mayor de la universidad con el texto nominativo de la misma conjuntamente con el de la facultad. Las tarjetas personales son provistas desde la imprenta de la UNLP.

#### Página web

La página web fue realizada por una diseñadora en el año 2001. Se observa que cada área departamental posee su propia identidad gráfica, y sin relación alguna con el portal que las contiene y con las demás áreas.

#### Publicaciones

La producción de las ediciones no se asocia a una estrategia integral de identidad institucional.

## Promoción

La Secretaría de Asuntos Estudiantiles, es la dependencia con mayor ingerencia en la emisión de soportes gráficos para las campañas de promoción, tanto de aspectos institucionales, para la inscripción a las carreras, o para la realización de un evento.

## Señalización de espacios externos

Alrededor del edificio central y los departamentos de Física, Química y Matemática, casi no existe señalización de orientación; únicamente, en el cartel distribuidor emplazado en el lateral del edificio central de la Facultad de Ingeniería, se hace referencia a la facultad, sin discriminar el nombre de cada uno de sus departamentos. La identificación de acceso al conjunto de edificios que compone a la facultad es deficiente; existe un único cartel en pésimas condiciones de conservación. Así mismo, la señalización de los ingresos a cada uno de las áreas es nula, por ejemplo, el departamento de Física tiene, en su hall de entrada, una placa de mármol con el nombre del área; que sólo se la puede divisar, atravesando la escalera de ingreso.

## Señalización e información en espacios internos

Se observan deficiencias comunicacionales importantes en la señalización interna de la facultad. Cada departamento cuenta con señales identificadoras propias muy disímiles entre si; e inclusive dentro de una misma área, la señalización no está sistematizada.

Respecto a las carteleras informativas, cada área de la facultad cuenta con su propio espacio para comunicar, aunque se observa una marcada contaminación visual, generada por la superposición de los mensajes emitidos desde las secretarías, los alumnos y fundamentalmente, desde el centro de estudiantes y desde las diferentes agrupaciones políticas. Las cuestiones gráficas de las piezas que se depositan en las carteleras, son manejadas independientemente, por cada emisor de los mensajes. No hay una coherencia estética y el grado de asistematicidad grafica es muy alto

En la Facultad de Ciencias Exactas, la comunicación visual existente no responde a un Programa de Identidad. Todos los aspectos relacionados al diseño parecen ser dejados de lado, observándose asistematicidad en todas las producciones, además de una baja calidad gráfica.

## **Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales**

El Área de Informática y la Dirección de Comunicación Visual, funcionan conjuntamente y están integradas por siete profesionales, de los cuales 2 son Diseñadores en Comunicación Visual. A partir del año 2004 se llevaron a cabo una serie de acciones, tendientes a consolidar la construcción del espacio de la comunicación institucional corporativa de la facultad, como la unificación de la imagen institucional a través de la generación del signo identificador de la facultad y su aplicación en la papelería interna en el año 2004; la reformulación integral del sitio web de la facultad organizando visualmente los ejes comunicacionales en el año 2005; la proyección y presencia hacia la comunidad de la imagen institucional a través de diferentes eventos tales como el stand en la Expo Universidad, el programa de los actos de colación de grado, la información de carreras de postgrado, la 'Biblioteca Centenaria', jornadas y seminarios y revistas virtuales en el año 2006, así como la señalética de toda la facultad en el año 2007.

### Identidad institucional

Con referencia a la identidad institucional, la unidad académica analizada cuenta con un signo de identidad básico propio. En el manual de estilo se establecen todas las pautas constructivas y de uso de la marca. Como así también, todas las pautas para el diseño de piezas gráficas comprendidas y planteadas por este programa de comunicación visual.

### Papelería institucional

La papelería institucional interna que registra la facultad es muy rica. Se emplea papel carta, sobre, invitaciones, formularios, credenciales, cupones, planillas, tarjetas, talonarios, cupones de biblioteca y diplomas, entre otras. Todas estas piezas responden perfectamente a los lineamientos del programa de identidad.

### Página web

La página web fue desarrollada en el año 2006 por el Área de Informática y la Dirección de Comunicación Visual de la facultad. El diseño responde al programa de identidad.

### Publicaciones

Las publicaciones no responden visualmente al programa de comunicación visual mencionado, pero se está en proceso de sistematizar también estas piezas.

## Promoción

En lo referente a las campañas de promoción, existe una rica producción de piezas como afiches, banners promocionales, folletería, etc. Las piezas de entrega en mano, generalmente, se orientan a destinatarios de posgrados o del área de extensión, algunas son piezas semi permanentes y otras son eventuales; mientras que los afiches y banners están dirigidos a toda la comunidad universitaria. Todas las piezas se producen y centralizan en la Dirección de Comunicación Visual. Para la promoción en eventos, la facultad cuenta con un stand desarrollado para la Expo Universidad, el cual se ha diseñado y montado atendiendo a los lineamientos del programa de identidad. Allí se informa con atención directa y se entrega material gráfico. Las dependencias de la facultad que tienen injerencia en la producción de piezas de comunicación visual son el decanato, los diferentes institutos, Extensión, Posgrado y la biblioteca.

## Señalización del espacio exterior

En el exterior de los dos edificios donde funciona actualmente la facultad, no hay señalización ni identificación de los accesos.

## Señalización e información en espacios internos

La señalización interna es buena en ambos edificios, respondiendo a un programa de identidad visual desarrollado en el año 2006 por la Dirección de Comunicación Visual de la facultad, como consta en un manual de estilo propio. En los recibidores de ambos edificios existen paneles orientadores y distribuidores que indican la ubicación edilicia de cada dependencia y su dirección. Asimismo, hay orientadores y distribuidores en cada piso, mientras que las aulas y dependencias administrativas se hallan muy bien señalizadas con señales salientes o fijadas a la pared, a los lados de cada puerta. La legibilidad y sistematicidad del sistema es óptima. En todas las señales se respeta la gama cromática, aplicación tipográfica, marginación y uso del signo de identidad básico de la facultad.

Respecto a las carteleras informativas, cada área de la facultad cuenta con su espacio para comunicar. Sus materiales y formatos variados y las producciones gráficas que allí se colocan, son desde listas de alumnos hasta afiches institucionales.

La Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales cuenta con una interesante estructura para gestionar la comunicación visual, con un signo de identidad básico y con un manual de estilo propio, que aplica a la mayoría de sus dispositivos de comunicación institucional corporativa, desarrollando un modelo interesante de observar y replicar.

## **Facultad de Ciencias Médicas**

No existe un área específica para la elaboración de los soportes gráficos propios que circulan dentro y fuera de la facultad, aunque se está iniciando un programa de identidad que contempla la señalética de los edificios, a raíz de un requerimiento de la Comisión de Seguridad e Higiene, que también demanda la creación de un departamento de diseño que pueda satisfacer estas necesidades.

### Identidad institucional

Respecto a la identidad institucional, la Facultad de Ciencias Médicas cuenta con un signo de identidad básico propio. Consiste en un cuadrado bordeaux que contiene un óvalo blanco con la frase “Vita brevis, ars longa, occasio praeceps... Pro scientia et ars” en latín recorriendo el contorno, y en el centro el “Bastón de Esculapio”, símbolo de la medicina. El logotipo de la facultad se inscribe en dos líneas, en tipografía de palo seco (Arial) y centrado por debajo del isotipo.

### Papelería institucional

La papelería institucional que se emplea en la facultad comprende papel carta y sobre, invitaciones protocolares, tarjetas personales, planillas y formularios. Sin embargo, en ninguna de estas piezas se ve una aplicación sistematizada de la identidad visual. En algunas se utiliza el isologo de la facultad y en otras el escudo mayor de la universidad con el texto nominativo de la unidad académica en un cuerpo de letra menor.

### Página web

La página web fue creada en el año 1996, con un diseño realizado por una DCV. En septiembre de 2006 se implementó un rediseño del sitio.

### Publicaciones

Las publicaciones no responden a ningún programa de comunicación visual y por ejemplo, en el home de la revista de la facultad, se aprecia el escudo de la UNLP con el texto nominativo de la revista y se ve una aplicación diferente del iso – logotipo de la facultad.

### Promoción

Las campañas de promoción, son prácticamente inexistentes. No hay una producción sistematizada de piezas. Lo único que se promociona activamente son los cursos y

especializaciones de postgrado arancelados. Este tipo de comunicación está destinada a graduados y profesionales del área de la medicina y circula en colegios médicos, clínicas, congresos, etc.

#### Señalización del espacio exterior

En el exterior del edificio central y los tres edificios aledaños, no hay señalización ni identificadores de los accesos. La única señal que se encontró está dispuesta en una puerta de rejas sobre una calle lateral de acceso vehicular. La misma restringe el ingreso sólo a las autoridades con vehículos.

#### Señalización e información en espacios internos

La señalización interna del edificio central es deficiente y sólo se encuentran identificados algunos espacios del edificio con señales dispuestas arriba de las puertas. Éstas fueron colocadas en 1997 a raíz de una propuesta de un laboratorio, ante la necesidad de un congreso médico realizado en la facultad, y sólo se limitó a la designación de algunos espacios. En el hall principal de la planta baja se ubica una cartelera con vitrina que muestra un plano de planta del edificio y sus respectivas referencias mediante un código cromático y una lista de las autoridades de la institución, que también fue implementada en 1997 y se encuentra desactualizada por completo, a la vez que no guarda ninguna relación visual con las señales descriptas; además, la ubicación de varios paneles informativos en el centro del hall, dificultan la visibilidad de la cartelera.

Respecto a las carteleras informativas, algunas cátedras y áreas administrativas de la facultad cuentan con su espacio para comunicar, y las producciones gráficas que allí se colocan son de diversa índole y formatos.

La Facultad de Ciencias Médicas, cuenta con un signo de identidad o isotipo y quiere proyectar un programa de identidad que incluya la señalética de sus edificios, sin embargo, no tiene una estructura profesional para la comunicación visual, y necesita revisar sus dispositivos de identidad visual.

### **Facultad de Ciencias Naturales y Museo**

El material relacionado a la comunicación visual de la institución es desarrollado por cada área según su necesidad, siendo la producción completamente descentralizada y no respondiendo a ningún programa de identidad. Sin embargo, es la Secretaría de Extensión el área que mayor incidencia tiene en la elaboración de material comunicacional, ya que

cuenta con una Diseñadora en Comunicación Visual, que avanza en la elaboración de un programa de identidad visual para la facultad que coordinará con el equipo de prensa y comunicación que funciona en el Museo.

#### Identidad institucional

En esta unidad académica se puede ver el uso de varios signos que a lo largo del tiempo se han ido creando, pero aún no se logró conformar un programa que sistematice todas las producciones. Entre los años 2002 y 2003 una DCV desarrolló un signo de identidad, aprobado por el Consejo Académico para su implementación como base del programa de identidad en desarrollo. El mismo consiste en una síntesis icónica del amonite (molusco fósil, considerado el referente que mejor se adecua para identificar a las Ciencias Naturales), en color bordeaux que se apoya en el logotipo con el texto nominativo de la facultad diseñado con una tipografía incisa en color verde oscuro.

#### Papelería institucional

En el registro de la papelería institucional, papel carta y sobre (las invitaciones sólo se realizan para ocasiones especiales, como por ejemplo actos académicos anuales) se observa la aplicación del escudo de la Universidad con el texto nominativo de la misma conjuntamente con el de la facultad. En piezas emitidas por la Secretaría de Extensión, como ser talonarios de aranceles para cursos y folletería promocional de actividades o carreras, se aplica el signo de identidad.

#### Página web

La página web de la facultad fue diseñada en el año 2000, no responde a ningún programa de comunicación y la identidad utilizada en su desarrollo está basada en el signo de la facultad que se había diseñado para la revista 'La Ventana'. Así es que conviven dentro de la institución, tres signos de identidad diferentes, tomando en cuenta los que se describieron anteriormente. Desde el Área de Informática se está desarrollando la programación del nuevo sitio, que responderá al programa de identidad en desarrollo, para que los elementos de la interfaz gráfica puedan sistematizarse y que no puedan introducirse modificaciones arbitrariamente.

#### Publicaciones

Las publicaciones no responden a ningún programa de comunicación visual.

## Promoción

En lo referente a las campañas de promoción, se han diseñado muy pocas piezas. Existe un folleto diseñado hace tiempo e impreso a una tinta para la difusión e información sobre las carreras, destinado a los estudiantes que se entrega en el Departamento de Alumnos. Por otro lado, la Secretaría de Extensión emitió un tríptico impreso en cuatricromía destinado a las empresas de turismo y viajes que se entregaba en mano en reuniones y eventos afines. Pero no existe una sistematicidad en la planificación y producción de campañas o eventos promocionales, aunque como la mayoría de estas piezas se diseñan en Extensión, cuentan con la aplicación del nuevo signo de identidad.

## Señalización del espacio exterior

Los dos edificios de la facultad, el de administración y biblioteca y el edificio central de aulas, sólo cuentan con una señalización parcial de los accesos (la cartelera principal fue robada). Hay un único acceso señalizado con un cartel que sólo identifica el predio de la facultad. Una vez que se ingresa por la calle interna, la señalización de estacionamiento, rampas y otros orientadores es insuficiente. Apenas se ve una precaria señal de acceso con rampa, sobre el lado que conduce al edificio central.

## Señalización e información en espacios internos

El edificio central no cuenta con ningún tipo de señalización interna, ni de orientadores. Por ejemplo, los sanitarios no tienen identificación de si son de damas o de caballeros y el ascensor sólo se distingue por su puerta característica. Las alas laterales se designaron con una letra y a cada aula le corresponde un número, pegado en la puerta. El edificio administrativo, sí cuenta con un sistema de señalización interno. En el recibidor de planta baja se encuentra un panel orientador con las plantas del edificio donde se referencia la ubicación de cada área o departamento y una cartelera institucional donde cada área pega información, y en la pared frente a ésta se fijó un panel donde se detallan las materias (y sus códigos) que componen el plan de estudios de cada carrera, pues allí es donde se ubican las urnas para tirar boleta. Este incipiente sistema señalético fue colocado a mediados de 2007, mientras que se encuentra en proceso de desarrollo un programa más integral.

Respecto a las carteleras informativas, cada área/ cátedra de la facultad cuenta con su propio espacio para comunicar, que mantiene y emplea a la manera que le parece.



## Museo de Ciencias Naturales de La Plata

Todas las piezas de comunicación visual desarrolladas en el Museo responden a un programa de identidad creado por el Área de Diseño, donde trabajan dos diseñadoras en comunicación visual, una colaboradora en fotografía y una arquitecta.

### Identidad institucional

Con referencia a la identidad institucional, el Museo cuenta con un signo de identidad básico propio creado hace diez años aproximadamente. Al desarrollar el programa de identidad, se tomó este signo reforzando algunos aspectos. Respecto a la relación entre esta identidad visual y la de la Facultad de Ciencias Naturales, encontramos que esta última se adapta a la identidad del Museo por ser la más antigua y estar bien referenciada en la comunidad.

### Papelería institucional

La papelería institucional es independiente a la utilizada en la facultad. Para el funcionamiento interno de las áreas del Museo sólo se emplea papel membretado y sobre con la aplicación del escudo de la universidad con el texto nominativo del Museo. El resto de los comunicados se efectúan mediante listas de correo electrónico o en las carteleras internas correspondientes, donde cada área pega sus avisos internos. En cambio, es para el público externo que hay mayor producción de papelería como ser entradas y talonarios, en los cuales se aplica el signo de identidad del Museo y se respeta la diagramación pautada por el programa de identidad.

### Página web

En la botonera de la web de la facultad, se abre el sitio del museo, conservando el encabezado de la web de la facultad. En la actualidad y desde hace dos años se está proyectando que este sitio sea independiente del de la facultad en cuanto a lo visual.

### Promoción

En lo referente a campañas de promoción, se diseñan muchas piezas, pero el principal problema que se enfrenta es el escaso presupuesto para materializar estas producciones. Existen varios folletos de uso permanente como son el institucional, el folleto de salas y el folleto autoguiado (también disponible en inglés). Para eventos especiales y visitas extranjeras, así como para presentar ante las solicitudes de subsidio, se imprimieron carpetas y folletos institucionales a color, pero su distribución se reserva a estas ocasiones. También existe un CD multimedia que se vende en el stand de la Fundación Museo de La

Plata ubicado en la planta baja del edificio. Se está conformando un área educativa que será la responsable de elaborar material promocional y didáctico para los distintos públicos escolares y estudiantiles.

#### Señalización del espacio exterior

En el exterior del espacio único del Museo, no se observa señalización de orientación. El único acceso al Museo está identificado con un bajorrelieve en la fachada del edificio mismo mientras que allí también se disponen una serie de banners promocionales de actividades eventuales o exposiciones temporarias.

#### Señalización e información en espacios internos

La señalización interna del Museo es muy buena. Desde el ingreso se disponen una serie de paneles orientadores y distribuidores con referencia a las salas y su ubicación dentro del edificio. El sistema señalético tiene un código cromático e icónico para identificar cada sala y espacio. El mismo está basado en un programa de identidad desarrollado a partir de un relevamiento e investigación efectuada por diseñadores en comunicación visual e investigadores del Museo entre los años 2001 y 2002, cuya implementación se terminó de realizar en el año 2003.

Cada piso del Museo cuenta con sus paneles orientadores, mientras que en cada sala existen paneles informativos e infográficos que explican la temática en exhibición a los visitantes.

La Facultad de Ciencias Naturales y Museo presenta dos panoramas diferenciados, el de la facultad, con deficiencias en su señalética y recién en camino de definir una estrategia de identidad visual institucional; y el Museo, consolidado en la mayoría de sus dispositivos identitarios.

### **Facultad de Ciencias Veterinarias**

La producción de piezas de comunicación visual responde a un sistema de marca y submarcas implementado en el año 2004, y está centralizada en la Secretaría de Gestión de Calidad, integrada por dos personas, que cuentan con el apoyo de la Prosecretaría de Prensa y Difusión.

### Identidad institucional

La facultad cuenta con un signo propio de identidad básico y como mencionamos, un sistema de submarcas para las distintas áreas y secretarías. El isotipo que compone la marca consiste en una síntesis icónica de las hojas de roble simbólicas de la UNLP con una cruz azul, como símbolo referente de las ciencias veterinarias. Éste es el elemento constante en el sistema de submarcas, mientras que varía el texto nominativo y disposición del logotipo correspondiente en cuanto a composición tipográfica y ubicación. Por otro lado, en este sistema de submarcas intervienen otros elementos gráficos (figuras geométricas) que actúan como fondos distintivos.

### Papelería institucional

La papelería institucional interna que se emplea en la facultad comprende papel carta y sobre. En estas piezas se aplica la marca anteriormente descrita en el margen superior izquierdo, mientras que la marca de la secretaría que emite la comunicación se alinea con ésta hacia el margen derecho de la hoja. Esto se dispone así cuando la comunicación va dirigida hacia afuera de la institución, pero cuando es interna, sólo se coloca la marca del área o secretaría. Se emplean dos modelos de tarjetas personales: las que se realizan en la imprenta de la UNLP, con el escudo timbrado, para las autoridades máximas; y tarjetas con la marca de la facultad para secretarios y pro secretarios.

### Página web

La página web fue rediseñada en el año 2004 por personal formado en comunicación y diseño en comunicación visual de la Prosecretaría de Prensa y Difusión y la Secretaría de Gestión de Calidad. El diseño del sitio no responde a un programa de comunicación visual definido.

### Publicaciones

El diseño está a cargo de la Secretaría de Gestión de Calidad y no responde a un programa de comunicación visual definido.

### Promoción

Las piezas y campañas de promoción impresas responden a necesidades eventuales como la difusión de posgrados, cursos, encuentros, congresos, etc. La mayoría de las actividades se promocionan y difunden a través de la página web o por listas de correo electrónico.

## Señalización del espacio exterior

En el exterior del edificio central y los 20 edificios y construcciones aledañas al predio, que abrigan las 72 dependencias, la señalización del acceso principal es buena, pero los accesos e identificación y orientación de las distintas dependencias, es deficiente. Los orientadores de tránsito dentro del predio que comprende a las facultades del Bosque Este funcionan bien para el tránsito vehicular, mas no indican las dependencias de cada facultad ni identifican a qué unidad académica corresponde cada estructura edilicia. Respecto a elementos de señalización interna del predio, en el inicio del patio entre los tres edificios principales, se encuentra un viejo panel orientador que muestra un plano del lugar con las dependencias aledañas y sus referencias correspondientes. Ésta información está desactualizada en varios puntos. Algunos de los edificios tienen identificaciones pintadas en las puertas o en las paredes al lado de las puertas que indican la dependencia o cátedra que allí funciona. Otras puertas tienen viejos carteles identificadores clavados. En los distintos caminos internos se observan señales orientadoras de diversos tamaños, a modo de carteles, fijados a pies que se clavan en el suelo e indican las dependencias cercanas con flechas.

En la actualidad se está implementando un programa de identidad que comprende un sistema señalético para la facultad, bocetado en el año 2004.

## Señalización e información en espacios internos

La señalización interna de los edificios es deficiente. El decanato es el único edificio en el que se ha llegado a implementar un incipiente sistema de señalización interno. Allí se encuentran identificadas algunas dependencias con señales fijadas a la pared o marcos, dispuestas a los lados de las puertas.

A lo largo de los pasillos y galerías de todos los edificios se ubican las carteleras de las distintas cátedras y áreas de la facultad. Las producciones gráficas que allí se colocan son de diversa índole. No existe una sistematización de los espacios de comunicación a excepción de la cartelera del Hospital Escuela, en donde se colocan exclusivamente comunicados propios.

La Facultad de Ciencias Veterinarias cuenta con un isotipo y con un sistema de identidad visual que lo acompaña, tiene un proyecto de señalética y su implementación se encuentra en proceso, no obstante, necesita definir una estrategia integral de comunicación visual que integre los dispositivos mencionados.

## **Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación**

### Identidad institucional

Con referencia a la identidad institucional, estuvo prevista la creación de un signo de identidad básico propio; pero la idea fue desechada. Si bien la comunicación visual existente no responde a ningún Programa de Identidad, la facultad cuenta con un sistema gráfico que establece la utilización de normas específicas en cuanto a la tipografía utilizada, el color institucional, el tratamiento de imagen y el formato. Este sistema aún no se ha materializado en un programa impreso, sino que forma parte de una rutina empleada por la Diseñadora en Comunicación Visual que diseña las piezas desde el año 1994, y que depende de la Secretaría de Extensión.

### Papelería institucional

La papelería institucional que utiliza la facultad para su funcionamiento externo e interno, consiste en sobre membretado y tarjetas personales. Ambas respetan el diseño propuesto en el manual de normas de la UNLP.

### Página web

La página web fue diseñada desde la Secretaría de Extensión en conjunto con el área de informática de la facultad. El equipo que desarrolló y actualiza periódicamente el portal web, está integrado por diseñadores gráficos, diseñadores web, un fotógrafo y programadores, como también profesionales encargados de la supervisión y coordinación general, la arquitectura de la información, los contenidos, etc.

### Publicaciones

La producción de las ediciones no está centralizada y no responde a un patrón único de identidad visual institucional.

### Promoción

La facultad cuenta con folletos y afiches dirigidos a alumnos y graduados, como también al público en general. Estas piezas gráficas circulan por la propia institución, la universidad y en algunas ocasiones, son enviadas al exterior a congresos, encuentros o jornadas con las carreras de grado y postgrado que dicta la institución.

## Señalización de espacios externos

No existe señalización de orientación en el exterior de la facultad, lo que provoca cierta dificultad en su localización si alguien se dirige por primera vez.

## Señalización e información en espacios internos

Desde el año 2001, la Secretaría de Extensión viene desarrollando un proyecto señalético con el objetivo de identificar sus once departamentos (cada uno con varias carreras) distribuidos en ocho pisos, subsuelo y terraza. La identidad planteada se basa en un sistema cromático: verde para señalar las aulas, naranja para departamentos administrativos, violeta para centros de investigación, amarillo para dependencias relacionadas a gestión. La aplicación se realizó sobre identificadores colocados perpendicularmente a las paredes y también a distribuidores y orientadores.

Las carteleras distan mucho entre sí y si bien en el entrepiso, se colocaron nuevos transparentes, en el resto de la facultad resulta difícil encontrar la información que se busca. Inclusive, en algunos casos, las notificaciones se encuentran adheridas muy precariamente a las paredes. En el primer piso, existen carteleras destinadas a las distintas carreras y en los pisos 4º, 5º y 6º se alojan carteleras departamentales de cada carrera y área.

La Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, cuenta con un conjunto inicial de elementos que bien pueden ser la base de un sistema de comunicación visual de la institución, que consolide su identidad institucional.

## **Facultad de Informática**

La mayoría de las piezas gráficas en soporte papel son diseñadas desde la Secretaría de Extensión y están a cargo de una Diseñadora en Comunicación Visual.

### Identidad institucional

La comunicación visual existente en la Facultad de Informática no responde a ningún programa de identidad propio. Sólo se maneja un color institucional, el bordeaux, en los diseños de soporte papel, audiovisuales, informáticos y multimedia.

### Papelería institucional

Las piezas gráficas que constituyen la papelería institucional de la facultad son papel carta y sobre, formularios, planillas, invitaciones y tarjetas personales. Tanto el papel carta, el sobre, los formularios como las planillas, poseen el escudo mayor y el nombre de la

Universidad Nacional de La Plata, y en una jerarquía menor el nombre de la facultad. Las tarjetas personales difieren entre las secretarías. Las Secretarías de Extensión y Ciencia y Técnica tienen tarjetas personales comunes a toda la universidad, realizadas a dos tintas (negro y azul) con el sistema de impresión tipográfico, y con el escudo de la UNLP realizado con cuño. En cambio, la Secretaría de Postgrado cuenta con tarjetas impresas a cuatro tintas en ambos lados y con una laca como terminación superficial.

#### Página web

La página web, si bien no responde a ningún subsistema de un programa de identidad de la facultad, mantiene la gama cromática utilizada en los soportes gráficos que tiene la institución.

#### Publicaciones

Las tareas de diseño son llevadas a cabo por un Diseñador en Comunicación Visual, aunque no mantiene una línea comunicacional de identidad institucional.

#### Promoción

En relación a las campañas de promoción, la Facultad de Informática cuenta con dos folletos trípticos para fomentar la inscripción a las distintas carreras. Uno de ellos, destinado a los alumnos, contiene el plan de estudio de las diferentes carreras que dicta la facultad y fue diseñado por una alumna de la carrera de Diseño en Comunicación Visual (FBA / UNLP). El otro, dirigido a los graduados de la facultad, contiene información de los diferentes posgrados y está a cargo de la Secretaría de Postgrado. Para promocionar eventos, como los actos de colación de grados, se elaboraron cuadernillos de 24 páginas y un díptico con información del acto, dirigidos a los alumnos que se gradúan y al público asistente. En ocasiones de presentarse en acontecimientos, como “Expo Universidad” se diseñan banner impresos en lona.

#### Señalización de espacios externos

En los alrededores del edificio central no existe señalización de orientación, lo que provoca dificultad de localización, si alguien se dirige por primera vez a la facultad. No ocurre lo mismo, en el anexo de las aulas en calle 49, donde en el frente del predio, sobre la puerta de ingreso, se colocó un cartel identificador con el nombre de la facultad, el escudo mayor y nombre de la Universidad Nacional de La Plata<sup>189</sup>.

---

<sup>189</sup> En el mes de marzo del año 2008, la totalidad de las aulas del edificio anexo y varias dependencias del edificio central, fueron trasladadas a un nuevo edificio construido en el Bosque Oeste, -calle 50 y 121-.

## Señalización e información en espacios internos

En el edificio de calle 50, todas las áreas, secretarías y aulas se encuentran correctamente señalizadas. Se colocaron identificadores sobre sus puertas, y en el margen superior de todas ellas, está ubicado el escudo mayor de la universidad y el nombre de la facultad (está pendiente la señalización de los sanitarios). Los tres institutos que realizan las actividades de investigación en la facultad (LIDIA, LIFIA y LINTI) poseen identificadores que no incluyen el escudo mayor de la UNLP, sino el signo de identidad particular de cada laboratorio. En el anexo de aulas, la señalización interna no ha sido tomada en cuenta y sólo se pueden observar unos pocos indicadores, sobre algunas puertas, pobremente diseñados en papel obra, formato A4, con el escudo de la UNLP, el nombre de la facultad y el área indicada.

En los pasillos de ambos edificios, existen carteleras en las cuales se coloca información de todo tipo, destinada a alumnos, docentes, graduados, directivos, etc. En el edificio central, cada panel con las notificaciones está claramente identificado con una hoja A4 que contiene el rotulo de la facultad y el nombre del área que publica los avisos. Estas carteleras se encuentran en muy buen estado y resulta muy accesible encontrar la información requerida. En contraposición, en el edificio anexo, los dispositivos colocados para anuncios de diversa índole se encuentran muy deteriorados. Las notas que allí se colocan no tienen un orden, ni una aclaración sobre sus destinatarios, como tampoco diseño alguno.

La Facultad de Informática cuenta con personal y con un conjunto inicial de elementos que, ordenados en un programa de identidad propio, bien pueden ser la base de un sistema de comunicación visual de la institución, que consolide su identidad institucional.

### **Facultad de Ingeniería**

Los aspectos relacionados a la comunicación visual interna de la institución son desarrollados en el inmueble central a través de la Secretaría de Infraestructura y Servicios. No existe un área específica para la elaboración de los soportes gráficos propios que circulan dentro y fuera de la facultad.

#### Identidad institucional

La Facultad de Ingeniería cuenta con un signo de identidad básico propio que consiste en un círculo compuesto por dos partes: por un lado, la sigla de la Universidad Nacional de La Plata y su emblema (dos hojas de roble unidas en su base) sobre fondo blanco; y por el



otro, las iniciales de la facultad caladas en blanco sobre fondo celeste. En la mayoría de los soportes gráficos, dicha signo de identidad va acompañado por el escudo y sello mayor de la Universidad según la versión cromática con la que se trabaje (cuatricromía, monocromía o pluma).

#### Papelería institucional

Dentro de las piezas gráficas internas sólo figuran papel carta y tarjetas personales. Estas últimas no cuentan con el mismo diseño según las autoridades. Por ejemplo, las pertenecientes al personal de la Secretaría de Posgrado tienen un diseño diferente al resto de las dependencias. Existen invitaciones que sólo se realizan para ocasiones especiales, como por ejemplo, actos académicos, conferencias, exposiciones, etc.

#### Página web

La página web fue diseñada en el año 2005 por personal del Gabinete de Comunicación 'Carlos Gioia' de la propia facultad. Si bien la comunicación visual de la página no responde a un programa de identidad, mantiene la paleta de colores utilizada en algunos de los soportes gráficos, en aquellos links relacionados al decanato y a las áreas departamentales. No ocurre lo mismo, en las páginas web de cada una de las cátedras pertenecientes a los diferentes departamentos en las que no se maneja sistematicidad gráfica alguna.

#### Publicaciones

El diseño de las publicaciones no guarda relación con un sistema de identificación visual que tenga referencia con la identidad de la institución.

#### Promoción

En lo referente a las campañas de promoción, un estudiante de Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Bellas Artes (UNLP) diseñó en el año 2006, ocho banners institucionales que no responden a un programa de identidad, destinados a los alumnos y al público en general, que brindan información sobre la historia y los perfiles de cada carrera de la Facultad de Ingeniería. Si bien están situados en la planta alta del edificio central de la facultad, en ocasiones de eventos (por ejemplo, Expo Universidad, Jornada de Ciencia y Tecnología, entre otros) son trasladados a los lugares donde se realizan dichas exposiciones. Para la promoción de eventos, la Facultad de Ingeniería cuenta con un folleto tríptico (formato A4 desplegado), cuya diagramación es realizada por la Secretaría de Infraestructuras y Servicios.

## Señalización de espacios externos

En el exterior del edificio central y los nueve departamentos con edificio propio, la señalización de los alrededores, así como la identificación de los accesos es óptima. Cinco distribuidores (señales orientadoras) en todo el predio, ubican a las personas en el lugar donde se encuentran, con un plano de las dependencias y sus referencias correspondientes, facilitando la accesibilidad a los servicios requeridos. Además, existen carteles identificadores en todos los ingresos de cada dependencia, integrando un mismo sistema con los distribuidores, los que fueron colocados por la Dirección de Mantenimiento de la facultad en el año 2005.

## Señalización e información en espacios internos

La señalización interna es regular. Si bien existen identificadores de las distintas dependencias (direcciones, secretarías, aulas, sanitarios, etc.), presentan una marcada asistematicidad gráfica.

Respecto a las carteleras informativas, cada área de la facultad cuenta con su espacio para comunicar y las producciones gráficas que allí se colocan son diversas.

La Facultad de Ingeniería cuenta con personal y con un conjunto inicial de elementos que, ordenados en un programa de identidad propio, bien pueden ser la base de un sistema de comunicación visual de la institución, que consolide su identidad institucional.

## **Facultad de Odontología**

Las pocas piezas que se diseñan son realizadas por cada una de las dependencias por separado. La facultad no cuenta con un departamento o dirección para tales fines, por lo tanto la producción está completamente descentralizada.

## Identidad institucional

La escasa comunicación visual existente no responde a ningún programa de identidad. Sólo se evidencia un mínimo intento de mantener sistematicidad desde el aspecto cromático, a través del color institucional verde (observado en la página web y en las señales distributivas dentro del edificio).

## Papelería institucional

Para el funcionamiento interno y externo de la facultad, se utilizan varias piezas gráficas que constituyen la papelería institucional. Ésta se conforma de papel de carta, sobre,

tarjetas personales, planillas y formularios. La mayoría tienen el escudo de la Universidad Nacional de La Plata, el nombre de la facultad y su dirección. En el caso del papel carta, el sobre y las tarjetas personales están impresos en sistema tipográfico.

#### Página web

La página web fue diseñada en el año 2005 y si bien no responde a ningún subsistema de un programa de identidad de la facultad, se mantiene el color institucional utilizado en la señalética interna de la facultad.

#### Publicaciones

El diseño de las publicaciones no guarda relación con un sistema de identificación visual que tenga referencia con la identidad de la institución.

#### Promoción

En relación a las campañas de promoción, no existe folletería ni afiches institucionales y lo mismo ocurre con la difusión de eventos.

#### Señalización de espacios externos

En los alrededores del edificio único de la unidad académica, no se visualiza señalética alguna. Sobre uno de los laterales del edificio, se realizó un mural con dibujos infantiles referidos al mantenimiento de la salud bucal, lo que hace suponer si se transita por el lugar, que se está en presencia de la Facultad de Odontología. En el frente del edificio, se observa un rótulo con el nombre de la facultad, compuesto por letras negras en relieve, realizadas en chapa negra. Así mismo, al ingresar por el contrafrente, existe una identificación similar pero en pésimo estado de conservación, que se ubica a gran altura, sobre una columna cilíndrica.

#### Señalización e información en espacios internos

En sus ingresos se visualizan dos señales distribuidoras que contienen diferentes direcciones hacia las aulas, las clínicas y las áreas de gestión de la facultad. En el acceso al subsuelo, sobre la escalera, se presenta otra señal distribuidora con características similares a las anteriores. Para identificar las diferentes aulas, áreas y dependencias, conviven en el predio diferentes materiales en las señales identificadoras.

En los pasillos de todo el edificio, existen varias carteleras en las cuales se coloca información de todo tipo, destinada a alumnos, docente, graduados, directivos, etc. Cada

uno de los soportes gráficos responde a comunicados de las diferentes secretarías de la unidad académica en cuestión y no cuentan con diseño alguno.

La Facultad de Odontología no cuenta con personal ni con un programa de identidad propio, que ayude a consolidar su identidad institucional, resultando evidente la necesidad de contar con un programa y dispositivos de identidad que ayuden a consolidar su imagen institucional.

### **Facultad de Periodismo y Comunicación Social**

La Secretaría de Producción y Servicios es el área que elabora y ejecuta los distintos soportes, tanto para el periodismo, como para la edición gráfica, la técnica audiovisual, la práctica radiofónica y la creación en multimedia. En su ámbito funciona el Área de Producción Gráfica, creada en 1997 como un espacio que permite canalizar proyectos de la institución, de estudiantes y de terceros, en formato impreso. En la actualidad, esta área cuenta con un equipo de profesionales constituido por Licenciados en Comunicación Social y Diseñadores en Comunicación Visual.

#### Identidad institucional

Con el objetivo de sistematizar el trabajo de recolección, corrección, edición e impresión de cada una de las producciones que se concentran en el área de producción gráfica, se está elaborando un Manual de Estilo, que deberá ser consultado por los autores para entregar el material en la forma solicitada. Por el momento, existen reglas fijas estipuladas para el diseño de todos los soportes, como el uso de tipografía Univers, colores institucionales (naranja y azul), formato, utilización de bandas y filetes, manejo de caja tipográfica establecida, entre otros.

#### Papelería institucional

El equipo de diseñadores es el encargado de elaborar toda la papelería institucional interna y externa, como también folletos, trípticos, tarjetas, afiches, carteles, logos, certificados y diplomas destinados a campañas de promoción, eventos institucionales o de terceros.

#### Página web

La página web de la facultad tuvo su origen en el año 2002, cuando comenzó siendo un diario digital que a la vez operaba como sitio institucional. Luego, en el año 2006, se logró

la división de ambos, y la facultad obtuvo el dominio propio para funcionar únicamente como sitio institucional. El diseño estuvo a cargo del área gráfica en conjunto con el Área Multimedia y Nuevas Tecnologías de la Información (A.M.N.T.I.) de la facultad, manteniendo los colores institucionales.

#### Publicaciones

Con respecto a las producciones, es el área de Producción Gráfica la que nuclea todos los materiales que serán trabajados por el sello editorial Ediciones de Periodismo y Comunicación (EPC). En cuanto a los estudiantes, el área siempre tuvo como objetivo hacer extensiva la convocatoria para que participen en diferentes propuestas gráficas.

#### Promoción

El área de Producción Gráfica se encarga de la comunicación gráfica para promocionar diferentes eventos y/o actividades de la facultad- tal es el caso de la Muestra de Rodolfo Walsh, Expo Universidad, Congreso de radio, Jornadas de Rock, Día del Periodista, entre otros. Según las necesidades, se crean subsistemas integrados por signo de identidad, folletería, afiches, catálogos, banners, trípticos y demás.

#### Señalización de espacios externos

En los alrededores del edificio central de la facultad y del anexo de aulas<sup>190</sup>, no existe ningún tipo de señalización de orientación. En contraposición, para identificar el acceso a ambos predios se colocaron placas de bronce y de mármol respectivamente, grabadas en bajorrelieve. Además, sobre la puerta de ingreso al inmueble central se pintó un rótulo con el nombre de la facultad y las siglas de la Universidad Nacional de La Plata.

#### Señalización e información en espacios internos

La señalización interna existente es regular. Existen, en ambos edificios, señales identificadoras de las dependencias (direcciones, secretarías, aulas, sanitarios, etc.) que datan de varios años, realizadas por un grupo de diseñadores en comunicación visual. Solamente, al ingresar al edificio anexo se puede visualizar una señal distributiva, la cual remite a las dependencias que se encuentran en cada uno de los pisos. Para el nuevo edificio, se está desarrollando un nuevo proyecto señalético.

Respecto a las carteleras informativas, los espacios que la facultad utiliza para comunicar están claramente seccionados: Por un lado, hay 5 pizarras para disponer información de

---

<sup>190</sup> En el mes de marzo del año 2008, la totalidad de las aulas del edificio anexo de calle 4 y varias dependencias del edificio central, fueron trasladadas a un nuevo edificio construido en el Bosque Este, -diagonal 113, esquina 63-.

cada año de cursada de las carreras de grado; y por el otro lado, existen carteleras con convocatorias, concursos docentes, proyectos de extensión, programas de capacitaciones destinados a graduados, docentes y personal administrativo.

La Facultad de Periodismo y Comunicación Social cuenta con personal y con un conjunto inicial de elementos que, ordenados en un programa de identidad propio, bien pueden ser la base de un sistema de comunicación visual de la institución, que consolide su identidad institucional.

### **Facultad de Psicología**

No existe una dependencia abocada a esos temas como tampoco, profesionales idóneos que trabajen para mejorar la identidad, imagen y comunicación de la facultad.

#### Identidad institucional

La exigua comunicación visual existente en la institución no responde a ningún programa de identidad.

#### Papelería institucional

Las piezas gráficas que constituyen la papelería institucional de la facultad son papel carta y sobre, formularios, planillas, invitaciones y tarjetas personales. Algunas de ellas poseen el escudo mayor y el nombre de la Universidad Nacional de La Plata, y en una jerarquía menor el nombre de la facultad; otras, sólo el escudo y el nombre de la facultad.

#### Página web

La página web fue desarrollada desde el área de informática de la facultad en el año 2007, no contando con un diseño que referencia a un programa de identificación visual.

#### Publicaciones y promoción

Por el momento, la facultad no edita publicaciones ni emite folletería o afiches destinados a la promoción de campañas o eventos.

#### Señalización e información en espacios internos y externos

La Facultad de Psicología, creada en el año 2006, después de sucesivos reacomodamientos, se encuentra en un proceso de ordenamiento de los espacios propios. Al no contar con un espacio físico estable<sup>191</sup>, la institución no posee ningún tipo de

---

<sup>191</sup> La Facultad de Psicología ordenó sus espacios en un edificio único en el período marzo-abril del año 2008.

señalización, tanto externa como interna. Momentáneamente, sobre las puertas de algunas dependencias que funcionan en el 5° piso de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, se han colocado hojas A4 con los nombres de las respectivas oficinas.

También, existen carteleras ubicadas en el pasillo del mismo piso, con notificaciones destinadas a alumnos, graduados, docentes y personal administrativo. La materialización de esa información en soporte papel no presenta diseño alguno.

La Facultad de Psicología no cuenta con personal ni con un programa de identidad propio, que ayude a consolidar su identidad institucional, resultando evidente la necesidad de avanzar en ese sentido.

### **Facultad de Trabajo Social**

No existe un área específica para la elaboración de los soportes gráficos propios que circulan dentro y fuera de la facultad.

#### Identidad institucional

La Facultad de Trabajo Social no cuenta con un signo de identidad propio.

#### Papelería institucional

La papelería institucional interna es muy escasa, limitándose a papel carta con el membrete de la UNLP y tarjetas personales emitidas por la imprenta de la universidad para uso de las autoridades máximas. Los formularios y planillas son elaborados por cada secretaría según su necesidad, y ninguna de estas producciones responde a un programa de identidad.

#### Página web

La página web fue creada entre los años 2002-2003 por personal administrativo con perfil técnico adecuado al desarrollo de esta tarea. Actualmente se está proyectando un rediseño completo y actualización mediante la creación de un gabinete informático.

#### Publicaciones

El diseño de las publicaciones no guarda relación con un sistema de identificación visual que tenga referencia con la identidad de la institución.

## Promoción

El material gráfico de promoción, es muy escaso. No hay una producción sistematizada de piezas pues ésta depende de cada secretaría. Lo único que se promociona activamente son los cursos, seminarios y la Carrera de Especialización en Políticas Sociales. Las piezas eventuales, como afiches promocionales, están destinadas generalmente a la comunidad universitaria o a trabajadores sociales y la folletería a visitantes externos a la UNLP y no responden a ningún programa de identidad.

## Señalización del espacio exterior

En el exterior del edificio único, el acceso está identificado mediante una inscripción pintada en la fachada del edificio con el rótulo: Facultad de Trabajo Social, Universidad Nacional de La Plata. No hay señalización externa de este acceso como así tampoco de la rampa para discapacitados. Tampoco hay señalización de orientación en los alrededores.

## Señalización e información en espacios internos

La señalización interna del predio es regular y no existe ningún programa de comunicación al respecto. Encontramos algunas señales orientadoras, implementadas en el año 2007, que indican las direcciones de las dependencias y aulas cercanas, que están identificadas con señales dispuestas en los laterales de sus puertas.

Respecto a las carteleras informativas, algunas cátedras y áreas administrativas de la facultad cuentan con su espacio para comunicar en las galerías o al interior del edificio administrativo. Las producciones gráficas que allí se colocan son de diversa índole y formato.

La Facultad de Trabajo Social no cuenta con personal ni con un programa de identidad propio, que ayude a consolidar su identidad institucional.

### **IV.2.3. La comunicación informativa**

La comunicación informativa hace referencia a la transmisión de información que tiene lugar en las facultades, tanto la vinculada a la transmisión de conocimientos para la formación de los alumnos (acción que se ubica en el centro del quehacer de la institución), como la vinculada a la generación de conocimientos a través de la investigación científica y creativa y la que hace referencia a la comunicación con la sociedad, con el fin de difundir



actividades y avances del sistema universitario. Por este motivo, el relevamiento y el análisis se estructurarán en tres partes:

La comunicación para la enseñanza, que tendrá en cuenta los procedimientos de comunicación entre docentes y alumnos para la transmisión de conocimientos; soportes y dispositivos utilizados y el uso de TICs para la enseñanza.

La comunicación para la investigación, que considerará los dispositivos de publicación de nuevos avances en ciencia y tecnología producidos por la comunidad de investigadores de la facultad.

Y la comunicación para la extensión, que analizará la difusión y promoción de contenidos (oferta académica de grado y posgrado, investigaciones, proyectos de extensión y otras actividades) dirigidos a la sociedad; los soportes y dispositivos de comunicación utilizados y la relación de las facultades con los medios de comunicación masivos.

#### **IV.2.3.1. La comunicación informativa para la enseñanza**

##### **IV.2.3.1.1. Las modalidades pedagógicas con uso de TICs en las facultades**

Para comenzar este análisis, tomaremos como fuente una encuesta realizada en el año 2007, a las cátedras de la UNLP, por la Secretaría de Asuntos Académicos, con el objetivo de indagar y caracterizar los soportes tecnológicos y recursos didácticos que se utilizan en las distintas facultades para la enseñanza de grado con modalidad presencial.

Los datos que se sintetizan a continuación se relevaron mediante una encuesta estructurada, realizada en 297 cátedras, sobre un universo total de 2.820, en 11 de las 17 facultades, es decir, el 65% de las mismas. Si bien la información seguramente se completará con el total de las unidades académicas, consideramos relevante y suficientemente representativa, la consideración de los datos disponibles al momento de la investigación.

Referido a los soportes, para la enseñanza presencial de grado, el más utilizado por los docentes en el desarrollo de las clases presenciales es el pizarrón, ya que su uso asciende al 92% de las cátedras que respondieron la encuesta; el segundo soporte utilizado es el cañón, en el 67% de los casos, al que le sigue la PC con el 60% y el retroproyector con el 53%.

Referido a la utilización de diferentes recursos que se identifican como apoyos didácticos al desarrollo de la enseñanza, el 61 % de las cátedras manifiesta utilizar archivos de Power Point como recurso para la enseñanza. Y al uso del Power Point le siguen, con valores

similares: los documentos de texto (59%), las páginas web (59%), la búsqueda en páginas web (56%) y las filmillas (53%).

Referido al uso de la página web, el 48% la posee, aunque el uso de plataformas al interior de la modalidad presencial es muy limitado; sólo 3 cátedras de 3 facultades incorporan esta herramienta.

En cuanto a los soportes y frecuencia de uso de los medios de comunicación con los alumnos, el soporte más utilizado es el correo electrónico, ascendiendo su uso al 71% de las cátedras que respondieron la encuesta; le sigue como vía de comunicación la página web, para el 40% de los casos; un 38% de las cátedras menciona utilizar también otras vías de comunicación; y aquellas que lo especifican, mencionan la comunicación personal, los transparentes o las carteleras.

Por su parte, respecto de las vías de comunicación entre los docentes de las cátedras, si bien se observa una tendencia similar respecto del uso del correo electrónico que asciende al 87% de las cátedras encuestadas, los valores respecto del uso de la página web son significativamente menores a los que se señalaron respecto de la comunicación con los alumnos, ubicándose en un 9%.

Finalmente, del total de cátedras encuestadas, sólo 10 implementan alguna modalidad no presencial. Dos de ellas a distancia, otras dos con formato Blended-learning y seis articulando instancias presenciales y no presenciales (SAA UNLP, 2007[1]).

Para complementar estos datos, tomaremos como fuente el relevamiento realizado por el Observatorio TICs de la Facultad de Informática, entre agosto de 2006 y enero de 2007, acerca de la oferta de servicios para el uso de TICs en las 16 facultades<sup>192</sup>, (Díaz, Molinari y Raimundo, 2007); pudimos observar diversos aspectos:

servicios	facultades	porcentaje
mail	16	100%
web cátedra	13	81%
cañón óptico <sup>193</sup>	10	63%
notebook	5	31%
Internet <sup>194</sup>	4	25%
Portal Secyt	3	19%

<sup>192</sup> La Facultad de Psicología fue creada el 4 de julio del año 2006 y el proceso de consolidación era incipiente al momento de esa investigación, siendo considerada aún, como departamento de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

<sup>193</sup> El cañón óptico se usa en todas las facultades, se contabiliza las que lo utilizan con intensidad.

<sup>194</sup> Se refiere al uso de Internet para el dictado de clases, y también se contabilizan las facultades que lo usan con intensidad.

En el caso del mail, como marcamos más arriba, la totalidad de las facultades brinda cuentas con dominio propio, con la posibilidad de acceso vía webmail. También, en el 100% de los casos, se informó que la facultad utiliza el mail como una de las principales formas de comunicación con los docentes (ver párrafo IV.2.1.2.).

Sobre los sitios web para cátedras, si bien más del 80% de las facultades ofrece dicho servicio, es muy dispar el grado de utilización efectiva de las mismas por parte de los docentes. Así también, es muy variado el conjunto de prestaciones que ellos brindan, que van de una mera información de la composición de la cátedra más el programa de la misma, hasta la existencia de contenidos como trabajos prácticos, materiales bibliográficos o apuntes.

Respecto al uso de cañones ópticos, casi la totalidad de los informantes han señalado el incremento de su demanda por parte de los docentes en los últimos años. Su utilización se encuentra asociada a la utilización de notebooks, en las facultades que poseen dicho equipamiento.

El uso de Internet fue señalado sólo en el 25% de los casos. En general estuvo asociado al uso por parte de los docentes de la sala de informática que posee la facultad. De esta manera, es posible que se pierda el registro de tareas que puedan realizar los alumnos fuera del ámbito de la sala, o por fuera de una clase específica desarrollada en la misma.

En relación al Portal Secyt (Secretaría de Ciencia y Técnica de la Nación), si bien puede estar más relacionado a la investigación, en los casos contados fue vinculado a su utilización en docencia. Como se sabe, el acceso a dicho portal es posible en toda la universidad, por lo que se interpreta que estas respuestas transmiten la valoración que tiene dicho recurso para la disciplina específica, indicando un uso del mismo. Una menor frecuencia, 2 casos por cada uno, se dio en tópicos como: videoconferencia, listas de distribución, biblioteca, y sitio web de la facultad. Referido a servicios como Podcast, CMS, FTP, mensajería instantánea y entorno de educación a distancia, hubo 1 respuesta positiva.

Se buscó también, registrar qué innovaciones en TICs para la docencia tienen en marcha las distintas facultades:

innovaciones	facultades	porcentaje
ninguna	4	25%
CMS <sup>195</sup>	3	19%
listas	3	19%
manejo notas	2	13%
SIU	2	13%
biblioteca digital	2	13%
web cátedra	2	13%

En sólo el 25% de los casos, se informó que por el momento no hay pensado innovar en relación a los recursos TICs para la docencia. Sin embargo, en el 75% restante de las facultades se está instrumentando algún tipo de nueva implementación o mejora respecto a los servicios ya ofrecidos. En 3 facultades se están probando herramientas de gestión de contenidos (CMS), para el uso por parte de los docentes como apoyo a las actividades presenciales. A esto se suman 2 facultades que están buscando mejorar el aprovechamiento de los sitios web de las cátedras. También en otras 3 facultades, se están poniendo en marcha listas de distribución que apuntan a la comunicación masiva entre docentes y entre ellos y sus alumnos. Hay 2 casos en los que se están implementando sistemas de desarrollo propio para el manejo de notas. Referido al punto anterior, también se está valorizando al SIU Guaraní como apoyo a la tarea docente. En uno de estos casos, se piensa realizar actividades de difusión para su uso entre el plantel docente. Hay además, 2 facultades desarrollando proyectos de bibliotecas digitales propias, que permitan el acceso a los alumnos de la producción escrita de las cátedras. Entre otros proyectos en danza se pudieron registrar: compra de notebooks, instalación de soporte inalámbrico, videoconferencia y producción de newsletters.

Acerca del uso de TICs en la docencia presencial, según las autoridades entrevistadas, se estima la siguiente proporción:

---

<sup>195</sup> El CMS, es un sistema de gestión de contenidos, principalmente en la web, que permite manejar de manera independiente el contenido y el diseño y se usa generalmente para publicaciones, e-learning, foros o blogs.

TICs	facultades	porcentaje
cañón Óptico	16	100%
Internet	7	44%
clases en sala	5	31%
mail	4	25%
videoconferencia	3	19%
web cátedra	3	19%
listas distribución	1	6%

El cañón óptico, se utiliza en todas las facultades y el uso de Internet en clases avanza. Respecto a las clases en la sala de informática, es pequeña la proporción de cátedras que utilizan las salas en relación al total de cátedras por facultad, aunque hay excepciones que derivan de la naturaleza de algunas carreras, más vinculadas a la utilización de tecnologías informáticas. En relación al uso de los sitios de las cátedras, se puede ver también comparando respuestas, que más allá que exista el servicio, este podría estar siendo subutilizado.

Teniendo en cuenta que el uso de tecnologías no está relacionado sólo con la disposición y acceso a las mismas, sino también con la formación de los potenciales usuarios, se buscó indagar si las facultades tenían políticas concretas de capacitación del plantel docente en tecnologías informáticas.

formación de docentes en TICs	facultades	porcentaje
ninguna	8	50%
hay algún tipo de capacitación	5	31%
ns/nc	3	19%

En el caso de la categoría 'ninguna', en 2 de los casos de las 8 facultades que contestaron se aclaró que se considera que los docentes no lo requieren por el tipo de formación que ya poseen, relacionado a sus disciplinas específicas. Los casos en que se informó que la facultad daba algún tipo de capacitación, merecen ciertas aclaraciones. En 2 de las facultades la capacitación que se realiza es de tipo individual, a la manera de asesoramiento puntual a los docentes que se acercan para resolver algún problema o para evacuar dudas. En otras 2 unidades académicas, se aseveró que la capacitación es de carácter más general, por ejemplo, el armado de algún curso, entre los que en un caso aparece como curso de

posgrado de una especialización. Los contenidos dictados en todos los casos, están mayormente relacionados con creación de contenidos web o con el manejo de herramientas o softwares específicos, aunque en una facultad se ofrecen cursos de búsquedas especializadas de bibliografía. El caso restante de los 5 de esta categoría, refiere al apoyo por parte de la facultad para que parte del plantel tome los cursos dictados en el ámbito de la universidad en el marco de educación a distancia y carrera docente. En algunas facultades, se informó además, que se brinda apoyo para la confección de instructivos, bases de datos, e incluso en un caso ayuda on line.

Al preguntar si existe una estrategia o política desde la unidad académica para estimular o difundir el uso de tecnologías informáticas entre los docentes, se obtuvieron las siguientes respuestas:

políticas académicas	facultades	porcentaje
no hay	7	44%
hay	3	19%
se fomenta el uso	6	38%

La categoría ‘no hay’ refiere a que no existe una política activa, sino que más bien se toman actitudes reactivas ante la demanda de los docentes, respondiendo en torno a los recursos disponibles. Las facultades que declararon tener una política, no llegan al 20% del total, pero evidenciaron una estrategia de carácter más proactivo hacia la cuestión, demostrando un interés claro por estimular el uso de TICs en docencia. En el resto de las facultades, se considera que se fomenta su uso. El significado de esta categoría está dado por asegurar condiciones y optimizar recursos para brindar posibilidades de utilización de tecnologías, es decir brindar infraestructura y soporte. Hay que destacar que en todos los casos en que existe cierta actitud de difundir el uso de TICs, de ninguna manera ese uso es requerido por la institución dejándolo librado a la voluntad de los docentes (Díaz, Molinari y Raimundo, 2007).

#### Las TICs y los estudiantes

A través de la encuesta realizada a los encargados de las salas de informática que tienen las facultades, se procuró rastrear el uso que hacen los estudiantes de los servicios TICs que ofrece la institución. En primer lugar, indagamos sobre la cantidad de salas existentes:

salas por facultad	facultades	porcentaje
Ninguna	1	6%
1	11	69%
2	2	13%
3 o más	2	13%

Así, se puede ver que en casi el 70% de las facultades hay sólo una sala de computación. Se consideró sala al espacio con equipamiento disponible para uso libre de docentes y/o alumnos, no entrando en consideración ciertos espacios restringidos o de uso exclusivo, como gabinetes de multimedia. En la única facultad donde no hay sala, se considera que esta no es necesaria, pues la mitad de los alumnos tienen PC y la oferta de cybers de la zona cubre la demanda de uso. Casi la mitad de las facultades ofrecen entre 8 y 10 horas diarias de sala, con lo que se intenta cubrir 2 bandas horarias. Dentro del grupo de facultades que brindan más de 10 horas de sala por día (40%), la mitad supera las 12 horas y un caso informó que hay uso remoto de la misma, por lo que la cobertura es de 24 horas.

En cuanto a la cantidad de usuarios diarios, encontramos lo siguiente:

usuarios diarios	facultades	porcentaje
hasta 15	4	27%
entre 15 y 50	3	20%
más de 50	5	33%
no sabe	3	20%

Con ello se puede ver que en casi el 30% de las facultades hay un número muy reducido de alumnos que diariamente utiliza la sala, aunque en general los números de usuarios diarios no se registran.

En relación a la cantidad de PCs disponibles por sala, se pudo registrar:

PCs por sala	facultades	porcentaje
menos de 5	3	20%
entre 5 y 15	7	47%
entre 20 y 50	5	33%

En los casos que hay más de una sala, las cantidades corresponden al total de PCs disponibles para uso, es decir se suman. Se puede ver que casi el 70% de las facultades tienen disponibles como máximo 15 PCs.

Al ahondar sobre el uso que los estudiantes hacen de la sala, encontramos que en la mayoría de las facultades las salas son utilizadas para navegación y uso de aplicaciones ofimáticas. Si profundizamos en los productos disponibles en las mismas, nos encontramos con las siguientes proporciones:

navegador	facultades	porcentaje
sólo IE	7	47%
IE y Firefox	6	40%
sólo Firefox	2	13%

suite ofimática	facultades	porcentaje
office	10	67%
office y open office	4	27%
open office	1	7%

Es decir que, coincidente con el ascenso a nivel mundial del navegador Mozilla, vemos que más del 50% de las salas de las facultades lo tienen instalado en sus equipos (Díaz, Molinari y Raimundo, 2007).

En síntesis, puede observarse que muchos ámbitos de docencia, extensión e investigación utilizan TICs en forma cada vez más intensiva, lo que ha motivado que se realice un proceso de mejora continua de servicios de la Intranet de la UNLP.

Si revisamos el panorama facultad por facultad, en cuanto a las modalidades pedagógicas con uso de TICs, podemos observar que:

La Facultad de Arquitectura y Urbanismo pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, no Internet, web de cátedra, cañón óptico, no videoconferencia, y notebook. Cuenta con una sala de informática (que no usan las cátedras) con 9 PCs. Entre las innovaciones TICs para docencia en implementación se menciona la web cátedra. Y no hay políticas académicas para el uso de TICs, pero se fomenta el uso.

La Facultad de Bellas Artes pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, no Internet, web de cátedra, cañón óptico, no videoconferencia, y no notebook. No cuenta con una sala de informática. Entre las innovaciones TICs para



docencia en implementación se menciona el manejo de notas. Y no hay políticas académicas para el uso de TICs.

La Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, Internet, no web de cátedra, no cañón óptico, no videoconferencia, y no notebook. Cuenta con una sala informática (que usan 5 cátedras) con 21 PCs. No se mencionan innovaciones TICs para la docencia. Y no hay políticas académicas para el uso de TICs.

La Facultad de Ciencias Astronómicas y Geofísicas pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, no Internet, web de cátedra, cañón óptico, no videoconferencia, y no notebook. Cuenta con una sala informática (que usan 9 cátedras) con 8 PCs. Entre las innovaciones TICs para docencia en implementación se menciona el CMS y la web cátedra. Y hay políticas académicas para el uso de TICs.

La Facultad de Ciencias Económicas pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, no Internet, web de cátedra, no cañón óptico, no videoconferencia, y no notebook. Cuenta con dos salas informáticas (que usan 4 cátedras) con 23 PCs. Entre las innovaciones TICs para docencia en implementación se menciona las listas y los newsletter. Y no hay políticas académicas para el uso de TICs.

La Facultad de Ciencias Exactas pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, Internet, web de cátedra, cañón óptico, no videoconferencia, y no notebook. Cuenta con una sala informática (que usan 3 cátedras) con 6 PCs. No se mencionan innovaciones TICs para la docencia. Y no hay políticas académicas para el uso de TICs.

La Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, Internet, web de cátedra, no cañón óptico, no videoconferencia, y notebook. Cuenta con una sala informática (que no usan las cátedras) con 8 PCs. Entre las innovaciones TICs para docencia en implementación se menciona la videoconferencia. Y no hay políticas académicas para el uso de TICs pero se fomenta el uso.

La Facultad de Ciencias Médicas pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, no Internet, web de cátedra, cañón óptico, videoconferencia, y notebook. Cuenta con una sala informática (que no usan las cátedras) con 6 PCs. No se mencionan innovaciones TICs para la docencia. Y no hay políticas académicas para el uso de TICs.

La Facultad de Ciencias Naturales y Museo pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, no Internet, web de cátedra, no cañón óptico, no videoconferencia, y no notebook. Cuenta con una sala informática (que usan 20 cátedras) con 12 PCs. Entre las innovaciones TICs para docencia en implementación se mencionan las listas y la biblioteca digital. Y no hay políticas académicas para el uso de TICs.

La Facultad de Ciencias Veterinarias pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, Internet, no web de cátedra, cañón óptico, no videoconferencia, y notebook. Cuenta con una sala informática (que no usan las cátedras) con 4 PCs. Entre las innovaciones TICs para docencia en implementación se menciona la comunicación masiva. Y no hay políticas académicas para el uso de TICs pero se fomenta el uso.

La Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación<sup>196</sup> pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, no Internet, web de cátedra, no cañón óptico, no videoconferencia, y no notebook. Cuenta con dos salas informáticas (que usan 35 cátedras) con 26 PCs. Entre las innovaciones TICs para docencia en implementación se mencionan la biblioteca digital y el moodle<sup>197</sup>. Y no hay políticas académicas para el uso de TICs.

La Facultad de Informática pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, no Internet, web de cátedra, entorno educación a distancia, cañón óptico, videoconferencia, y notebook. Cuenta con cinco salas informáticas (que usan 8 cátedras) con 30 PCs. No se mencionan innovaciones TICs para la docencia. Y hay políticas académicas para el uso de TICs.

La Facultad de Ingeniería pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, no Internet, web de cátedra, cañón óptico, no videoconferencia, y no notebook. Cuenta con tres salas informáticas (que usan 22 cátedras) con 43 PCs. No se mencionan innovaciones TICs para la docencia. Y no hay políticas académicas para el uso de TICs pero se fomenta el uso.

La Facultad de Odontología pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, no Internet, web de cátedra, cañón óptico, no videoconferencia, y notebook. Cuenta con una sala informática (que usan 10 cátedras) con 30 PCs. Entre las innovaciones

---

<sup>196</sup> Incluye a la Facultad de Psicología, de reciente creación.

<sup>197</sup> El moodle derivado del CMS, es usado para la gestión de cursos de libre distribución que complementa el aprendizaje presencial y que ayuda a los educadores a crear comunidades de aprendizaje en línea

TICs para docencia en implementación se mencionan la notebook y la red inalámbrica. Y no hay políticas académicas para el uso de TICs pero se fomenta el uso.

La Facultad de Periodismo y Comunicación Social pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, no Internet, web de cátedra, cañón óptico, no videoconferencia, y notebook. Cuenta con una sala informática (que usan 3 cátedras) con 4 PCs. Entre las innovaciones TICs para docencia en implementación se menciona el CMS y el manejo de notas. Y no hay políticas académicas para el uso de TICs pero se fomenta el uso.

La Facultad de Trabajo Social pone como servicios TICs a disposición de los docentes el uso de e-mail, no Internet, no web de cátedra, cañón óptico, no videoconferencia, y no notebook. Cuenta con una sala informática (que no usan las cátedras) con 3 PCs. No se mencionan innovaciones TICs para la docencia. Y no hay políticas académicas para el uso de TICs (CeSPI, 2007[3]).

#### **IV.2.3.1.2. Los dispositivos para la promoción de posgrados en las facultades**

El otro aspecto de la comunicación informativa para la educación que merece una mención para el caso de las facultades, son los sistemas de promoción de la educación superior permanente enfocados a los posgrados, ya que los dispositivos de educación a distancia y de búsqueda de información se concentran en la Presidencia y fueron oportunamente analizados en este capítulo (ver parágrafos IV.1.3.1.2. y IV.1.3.1.3.).

Los mecanismos para la difusión de los posgrados de las facultades de la UNLP se desarrollan en forma paralela a la difusión general realizada desde la Presidencia (ver parágrafo IV.1.3.1.4.). Las TICs disponibles y utilizadas para el dictado presencial de los posgrados, están incluidas y suficientemente analizadas en el primer apartado de este parágrafo, observándose que en general, las facultades cuentan con un equipamiento básico al igual que ámbitos adecuados, con una a tres aulas equipadas y destinadas para tal fin en la mayoría de las facultades (algunas superan esa media, como la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, que cuenta con una casa de posgrado, con siete aulas adecuadas totalmente para esa actividad).

El desarrollo del dictado a distancia o semipresencial de posgrados es incipiente, con alguna experiencia puntual en las Facultades de Arquitectura, Ciencias Naturales,

Humanidades, Informática, Medicina, Odontología y Periodismo (ver párrafo IV.1.3.1.2.).

Según un relevamiento realizado por la Prosecretaría de Posgrado de la UNLP en el año 2007, los dispositivos de difusión más comúnmente usados por las facultades son la página web de la facultad y los e-mails (a graduados, docentes, investigadores, colegios profesionales, dependencias del gobierno, facultades del país y la región y otras instituciones, y revistas especializadas), acompañados de folletería, afiches y publicaciones en las revistas propias. Los costos altos hacen que la publicidad en diarios y medios radiales y televisivos sea esporádica y puntual o inexistente.

#### **IV.2.3.2. La comunicación informativa para la investigación**

La comunicación informativa para la investigación en las facultades no cuenta con servicios propios de búsqueda de la información que se sumen a los desarrollados por la Presidencia (ver párrafo IV.1.3.2.), sin embargo, se registra un importante espectro de publicaciones que reflejan el conocimiento producido en la UNLP. En este párrafo analizaremos las revistas ‘científicas’ (con ISSN, indexadas, con referato, publicadas con cierta periodicidad y con pautas para publicar, con un comité editor y con un comité asesor), que son las tomadas como una referencia básica por los organismos nacionales e internacionales, para medir la cantidad de conocimiento generado por la UNLP.

De acuerdo a un relevamiento realizado por la Prosecretaría de Políticas en Ciencia y Técnica (ver párrafo IV.1.3.2.), de las 63 revistas publicadas por las facultades, 18 son revistas ‘científicas’ y 22 ‘especializadas’<sup>198</sup>, que cumplen las condiciones enunciadas. Las Facultades de Ciencias Astronómicas y Geofísicas, de Ciencias Económicas, de Ciencias Exactas, de Ciencias Jurídicas y Sociales, de Ingeniería y de Trabajo Social, no cuentan con publicaciones ‘científicas’ y las Facultades de Arquitectura y Urbanismo, de Ciencias Agrarias y Forestales, Ciencias Astronómicas y Geofísicas, Ciencias Exactas, Ciencias Médicas, Ciencias Naturales y Museo, Ciencias Veterinarias, Ingeniería y Odontología, no cuentan con publicaciones ‘especializadas’.

Como se deduce, 6 facultades no cuentan con publicaciones científicas, 9 no cuentan con publicaciones especializadas y 3 no cuentan con ninguna de las dos: las Facultades de

---

<sup>198</sup> A los efectos de esa clasificación, se consideró revistas científicas a aquellas que publican un rango amplio de temas, aspectos y perspectivas de un campo del conocimiento, mientras que las revistas especializadas se circunscriben a una temática específica.

Ciencias Astronómicas y Geofísicas, Ciencias Exactas e Ingeniería, cuyas causas indagaremos en este párrafo, junto a la caracterización puntual de las revistas científicas, para el caso de aquellas facultades que las editen (la información pormenorizada del perfil de las revistas especializadas, de divulgación y de difusión, se desarrollará en el párrafo IV.2.3.3. que indaga sobre la comunicación institucional informativa para la extensión).

Por su parte, las revistas de divulgación científica, tecnológica y artística son 15, y las de difusión institucional como los boletines de difusión académica son 8 (PSPCyT UNLP, 2007[1]).

La Facultad de Arquitectura y Urbanismo cuenta con dos publicaciones, la revista de difusión '47 al Fondo' y la revista científica 'Estudios del Hábitat', editada en soporte papel por el Instituto de Estudios del Hábitat (IDEHAB) de la Facultad, categorizada con Nivel 1 de calidad editorial por el Centro Argentino de ISSN (CAICYT / CONICET). Desarrolla temas relacionados con ambiente, arquitectura, bioclimatismo, didáctica, epistemología y metodología, gestión habitacional, historia de la arquitectura, etc. Cuenta con un comité científico integrado por investigadores de varias universidades nacionales, y con un comité editorial conformado por profesionales de la facultad.

La Facultad de Bellas Artes, cuenta con 8 publicaciones: las revistas en soporte papel 'Arte y libertad', 'Arte y opinión', 'Clang', 'La Puerta' y 'Nexo', las revistas especializadas 'Arkadin' y 'La Puerta FBA'; y la revista 'Arte e Investigación'; publicación científica editada en soporte papel, con artículos sobre los resultados de los proyectos de becarios e investigadores de todos los departamentos de la FBA. Fue lanzada en 1996 y editada durante cuatro años consecutivos, sin embargo, su quinto y último número es de mayo del año 2006, con 500 ejemplares, mostrando una edición discontinua, aunque la Dirección de Publicaciones y la Secretaría de Ciencia y Técnica se proponen publicarla anualmente.

La Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales cuenta con una publicación científica electrónica, 'La revista de la Facultad de Agronomía', que cubre actividades de investigación. Se edita, en general, una por año. Es de mucha trascendencia ya que se trata de la primera revista científica que se editó desde una universidad argentina en 1895. Cuenta con un comité de editores asociados provenientes de universidades argentinas y latinoamericanas. La revista está citada en LATINDEX, Biological Abstracts, Field Crop Abstracts, Herbage Abstracts, Plant Breeding Abstracts. Review of Applied Entomology, Review of Plant Pathology, Soil and Fertilizers.

La Facultad de Ciencias Astronómicas y Geofísicas cuenta con un boletín electrónico de noticias y difusión y no publica revistas científicas o especializadas. Los investigadores prefieren difundir sus trabajos en revistas científicas de alta divulgación, en su mayoría internacionales. Roberto Venero, Secretario de Extensión Universitaria describe el sistema de publicación de papers y sus características:

*Los investigadores, cuando envían un trabajo de investigación para publicar por ejemplo a una revista inglesa, lo mandan con formato estricto de revista. Se envía al editor por e-mail, que lo reenvía al referee, y si lo acepta se publica. Hay 5 o 6 revistas internacionales con muy buen prestigio; y si publicás allí, será bien considerado tu trabajo porque tienen buen arbitraje (referee), aunque también hay revistas que tienen menor categoría pero que igual están bien para publicar, no obstante las revistas que publican trabajos de todas las disciplinas científicas son las más prestigiosas de todas. Todas estas publicaciones están en Internet, si te suscribís a las revistas (que es caro) podés sacar un trabajo.*

*Con respecto a nosotros, antes publicábamos los Anales del Observatorio. Actualmente está el boletín de la Asociación Argentina de Astronomía que es electrónico y hasta hace poco impreso y no cuenta con un referato muy duro. También se puede mencionar la Revista Mexicana de Astronomía, única en castellano, que realiza cada cuatro años, una reunión latinoamericana.*

*Hay sitios de Internet donde están los trabajos en formato electrónico, ordenados por autor o tema. Están bien armados, con todas las publicaciones o base de datos de información astronómica. Hay demasiados datos que no se pueden terminar de procesar e igual se hacen públicos porque se considera que otro investigador retomará el tema y lo investigará.*

*Ahora la comunidad científica internacional se comunica mucho entre sí a través de Internet 2 (Venero, entrevista personal, 18/10/2006).*

La Facultad de Ciencias Económicas cuenta con dos revistas especializadas: 'La Revista Económica' y 'Ecos de Grado y Posgrado'.

La Facultad de Ciencias Exactas cuenta con dos revistas de divulgación: 'Materia Pendiente' y 'Episteme'. La facultad no publica revistas científicas. Al igual que en el caso de la FCAyG, los investigadores prefieren difundir sus trabajos en revistas científicas de alta divulgación, sean del CONICET u otras, en su mayoría internacionales.

La Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales cuenta con 6 publicaciones, 4 especializadas: 'Anales de doctrina', 'Niños, menores e infancia', 'Revista del Instituto de Integración Latinoamericano', y 'Revista del Instituto de Relaciones Internacionales' y 2 de divulgación: 'Convergencias' e 'Intercambios'; y no cuenta con revistas científicas.

La Facultad de Ciencias Médicas cuenta con una publicación científica electrónica, 'La revista de la Facultad de Ciencias Médicas', que cubre actividades de investigación. Se edita, en general, una por año (la última registrada es del año 2006). Cuenta con un comité científico y con un comité editorial conformado por profesionales destacados de la Facultad y de otras universidades nacionales.

La Facultad de Ciencias Naturales y Museo cuenta con 6 publicaciones: ‘Revista Museo’, ‘Calendario electrónico’, ‘El boletín electrónico de la Biblioteca Florentino Ameghino’ y 3 publicaciones científicas:

‘La Revista del Museo de La Plata, nueva serie’, electrónica y con antecedentes en la revista ‘Anales’ de 1890 y con publicaciones científicas desde 1905.

‘Aquatec’, revista electrónica del Instituto de Limnología ‘Raúl Ringuelet’, con 7 números editados.

‘Biología Acuática’, revista electrónica del Instituto de Limnología ‘Raúl Ringuelet’ con 21 números editados, dedicada a la Limnología en general y particularmente a la biología de las aguas continentales. Tienen cabida en ella trabajos monográficos y de divulgación científica, revisiones, recopilaciones de trabajos inéditos de varios autores sobre temas afines, resúmenes de reuniones científicas, bibliografías y artículos extensos sobre temas que sirven de base o modelo para investigaciones futuras.

La Facultad de Ciencias Veterinarias cuenta con una publicación científica semestral con referato, en soporte digital (en PDF): ‘Analecta Veterinaria’, que se comenzó a editar en 1969 y que difunde en castellano e inglés, trabajos científicos en el campo de las ciencias veterinarias, generados en esta facultad y en otras instituciones, y refleja las actividades académicas de postgrado y de extensión que se desarrollan en la facultad. Cuenta con un comité editorial de 8 profesionales. Se publicaron hasta el momento 27 volúmenes (con varios números por volumen), y desde el volumen 18 es digital. Está indizada en el Índice Latinoamericano de Revistas Científicas y por el Ulrich’s International Periodicals Directory, y recientemente el CAICYT-CONICET la ha catalogado como ‘Nivel 1 Superior de Excelencia’.

La Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación cuenta con 16 publicaciones: 2 de divulgación: ‘Boletín del Instituto de Investigaciones Educativas’ y ‘Los adultos mayores nos informan’; 9 especializadas: ‘Anuario del Instituto de Historia Argentina’, ‘Auster’, ‘Cuadernos de Lenguas Modernas’, ‘Cuestiones de Sociología’, ‘Educación Física y Ciencia’, ‘Geograficando’, ‘Palabra clave’, ‘Puertas abiertas’ y ‘Sociohistórica’, y 5 revistas científicas:

‘Mundo agrario’, revista científica con referato, en soporte gráfico y digital, de periodicidad semestral, editada desde el año 2000 por el Centro de Estudios Histórico-Rurales. Se editaron 14 ejemplares. Integra el núcleo básico del CONICET y de Revistas Científicas Argentinas (CAICYT) y participa del Proyecto SciELO. Está indizada en las bases de datos CLASE (Citas Latinoamericanas de Ciencias Sociales y Humanidades),

Redalyc, 4P (UNIRED: Proyecto Padrinazgo Publicaciones Periódicas Argentinas). También está incluida en LATINDEX (Catálogo del Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal).

‘Olivar’, Revista científica con referato, en soporte gráfico, de edición anual y extensión variable (entre 150 y 320 páginas), editada desde el año 2000 por el Centro de Estudios de Teoría y Crítica Literaria; período en el que se editaron nueve ejemplares, integrando el núcleo básico del CONICET.

‘Revista de Filosofía y Teoría Política’, publicación científica con referato, en soporte gráfico, de edición anual y extensión variable, considerada el órgano oficial del Departamento de Filosofía de la Facultad. Recoge investigaciones de todas las áreas disciplinares y corrientes filosóficas que se ajusten a las normas y criterios de la práctica académica y científica de la disciplina y se publica desde la década del 50; aunque desde la recuperación de la democracia adoptó su actual denominación. En 1985 se editó el primer ejemplar (el número 25) de este nuevo período. En el 2001 se conformó su Comité Editorial y hasta el momento se publicaron 37 ejemplares, integrando el núcleo básico del CONICET.

‘Orbis Tertius’ es una revista científica con referato, de teoría y crítica literaria, publicada por el Centro de Estudios de Teoría y Crítica Literaria, de periodicidad: anual. Los artículos son sometidos a una doble instancia de arbitraje y está indizada en las bases de datos CLASE (Citas Latinoamericanas de Ciencias Sociales y Humanidades), HAPI (Hispanic American Periodicals Index), 4P (UNIRED: Proyecto Padrinazgo Publicaciones Periódicas Argentinas). También está incluida en LATINDEX (Catálogo del Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal).

‘Synthesis’, revista científica con referato, en soporte gráfico, de periodicidad estrictamente anual (sale en septiembre) y extensión variable (entre 130 y 230 páginas). Editada por el Centro de Estudios de Lenguas Clásicas, Área Filología Griega. Fue lanzada en 1994, dos años después de creado el mencionado Centro de Estudios, a fin de difundir sus tareas de investigación y consolidarla como vehículo de comunicación entre los estudiosos del país y del exterior. Ese año se conformó su primer Comité Editorial, publicándose 14 ejemplares hasta la fecha. En el año 2001 obtuvo el Nivel I (nivel superior de excelencia) por la evaluación realizada por el Centro Argentino de Información Científica y tecnológica (CAICYT) e ingresó al Catálogo LATINDEX.



La Facultad de Informática cuenta con 3 publicaciones: Una de difusión: 'Willay', una especializada: 'TE&ET', y la revista científica 'Journal of Computer Science and Technology' -JCS&T-, publicación en soporte digital indexada con referato internancional, destinada a la difusión de resultados de I/D en informática. Se publican tres números anuales con trabajos científicos y tecnológicos de todo el mundo.

La Facultad de Ingeniería cuenta con 3 publicaciones de difusión: la revista 'Proyectarse', el boletín 'Comunicarse' y el boletín electrónico 'Noticias de interés universitario', y no cuenta con publicaciones científicas.

La Facultad de Odontología cuenta con dos publicaciones científicas:

'Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Odontología', una publicación informativa y científica anual con referato que cuenta con un comité científico internacional y está registrada por el CONICET. Es de tamaño tabloide, de 68 páginas y se imprimen 3.000 ejemplares. Publica trabajos de profesores de la facultad y de otras universidades y está dirigida a profesionales odontólogos. Una empresa especializada en publicaciones médicas la diseña, imprime y distribuye a las facultades de odontología de todo el país, a muchas del extranjero, a la CONEAU y a otras instituciones.

El Decano Isaac Meschiany aspira a una frecuencia semestral: "Lo intentaremos pero el problema es económico. Es muy caro imprimirla y aunque tenemos sponsors, recurrimos a ellos también para otras cuestiones y cuando llega la época de hacer la revista, empiezan los problemas porque ya pedimos demasiado" (Meschiany, entrevista personal, 06/03/2007).

No obstante, el Secretario de Postgrado, Ricardo Miguel, aclara que los investigadores de la Facultad de Odontología publican en revistas científicas con referato, exponen en seminarios de nivel internacional y mantienen un fuerte intercambio con las universidades y entidades científicas, como por ejemplo la Sociedad Argentina de Investigación Odontológica (Miguel, entrevista personal, 06/03/2007).

Además se publican anualmente en los 'Anales Científicos', los trabajos presentados en las jornadas científicas anuales que se realizan en la Facultad y se distribuyen en el país.

La Facultad de Periodismo y Comunicación Social cuenta con 6 publicaciones; dos de divulgación: 'Entrelíneas de la política económica' y 'Agencia Periodística del Mercosur', una de difusión: 'Reporteros de la Universidad digital', 2 especializadas: 'Oficios Terrestres' y 'Tram(p)as' y una revista científica: La revista 'Question', publicación trimestral, en soporte digital, realizada por la Secretaría de Investigaciones y Posgrado, que se edita desde

el año 2005 y hasta el momento salieron 16 números. Cuenta con un comité de referato de 17 miembros, la mayoría de la UNLP e integra el Catálogo Latindex de revistas científicas, calificada con Nivel I Superior de Excelencia.

La Facultad de Psicología cuenta con 2 publicaciones: Una especializada: ‘Eteros’, revista bianual de la cátedra de Psicología Clínica de Adultos y Gerontes, y una revista científica: ‘Orientación y Sociedad’, revista internacional e interdisciplinaria de orientación vocacional ocupacional de periodicidad irregular y extensión variable (entre 158 y 284 páginas), que se comenzó a editar en 1999 y se publicaron hasta el momento cinco números.

La Facultad de Trabajo Social cuenta con una revista especializada, ‘Escenarios’, con 12 números publicados, que cuenta con comités editorial y asesor, local e internacional (PSPCyT, UNLP, 2007).

#### **IV.2.3.3. La comunicación informativa para la extensión**

En el presente párrafo se describirá y analizará la comunicación informativa para la Extensión en las facultades, en los siguientes aspectos:

- La estructura, a partir de definir el alcance del rol de las dependencias designadas para ocuparse formalmente de la tarea, objetivos manifiestos, personal, equipamiento, presupuesto y antecedentes.
- Los dispositivos de comunicación informativa para la extensión que funcionaron en el período: páginas web, publicaciones impresas y digitales, newsletters de información académica (con excepción de los administrativos y normativos, ya analizados en la comunicación organizacional), productos editoriales, medios radiofónicos y de TV y eventos.
- Las estrategias y prácticas de vinculación con los medios no universitarios de comunicación masiva.

#### **Facultad de Arquitectura y Urbanismo**

Estructura institucional de la comunicación informativa

La comunicación institucional (interna y externa) se realiza desde la Secretaría de Extensión Universitaria, a través del ‘Programa de difusión e información institucional’ que en los fundamentos de su creación menciona que está “destinado a la comunidad de la

FAU y la sociedad en general”. Allí se desempeñan un periodista y un diseñador contratados. La oficina donde trabajan (en forma provisoria, hasta que terminen las obras de remodelación) es confortable, de tamaño mediano; cuenta con tres computadoras, compartidas con la Secretaría de Extensión. No obstante, el presupuesto del área es considerado por el responsable del Programa, Juan Farello, como “insuficiente” (Farello, entrevista personal, 20/10/2006).

#### Reseña de antecedentes

El ‘Programa de difusión e información institucional’ fue creado en el año 2003 y profesional que está a cargo del mismo a partir de marzo de ese año, es el primer comunicador que trabaja en esta función, en la facultad. Antes la tarea la desarrollaba el Secretario de Extensión, junto con el Director de Asuntos Estudiantiles y no había un trabajo sistematizado. Originalmente, el ‘Programa de difusión e información institucional’ se llamaba ‘Programa de difusión, información y opinión’ y comunicaba las tareas realizadas exclusivamente en el ámbito de la Secretaría de Extensión Universitaria; y actualmente el Programa se orienta a objetivos más institucionales como reforzar la comunicación interna e incrementar la presencia de la facultad en la agenda informativa de los medios de comunicación.

Para reforzar la comunicación interna, en su primer año, el Programa se ocupó de organizar el envío de correos informativos a graduados, docentes y alumnos; y durante el resto de ese año y los dos siguientes se desarrolló la página Web.

Además, en el año 2006 se incorporó una diseñadora gráfica en el ámbito de la Secretaría de Extensión, para mejorar la imagen institucional que se había implementado a partir de la primera versión de la página web de la facultad.

Por su parte, sobre el proceso que apuntó a tener más presencia en los medios locales, Juan Farello reflexiona que:

*Faltaba calidad, temas con importancia para la comunidad, notas que mostraran el lugar que ocupa la facultad. Identificamos eso y entonces hicimos una propuesta para abrir el juego hacia otras áreas, como investigación y posgrado, que reforzaran la idea de que la facultad transfiera conocimientos valiosos a la comunidad. Hubo, entonces, una acción dirigida hacia los medios con iniciativas variadas, con diferentes estrategias, distintos formatos, utilizando la tecnología. Todo eso fue por iniciativa del Programa, más que por decisión o pedido formulado con claridad desde el decanato (Farello, entrevista personal, 20/10/2006).*

Actualmente, se realiza un relevamiento diario de medios y se conforma un archivo de aparición en medios gráficos y web.

Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.fau.unlp.edu.ar](http://www.fau.unlp.edu.ar)

Fue lanzado en el año 2005 y rediseñado por completo en el año 2006. La sección de 'Novedades' (concursos de cargos, eventos, actividades) ocupa un lugar central y está actualizada. Según Farello, se actualiza con un promedio de seis noticias por semana. La página es muy completa en lo referido a información para alumnos, ingresantes, docentes y graduados; en temas académicos, de posgrado, investigación y extensión, publicaciones y biblioteca.

Prestaciones de la Página Web FAU Códigos: I = Información, M = Mail, W = Web propia, F= Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I - M	I	I - M - Cuasi W	No	I - M	No	I con Plan	I	Sí	No
Posgrado		Investigación		Extensión					
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3º
I - M - F	I - M - F	I - M	I	I - M	I	Sí (poco)	No	No	I (poco)
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
I por cátedra	No	I (links a la página) - F online	No	No	Sí - F	No	No	Sí	
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
I - M	No	On line sólo artículos de la Facultad							

(DCM UNLP, 2007[2])

Boletín electrónico:

De periodicidad semanal, se difunde a autoridades, docentes e investigadores, información institucional y de gestión, fundamentalmente agenda de eventos (no se hace la cobertura de los mismos).

Gacetillas vía e-mail a graduados, profesores y alumnos:

Transmiten información de todas las Secretarías y dependencias administrativas de la facultad y además se ofrecen posibilidades laborales y capacitación. La producción de ediciones está descentralizada, y cada una de ellas depende del organismo que las produce.

Espacio radial semanal:

Es un espacio semanal de la FAU en el programa Contacto Universitario de la AM de Radio Universidad, que no se gestiona desde el Programa de difusión e información institucional.

Publicaciones impresas:

Además de la revista científica 'Estudios del Hábitat' (ver párrafo IV.2.3.2.), cuenta con '47 Al Fondo': Publicación periódica institucional, dirigida a estudiantes y graduados, orientada a comunicar temas vinculados con la enseñanza de la arquitectura y a reseñar eventos, ideas y proyectos relacionados con la disciplina. Se lanzó en 1997 y se editan entre uno y dos números por año con tiradas de 1.000 ejemplares. Depende formalmente de la Secretaría de Extensión, aunque tiene un desarrollo que trasciende a esta dependencia en cuanto a contenidos y política editorial. Cuenta con colaboradores de la facultad, del país y del exterior.

Revista del Centro de Estudiantes: Es una revista de publicación esporádica y de distribución interna, que en su primera edición muestra obras de arquitectura de docentes de la Facultad.

Estrategias de relación con los medios de comunicación

Se difunden actividades académicas, institucionales y políticas de gestión, trabajos de investigación y transferencia de conocimientos a la comunidad. Los destinatarios son medios de comunicación, locales y nacionales: diarios, suplementos de arquitectura, radios, noticieros de televisión, revistas especializadas, portales web especializados en arquitectura y educación universitaria. Juan Farello afirma:

*Lo que me pide la gestión es que las noticias que tienen que ver con la Facultad, salgan la mayor cantidad de veces posible.*

*Actualmente estamos saliendo en el canal de cable local, en canales de cable de arquitectura y en radios locales, pero el sentido del 'éxito de la comunicación' estaría dado (para las autoridades) en salir en el diario El Día; sin embargo, hay una distancia entre la importancia que el diario El Día le da a lo que sucede en la Facultad y la importancia que le dan las autoridades. A veces forzamos la noticia para que parezca mas atractiva pero es algo que no me lo dan ni me lo dicen, sino que lo hago por la presión de tener que publicar.*

*Se me pide tener relación con los medios pero tengo escasa participación en el día a día. Si no participo de temas que son cruciales para la Facultad, si no tengo conocimiento de cierto tipo de comunicación, no me constituyo en representante válido para los medios. Entonces no se puede pretender que consiga lugar para publicar.*

*Creo que se puede comunicar hacia fuera otro tipo de información, mostrar el compromiso de la facultad a través de sus trabajos, con determinados hechos que impactan en la vida cotidiana. Hay muchas unidades de investigación cuyo desarrollo cumple con ese requisito: Energías alternativas, sistemas de movilidad, vivienda social, urbanismo.*

*Aunque estos desarrollos ya existían, recién en estos años se tomó la decisión de habilitar ese tipo de información. Antes de que se creara el Programa en el 2003, la facultad salía alguna vez en los medios por algún contacto. Medimos la evolución de las noticias de la facultad en los medios en estos años y se triplicó (Farello, entrevista personal, 20/10/2006).*

A partir de estos elementos, puede deducirse que la gestión de la facultad valora la comunicación informativa con el medio, y la importancia de profesionalizar la comunicación, al menos en la función de difusión de la información (de allí que se haya contratado a un comunicador social, a una diseñadora en comunicación visual y se haya reconocido a la comunicación informativa en la organización, a partir de crear un programa que figura en su organigrama).

Sin embargo, esto no implica conciencia o voluntad política acerca de la necesidad de diseñar una política de comunicación institucional. La comunicación todavía se gestiona de manera no planificada, y sin objetivos claros. Las herramientas de comunicación no forman parte de un proyecto o estrategia; son heterogéneas y están dissociadas (por ejemplo, el área vinculada a la comunicación no interviene en las publicaciones, ni en el espacio radial).

Además, cuando se trata de temáticas vinculadas a lo político-institucional (conflictos gremiales, de claustro, elecciones, etc.), la relación de los medios con la conducción de la facultad es directa, sin mediaciones, lo que permite deducir que las autoridades de la facultad consideran que esa relación no requiere de competencias técnicas específicas (un ejemplo de ello es la falta de relación y comunicación entre las máximas autoridades y el comunicador, que sólo se vincula con la Secretaría de Extensión).

## **Facultad de Bellas Artes**

### Estructura institucional de la comunicación informativa

La estructura institucional de la comunicación informativa de la Facultad de Bellas Artes se concentra en la 'Dirección de Publicaciones, Posgrado y Comunicación' que depende directamente del Decano, así como el Área de Prensa y Difusión.

Ana Balut, responsable del área de Prensa y Difusión y Mariel Ciafardo, Directora de Publicaciones, Posgrado y Comunicación, afirman que si bien su actividad actual es resolver urgencias, su objetivo mediano es pensar estrategias y generar prensa para áreas de contenidos; y agregan que si bien se produjo un folleto institucional, es necesario conformar un grupo que diagrame un proyecto de comunicación integral, con el aporte de todas las secretarías (Balut y Ciafardo, entrevista personal, 24/10/2006).

En el Área de Prensa y Difusión trabajan 6 personas: la Directora, (Licenciada en Comunicación Social, docente de la facultad en la nueva cátedra de 'Producciones de Texto'), otra Licenciada en Periodismo y Comunicación Social que, además de prensa, desempeña diversas tareas dentro de la Dirección; una correctora, un colaborador para posgrado y una diseñadora recién contratada. La oficina, en la planta alta del edificio central de la Facultad de Bellas Artes, cerca del decanato, es muy amplia, compartida con el Departamento de Multimedia (uno de los siete que tiene la facultad) y con personal del Área de Relaciones Institucionales. El área no tiene asignado presupuesto y el equipamiento se compone de 2 PCs conectadas a Internet-banda ancha, impresora y teléfono. Ana Balut, afirma que existe una buena comunicación entre todos, que posibilita el surgimiento de proyectos conjuntos (Balut, entrevista personal, 24/10/2006).

En forma paralela, existen otras áreas dentro de la facultad que generan su propia comunicación informativa externa e interna, como el Área de Relaciones Institucionales y las Secretarías de Extensión y de Asuntos Estudiantiles.

#### Reseña de antecedentes

Hasta el año 2004, no existía un área que efectuara tareas de comunicación informativa y casi no se realizaban publicaciones, con la excepción de los resultados de algún congreso. La Dirección de Publicaciones, Posgrado y Comunicación se creó en el período 2004-2007 y centraliza actividades de comunicación (incluida la publicación de varias revistas) y actividades administrativas y de gestión del Posgrado. En el año 2004, por primera vez se incorporó una comunicadora social, que además es docente de la facultad, y se elaboró un proyecto para el área.

Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.fba.unlp.edu.ar](http://www.fba.unlp.edu.ar)

Fue lanzado durante el período 2004-2007. Es estático, de diseño sobrio y se circunscribe casi exclusivamente a brindar información institucional. No cuenta con sección de novedades ni con un coordinador, siendo la Dirección de Multimedia la que diseña y carga el material. El Decano Daniel Belinche admite que el sitio está subutilizado, que las cátedras no lo aprovechan lo suficiente y afirma que está proyectado hacerlo más interactivo (Belinche, entrevista personal, 24/10/2006).

Boletín electrónico:

Se produce en forma semanal con información de congresos, concursos, etc. Se envía a los Departamentos de Diseño Industrial, Audiovisuales (cine) y Diseño y Comunicación Visual y a las Secretarías de Asuntos Estudiantiles y Extensión, que a su vez los reenvían a sus contactos.

Prestaciones de la Página Web FBA Códigos: I = Información, M = Mail, W = Web propia, F= Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I - M	I - M	I - M	I - M	I - W	I (vacía)	I con Plan	I (poca)	No	No
Posgrado		Investigación			Extensión				
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3°
Poca I - M	I	I (poca) - W	I - M	I - M - W	I	No	No	No	I
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
I (vacía)			No	No	No	Sí	No	No	Hay trámites online - SAE sólo M
General		Biblioteca Consulta On Line	Publicaciones						
No	No	No							

(DCM UNLP, 2007[2])

Publicaciones impresas:

Las revistas son vehículos de comunicación de producciones teóricas realizadas por la comunidad académica de la facultad, con colaboradores del país y del exterior. Todas son en soporte papel y de costo accesible; y se distribuyen en la propia unidad académica, en



librerías de La Plata y Buenos Aires y se intercambia con otras bibliotecas. Además de la revista científica ‘Arte e Investigación’ (ver parágrafo IV.2.3.2.), cuenta con:

‘Arte y libertad’: Revista de arte y política, cuyo primer y único número se editó en septiembre del año 2005, con una tirada de 500 ejemplares.

‘Arte y opinión’: Revista institucional de la colección Breviarios cuyo número ‘Entrevista a György Ligeti’ se editó en septiembre del año 2006.

‘Arkadin’: Revista del Departamento de Comunicación Audiovisual, con estudios sobre cine y artes audiovisuales; cuyo primer y único número se editó en marzo del año 2005, con una tirada de 500 ejemplares.

‘Clang’: Revista del Departamento de Música que publica artículos, ensayos y textos sobre aprendizaje de instrumentos; en la que colaboran referentes de otras facultades. Editó su primer y único número en septiembre del año 2006, con una tirada de 500 ejemplares.

‘La Puerta FBA’: Revista de actualidad en arte, diseño y educación artística; lanzada en el año 2004, que publica colaboraciones del mundo académico, de intelectuales argentinos y extranjeros. Está financiada por la Dirección de Artística de la Provincia de Buenos Aires, y en la última edición de septiembre de 2006, se imprimieron 1.500 ejemplares (en el número anterior fueron 500 ejemplares). La Provincia la distribuye en 100 instituciones de educación artística.

‘Nexo’: Revista de la Secretaría de Extensión y Vinculación con el Medio Productivo, que publica la formulación de programas y proyectos impulsados desde el área. Se editó el primer número en el período 2004-2007.

#### Estrategias de relación con los medios de comunicación

El vínculo está en manos del Área de Prensa y Difusión que transmite la información por e-mail y por contacto telefónico, difundiendo en forma semanal las actividades más importantes, que tienen relevancia académica y para la comunidad platense. La respuesta por parte de los medios es dispar. Ana Balut afirma que:

*Canal 5 es el medio más accesible, Radio Universidad da mucha respuesta y los diarios locales receptan según el espacio que tengan, pero también están abiertos, igual que las radios; otra cosa son los medios nacionales, que para que publiquen material, el tema tiene que tener mucha relevancia (por ejemplo para los 30 años de creación de la facultad en el año 2003, publicaron bastante información en los suplementos culturales).*

*En esta facultad hay mucha vida, hay todo tipo de eventos, conferencias que se difunden considerando las actividades de las tres sedes. Por su parte, la Secretaría de Extensión tiene una actividad muy*

*fuerte con cursos para la comunidad, talleres de teatro, plástica... Es importante publicar esa información y ellos ya tienen aceptado el vínculo con los medios (Balut, entrevista personal, 24/10/2006).*

Debe destacarse que al inicio del período de análisis, no existía un área de prensa, la facultad no tenía página web y no se editaban revistas (mientras que las acciones actuales están fuertemente orientadas a la edición de publicaciones gráficas, en especial revistas, que muestran las producciones académicas de la institución).

Se observa que la facultad cuenta con varias condiciones de estructura y predisposición política, para llevar adelante un proyecto de comunicación: Tiene parte del recurso humano (aunque diseminado en diferentes áreas), hay en muchos profesionales una idea de un rumbo posible y una apertura de parte de las autoridades a innovar en ese sentido, dimensionando la importancia de la comunicación informativa (por ejemplo consideran al informe de gestión como un asunto comunicacional). Sin embargo, la concepción de la comunicación institucional informativa se dispersa en distintas áreas y falta priorizar el tema en la agenda de gestión, para poder definir una política y una estrategia totalizadora.

## **Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales**

### Estructura institucional de la comunicación informativa

No hay un área dedicada a la comunicación institucional y es la Secretaría de Extensión, la que centraliza la mayor parte de las actividades: el Boletín de Extensión Universitaria (electrónico) realizado con la asistencia del Prosecretario de Desarrollo Social y de un no-docente estudiante de diseño; la instalación de la señalética; el rediseño de la página web, así como tareas de 'relaciones públicas' (por ejemplo, recibir algún visitante).

Además, hay acciones de comunicación que directamente son realizadas por otras áreas, como las Secretarías de Asuntos Académicos y Asuntos Estudiantiles (video institucional), Desarrollo Rural y Horticultura (Boletín Hortícola), y un equipo de informáticos contratado para administrar la página web.

La secretaría no tiene asignado presupuesto, y el ámbito de trabajo de la secretaria y del no docente diseñador precario que la asiste en ciertos temas comunicacionales, es un sector pequeño de una gran oficina que cuenta con una computadora y un teléfono.

## Reseña de antecedentes

Nunca existió una estructura formal que se dedique específicamente a la comunicación institucional. La Secretaria de Extensión, Cecilia Seibane, sostiene que ésta nunca fue una prioridad de su facultad, pero que la gestión a la que pertenece está intentando mejorar en ese aspecto; y verifica cambios positivos en comparación a veinte años atrás, cuando ingresó a la facultad, especialmente, con la incorporación de Internet (Seibane, entrevista personal, 08/12/2006).

## Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.agro.unlp.edu.ar](http://www.agro.unlp.edu.ar)

Es un sitio de información institucional, con sección de novedades (convocatorias, becas, congresos) que se encuentra en la página de inicio, aunque está desactualizado y hay botones que dan error. Según Cecilia Seibane, un nuevo equipo de expertos informáticos está haciendo un diagnóstico de la red para mejorar la página, y afirma que solicitó asesoramiento sobre el tema al Director del Portal Universitario (Seibane, entrevista personal, 08/12/2006).

Prestaciones de la Página Web FCyF Códigos: I=Información, M=Mail, W=Web propia, F=Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I	I	I - M	Poca I	I en detalle - M - algunas publicaciones	No	I con Plan	I en detalle - Materiales	Sí	No
Posgrado		Investigación		Extensión					
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3°
I - M - F	I	I	I	I - M	No	I	I	Sí (poco) - Hay un boletín de extensión	I en detalle - M
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
Sí, por asignatura (varias)	Sí, más de un 50%	W como boletín	No	No	No	I	I	W	Becas - Proyectos - Salud - Novedades
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
Abre menu directo	Sí	Sí (libro, trabajos de grado - vacío)							

(DCM UNLP, 2007[2])

Publicaciones impresas y electrónicas:

Además de la revista científica ‘La Revista de la Facultad de Agronomía’ (ver párrafo IV.2.3.2.), cuenta con:

El ‘Boletín de Extensión’: Publicación electrónica, de periodicidad irregular (se editan aproximadamente siete por año), que se envía de acuerdo a si hay información de proyectos para difundir.

El ‘Boletín Hortícola’: Publicación cuatrimestral dirigida a productores, técnicos y estudiantes, con artículos de ciencia, tecnología, economía y servicios sobre temas hortícolas que es realizado por un grupo de trabajo interinstitucional conformado por técnicos y productores. Se publica discontinuamente desde el año 1993, y con regularidad desde el año 2005, imprimiéndose 2.500 ejemplares de distribución gratuita, con alcance nacional, aunque también se envía en formato digital.

El ‘Libro electrónico’: Editado en conjunto con otras universidades, sobre ecología y manejo de los bosques de Argentina.

Video institucional: Tiene como objetivo informar sobre las carreras de grado. Está dirigido a todo público. Fue realizado por las Áreas Académica y de Asuntos Estudiantiles. Lo exhiben en eventos agropecuarios.

Videos realizados por Desarrollo Rural: Uno sobre el proyecto del vino de la costa y otro sobre el tomate platense.

#### Estrategias de relación con los medios de comunicación

El contacto con los medios es asistemático y se realiza vía e-mail o telefónica cuando hay una actividad para difundir (cursos, conferencias, etc.). Cecilia Seibane valora la difusión a los medios:

*En el suplemento ‘Campo’ del diario La Nación, nos han publicado y a raíz de eso, nos ha llegado gente para cursos. A la comunidad le parece interesante que salgan temas vinculados a esta facultad y sería sumamente interesante que El Día, que es el termómetro comunicacional de la ciudad, y Hoy publiquen notas sobre nuestra facultad. Tenemos muchas temáticas, estamos en un cinturón hortícola, podemos hablar sobre manipulación de alimentos, discriminación y muchos otros temas, pero deberíamos tener una política comunicacional institucional (Seibane, entrevista personal, 08/12/2006).*

Se observa que la facultad produce herramientas de comunicación, como las revistas y publicaciones, que por su permanencia en el tiempo son consideradas por la comunidad de la unidad académica. Además, el hecho de que la facultad impulse vínculos con otras instituciones (organismos, empresas, ONGs, cooperativas), fundamentalmente del mundo agropecuario, y que participe en proyectos interdisciplinarios de investigación y extensión, le otorga condiciones favorables para el desarrollo de un modelo de comunicación, aunque la estructura de departamentos y cátedras con equipamiento, instalaciones y política de vinculación independiente, sea un escollo para alcanzar ese objetivo.

Sin embargo, la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales recién está reconociendo la necesidad de planificar o intervenir en los flujos de comunicación internos y externos; y no se registraron, en el período de investigación, ni estructura institucional, ni personal capacitado, ni objetivos planteados; lo que constituye una gran debilidad para avanzar en ese sentido.

### **Facultad de Ciencias Astronómicas y Geofísicas**

Estructura institucional de la comunicación informativa

Las áreas que realizan tareas de comunicación institucional informativa son la Secretaría de Extensión y el Área de Prensa.

La Secretaría de Extensión se ocupa de la comunicación informativa interna, de la identificación institucional (identidad visual, etc.) e impulsa el denominado 'Proyecto Observatorio', que consiste en actividades, visitas, observaciones y talleres en ese lugar, dirigidos a alumnos de la unidad académica y al público en general.

El Área de Prensa que depende de la Secretaría de Extensión, cuenta con personal formado en comunicación y se encarga de la difusión, la generación de noticias, la divulgación científica y tiene en sus manos la relación con los medios de comunicación. En este sentido, se proponen convertirse en una fuente de información reconocida en lo que se refiere a Astronomía y Geofísica en el país, reemplazando a aquellas fuentes que no tienen la seriedad para informar sobre estos temas.

También hacen relaciones públicas, cuando las escuelas o visitantes caracterizados desean conocer el Observatorio. En el Área de Prensa trabajan una comunicadora social, un fotógrafo y un no docente que es realizador audiovisual, egresado de la carrera de Cine,

encargado de administrar la página Web. Además, hay estudiantes que colaboran como guías de visitas al Observatorio.

Ambas áreas ocupan una oficina amplia que cuenta con dos escritorios y una computadora con Internet (los profesionales que trabajan allí aportan sus propios grabadores y la máquina de fotos); y dos oficinas pequeñas en el área de Óptica, con dos computadoras preparadas para trabajar con imágenes y un pizarrón.

El presupuesto es considerado ‘magro’ por parte del Secretario de Extensión Roberto Venero, pues aunque una Unidad Ejecutora administra lo que se recauda en las visitas al Observatorio y a los talleres, monto que se ingresa como trabajo a terceros; con ese fondo se financian las becas para estudiantes y la folletería, y no es suficiente para adquirir una cámara propia o un trípode, que se tiene que alquilar cuando se necesita (Venero, entrevista personal, 18/10/2006).

La Jefa de Prensa, Alejandra Sofía, admite que depende de Venero, pero plantea su trabajo por separado del trabajo de extensión, aunque apoyándolo (Sofía, entrevista personal, 19/10/2006).

#### Reseña de antecedentes

Tradicionalmente, la facultad priorizó fuertemente la investigación y la docencia, y las tareas de comunicación informativa en particular y extensión en general, eran efectuadas de forma aislada por profesores con algún interés particular. Recién en el año 2001 se creó la Secretaría de Extensión y con ella, por ejemplo, la estructura para el ‘Proyecto Observatorio’, una iniciativa de cursos y visitas guiadas para alumnos y público en general, que con el tiempo creció en envergadura. Acompañando ese proceso, la comunicación institucional se comenzó a organizar.

En cuanto al Área de Prensa, surgida por iniciativa de sus integrantes y no de las autoridades, en el año 2002 se creó el Boletín electrónico y en el año 2005 el boletín tuvo mayor continuidad y rigurosidad, y surgió la idea de rediseñar la página Web.

#### Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.fcaglp.unlp.edu.ar](http://www.fcaglp.unlp.edu.ar)

La página web de la Facultad de Ciencias Astronómicas y Geofísicas es poco atractiva y con un diseño arcaico y estático. Roberto Venero admite que la página necesita urgente

actualización en estética y funcionamiento. Desde hace más de un año hay un equipo trabajando, con la asistencia de la Dirección del Portal Universitario, para reformularla por completo (Venero, entrevista personal, 18/10/2006). Muy completa y detallada en información institucional, no cuenta con sección de novedades en la portada y las que están en la sección institucional están desactualizadas. Vale destacar la existencia, en la sección denominada ‘Difusión’, de un amplísimo archivo de artículos de divulgación científica sobre astronomía y geofísica dirigidos al público en general, organizados por temas y producidos especialmente para la página, por docentes e investigadores de la facultad.

Boletín electrónico:

Se envía semanalmente por e-mail y luego se sube a la página, cuenta con más de 800 suscriptos, muchos de ellos astrónomos, y brinda información y noticias sobre astronomía y geofísica para expertos y público en general, entrevistas a estudiantes, docentes o disertantes invitados por la facultad y testimonios de la gente que visita el Observatorio. Alejandra Sofía afirma que “todo lo que sucede en el observatorio lo cubrimos” (Sofía, entrevista personal, 19/10/2006).

Prestaciones de la Página Web FCAYG Códigos: I=Información, M=Mail, W=Web propia, F=Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I - M	I - M	I (vacía)	I - cuasi W	Cuasi W laboratorios	No	I con Plan	I en detalle - Materiales	Sí	No
Posgrado		Investigación			Extensión				
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3º
I - M - F	I	I - M - Lista de investigadores y grupos con W	I en los grupos	I - M	Sí	No	No	Boletín	No
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
I por cátedra	Varias con W	No	No	No	No	No	No	I	
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
I - M	Sí	No							

(DCM UNLP, 2007[2])

Publicaciones impresas y electrónicas:

La facultad no cuenta con publicaciones oficiales (ver parágrafo IV.2.3.2.), sólo pudo relevarse la ‘Revista Conciencia’: Publicación de 10 páginas en hojas A4, con 4 números editados, realizada por el Centro de Estudiantes; publica poesía, comentarios políticos y temas generales.

Estrategias de relación con los medios de comunicación.

El Área de Prensa envía en forma sistemática información a los medios nacionales y locales, por lo menos a dos contactos por medio de comunicación. Cuando va a suceder un hecho relevante, además de mandarlo a los medios locales, se envía al interior (como cuando se anuncia un eclipse). No hay estructura adecuada para realizar un seguimiento de lo que se publica; sólo las notas que aparecen en los diarios locales (en estos medios, de acuerdo al seguimiento que se ha realizado en el Observatorio, las temáticas más cubiertas, vinculadas a la UNLP, tienen que ver con astronomía, salud y ciencias naturales). Del boletín levantan información, aunque no siempre citan la fuente.

Aunque en general, los medios nacionales publican hechos de gran repercusión pública, el Observatorio es fuente informativa habitual de revistas de Editorial Perfil, La Nación, Clarín, radios y canales de TV de Buenos Aires y el canal local; y está en sus respectivas agendas, afirmación que se verifica pues desde el año 2004, llaman al Observatorio con regularidad si sucede algo astronómicamente importante.

Alejandra Sofía describe su intermediación con los científicos a la hora de pautar entrevistas:

*En general, los astrónomos no quieren hablar si no es su tema o especialidad, aunque tranquilamente podrían dar información general; sólo hay unos pocos que no quieren salir por timidez; No es para tanto, pero no lo entienden, y hay científicos que dicen ¿por qué no sale Extensión? Está instalado que debe responder el que está a cargo de Extensión, sin embargo, el Secretario a veces no puede salir a hablar de determinados temas. De todas formas, cuando es así, Prensa busca al especialista en el tema de la entrevista, y el Secretario de Extensión cubre las urgencias en las que no salen especialistas. También depende del medio que llame, porque si llama Magdalena (sic), ahí quieren salir todos. No obstante, Radio y TV son los más conflictivos porque hay que adecuarse a sus tiempos y eso es difícil en este medio. Extensión lo soluciona pero cuesta. (Sofía, entrevista personal, 19/10/2006).*

Roberto Venero confirma y agrega:

*Las declaraciones a los medios siempre me las tiran a mí. Hay gente tímida o que no quiere hacerse problema. Trato de dar una respuesta pero me gustaría contar con el especialista en el tema. Tendría que haber más reconocimiento hacia ese tipo de actividades, de esa manera sucedería como en*



*EEUU que los científicos salen a hablar y eso luego consta en el currículum. O que ese tiempo se reste del tiempo que el investigador está obligado a trabajar. Hay que cambiar la mentalidad (Venero, entrevista personal, 18/10/2006).*

La Facultad de Ciencias Astronómicas desarrolla una fuerte tarea de extensión, que la define e identifica. Las observaciones, visitas guiadas, cursos, conferencias, y el rol del museo de la facultad son práctica cotidiana. Asimismo, por la temática de estudio –en especial en la astronomía- la divulgación científica es una disciplina en la que se ha recorrido un camino importante.

El modelo de comunicación informativa que se aplica a este proceso, y que puede evaluarse como exitoso, responde al objetivo de fortalecer los aspectos destacados en los puntos anteriores de la extensión y la divulgación científica. En esta definición probablemente haya incidido más la voluntad de los comunicadores que trabajan en la institución, que la decisión política de la gestión; y por eso, es de destacar el valioso aporte que realizan, al haber ido generando conciencia de divulgación en la comunidad científica del Observatorio. Sin embargo, la indefinición en materia de identidad visual y la inmadurez en el proceso de constitución del espacio web, son signos de la todavía ausente concepción integral de la comunicación informativa.

## **Facultad de Ciencias Económicas**

Estructura institucional de la comunicación informativa

No hay un área, ni personal formado, que se ocupe específicamente de la comunicación institucional informativa; y es la Secretaría de Extensión la que centraliza la mayor parte de la comunicación interna y externa, los vínculos con los medios gráficos y las radios. El Departamento de Informática, por su parte, donde trabajan un Licenciado en Economía y un Licenciado en Administración con conocimiento de sistemas, se encarga de mantener la página web. Y el archivo de recortes con las apariciones de la facultad en medios gráficos es administrado por tres empleadas de la mesa de entrada del decanato, que en ocasiones también apoyan la tarea de difusión enviando gacetillas a los medios, estando a disposición de cualquiera que desee consultarlo.

Por su parte, la Secretaría Académica organiza la difusión de las actividades de su área, con el apoyo de Extensión, al igual que otras dependencias u organismos descentralizados de la facultad, como los Postgrados o los Servicios a Terceros, que gestionan la comunicación de sus actividades específicas. Sin embargo, no todas las áreas tienen la

misma posibilidad presupuestaria; algunas autofinancian sus producciones y la facultad colabora con ellas.

#### Reseña de antecedentes

Hace unos años se desempeñó en la Secretaría de Extensión una Licenciada en Comunicación Social, que trabajó solo un año y medio. Según el Vicedecano, Martín López Armengol, tomó la experiencia como su primera práctica profesional (López Armengol, entrevista personal, 13/12/2006).

#### Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.econo.unlp.edu.ar](http://www.econo.unlp.edu.ar)

Es una de las páginas más completas del conjunto de unidades académicas de la Universidad, en información, servicios e interactividad. La información institucional: incluye estadísticas y un digesto de ordenanzas. La sección de novedades ocupa un rol central y está actualizada. Es muy aprovechada para usos académicos, ya que todos los departamentos y varias cátedras tienen su propia página, con diferente grado de actualización.

#### Prestaciones de la Página Web FCE Códigos: I=Información, M=Mail, W=Web propia, F=Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I - M	I	I - M mayoría	I - M - 1 con W	M - 1 con W	I	I con Plan	I en detalle - Materiales	Sí	W (error)
Posgrado		Investigación			Extensión				
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3°
I - M - Varias W	I (vacía)	No	No	I - M	No	I en detalle	I (vacía)	No	I - F
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
W (desarrollada)	Sí (un 50%)	No	M	Sí	I - M	Reservas de aula informaticas on line	I	No	Prácticas rentadas
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
I - M	Sí	Vacía							

(DCM UNLP, 2007[2])

Espacio radial semanal:

“Eco de Radio” se transmite, por la emisora de la UNLP, LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata, AM 1390 todos los días sábados de 17 a 18 horas. Se difunden todas las actividades de la Facultad de Ciencias Económicas y de las distintas áreas que conforman su estructura, referidas tanto a la función docente como a las de investigación, extensión y transferencia, así como acciones y demás aspectos vinculados a las profesiones involucradas, a los organismos profesionales y a los centros de estudiantes, graduados y regionales que conforman la comunidad de Ciencias Económicas.

Publicaciones impresas y electrónicas:

La facultad no cuenta con revistas científicas (ver párrafo IV.2.3.2.), sin embargo, cuenta con dos publicaciones especializadas:

‘La Revista Económica’: Publicación especializada semestral en soporte papel del Instituto de Investigaciones Económicas, editada desde 1953, que cuenta con comité editorial y publica cinco o seis artículos en cada número.

‘Ecos de Grado y Posgrado’: Publicación especializada de Ciencias de la Administración que surge del esfuerzo conjunto del Departamento de Ciencias Administrativas y las Maestrías del área: la Maestría en Dirección de Empresas, la Maestría en Economía y Gestión de Organizaciones de Salud y la Maestría en Marketing Internacional.

Estrategias de relación con los medios de comunicación

No existe un vínculo planificado con los medios de comunicación. Martín López Armengol afirma tener una buena relación con los mismos: “Publicamos avisos o solicitadas en fechas importantes. Por ejemplo para el aniversario de La Plata, en el Suplemento de los 30 años del golpe. Si publicás avisos, el medio responde mejor”. Con respecto a noticias sobre la facultad, explica:

*Son los medios los que se comunican con nosotros. Salen notas en ‘El Día’ y ‘Hoy’ sobre la facultad. Nos interesa difundir el tema elecciones y a ellos también. Las visitas de políticos o intelectuales relevantes, jornadas, eventos, charlas, algún trabajo de investigación, alguna declaración del Consejo Académico que nos interese comunicar a la comunidad académica (López Armengol, entrevista personal, 13/12/2006).*

La Facultad de Ciencias Económicas no ha desarrollado una estructura de comunicación informativa, ni el conjunto de dispositivos para sostenerla, y en consecuencia, tampoco una estrategia comunicacional; y resulta notoria la indefinición en su imagen institucional, lo

que puede advertirse en la diversidad de imágenes y tipografías que se encuentran en invitaciones, afiches o publicaciones de la Facultad. En las consultas se relativizó la importancia de contar con personal competente en comunicación, y se asoció la comunicación institucional sólo a la difusión y el contacto con medios, valorado como una ‘relación política’ que lideran las autoridades de la institución.

El escaso desarrollo de la comunicación institucional informativa que reflejan estas condiciones, puede revertirse desde la conciencia de la necesidad de contar con una política en ese sentido, que pueden generar la carrera de Administración de Empresas y el posgrado de Marketing.

## **Facultad de Ciencias Exactas**

Estructura institucional de la comunicación informativa

No hay un área, ni personal formado, que se ocupe específicamente de la comunicación institucional informativa. La comunicación institucional no está planificada, sino que se difunden actividades a medida que se organizan, y es la Secretaría de Extensión y la encargada de la página web, con quien trabaja en forma virtual; los que difunden los eventos, congresos y jornadas, así como la oferta académica de la facultad con un programa de orientación vocacional dirigido a los últimos años de las escuelas medias de la región. Por su parte, los proyectos de extensión son difundidos por quienes los llevan adelante.

Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.exactas.unlp.edu.ar](http://www.exactas.unlp.edu.ar)

Ciencias Exactas es una unidad académica que aprovecha fuertemente la herramienta Internet. La página web es muy completa y detallada en lo referido a información institucional; la sección ‘Novedades’ ocupa un lugar central en la portada y se publican noticias de la facultad y universitarias en general. Todos los departamentos, prácticamente todas las cátedras e institutos y buena parte de los proyectos de investigación y extensión cuentan con sitios propios en la página (algunos muy atractivos), actualizados y con abundante contenido para descargar.

Prestaciones de la Página Web FCE Códigos: I=Información, M=Mail, W=Web propia, F=Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I	I - M	I - Proveen varios F	W (todos)	I en W de departamentos - algunos M y W	No	I con Plan - M	I - M - Materiales	Sí	No
Posgrado		Investigación		Extensión					
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3º
I - M - F	I - F	I - M - F	No	I - F	I - M	No	No	No	No
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
Por W departamento	Por W departamento	No	Hay SAE con I - M	Sí		No	I	W	Becas - Salud - Jurídico - Comedor
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
No	No	No							

(DCM UNLP, 2007[2])

#### Publicaciones impresas y electrónicas:

La facultad no cuenta con revistas científicas (ver parágrafo IV.2.3.2.), sin embargo, cuenta con dos publicaciones de divulgación:

Revista ‘Episteme’: Publicación en soporte papel, editada por el Instituto de Física de La Plata.

Revista ‘Materia pendiente’: Publicación trimestral en soporte papel de interés general, con algunos artículos en la web, que aborda temas académicos, científicos y de política universitaria con proyección social. Fue lanzada en diciembre de 2007, con cuidados diseño y edición, y se imprimen 2.000 ejemplares. La distribución y venta está en manos de estudiantes de esa unidad académica, los que se quedan con el 75% del precio de tapa. Es una iniciativa de la Secretaría de Extensión y el jefe de redacción es un periodista y cuenta con un plantel de redactores, la mayoría comunicadores sociales.

#### Estrategias de relación con los medios de comunicación

No hay un contacto sistemático de la facultad con los medios, que envía información en forma descentralizada (muchas veces quienes se encargan del contacto son los propios

organizadores), principalmente vía e-mail, para difundir eventos puntuales. El Director de Extensión, Carlos Llerena Suster detalla:

*Los medios, habitualmente sacan notas sobre los proyectos de extensión. Muchas veces son los medios los que llaman para preguntar y otras veces son los mismos responsables de los proyectos, que tienen un contacto y se comunican para salir en alguna nota. A la facultad le interesa que salgan notas; que en general sube a la página web de la facultad, y remarca esas noticias. Tenemos una lista de direcciones, principalmente de medios locales, para enviar cosas puntuales, como por ejemplo, encuentros de facultades para la fabricación pública de medicamentos. Algunos responden más, otros menos, según el tema y según cómo lo presentemos; aunque en general, no le dan demasiada difusión a los temas que promueve la facultad. Sin embargo, si les interesa el tema en sí, se conectan directamente con los docentes: Por ejemplo, el diario El Día publicó en su momento uno de los proyectos de investigación (problemas respiratorios, contaminación del agua) y días antes, una investigación sobre el arsénico en el agua (Llerena Suster, entrevista personal, 07/12/2006).*

La Facultad de Ciencias Exactas no cuenta con estructura, ni estrategia para la comunicación institucional informativa. Sólo tienen página web que la actualiza una persona y la revista. Los entrevistados coinciden en que deben sistematizar los métodos de comunicación para lograr más difusión de los proyectos y es evidente la necesidad de prestarle atención al tema.

## **Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales**

Estructura institucional de la comunicación informativa

No hay una oficina de Prensa o Comunicación, ni personal formado en la disciplina desempeñándose en la facultad; y es la Secretaría de Asuntos Académicos, la que impulsa y produce la comunicación institucional, parte de la cual se genera en el Área de Informática y Comunicación Visual, que cuenta con dos no docentes, un Analista de Cómputos y un Licenciado en Diseño y Comunicación Visual, y que desarrolla actividades como la producción de textos y estética de afiches, la generación de identidad visual para la gráfica, la administración de la página web, la producción de discos compactos y de señalética para los edificios y la actualización de carteleras.

El Secretario de Asuntos Académicos se ocupa personalmente de difundir las informaciones por los medios y en la página web; y hay otros tres funcionarios que tienen clave para acceder a la página y publicar “noticias destacadas”.

La amplia oficina del secretario está equipada con una computadora y un teléfono de línea; y el Área de Informática y Comunicación Visual, cuenta con un espacio equipado con las herramientas informáticas necesarias para su actividad.

## Reseña de antecedentes

La facultad nunca contó con una estructura para gestionar la comunicación institucional informativa. El Secretario de Asuntos Académicos, Marcelo Krikorián, sostiene que la Facultad de Ciencias Jurídicas y sociales, nunca fue una facultad especialmente preocupada por el tema, aunque asegura que en el período de análisis, se tomó la decisión de mejorar su desempeño en este aspecto (Krikorián, entrevista personal, 25/10/2006).

En el año 2005 se reformuló la página Web (que existía desde 1997), a partir de constatar la falta de agilidad e interactividad de la misma, y ratificarla con una encuesta realizada por la gestión de esa comunidad académica. También en el año 2005 se creó el Área de Informática y Comunicación Visual y en el año 2006, una iniciativa destacada por el funcionario entrevistado, fue la puesta en funcionamiento del servicio de consulta bibliográfica por chat, a cargo de bibliotecarias especializadas que brindan asesoramiento en la búsqueda y obtención de legislación, jurisprudencia y artículos de doctrina.

## Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.jursoc.unlp.edu.ar](http://www.jursoc.unlp.edu.ar)

Cuenta con información institucional y académica completa. Vale destacar que el usuario puede descargar los formularios de inscripción a las carreras, e inscribirse on line a los posgrados.

Prestaciones de la Página Web FCJyS Códigos: I=Información, M=Mail, W=Web propia, F=Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I - M - Contacto on line	I	I - M	No hay	M - Poca I - 3 con W	No	I con Plan aparte	I - F	Sí	Sí
Posgrado		Investigación			Extensión				
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3º
I - M - Inscripción on line	I (escasa)	I (poca) - M	I	I - M	I - M	No	No	Boletín	I (poca)
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
No	Sí	No	M	Dentro de la W - Oficina virtual	No	No	I	I - M	Inscriptos a examen - Notas modelo - Listados
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
I en detalle - M	Sí	Muchas y on line							

(DCM UNLP, 2007[2])

Publicaciones impresas y electrónicas:

La facultad cuenta con seis publicaciones, 4 especializadas y dos de difusión que se describen en ese orden (ver parágrafo IV.2.3.2.):

‘Anales de Doctrina’: Revista en la que se publican los trabajos de profesores e investigadores sobre las ciencias jurídicas y sociales, editada en soporte papel y en cd.

‘Niños Menores e Infancia’: Publicación virtual editada por el Instituto del Derecho del Niño. Reúne trabajos de investigación, ponencias, experiencias de trabajo, la palabra del niño, música, links.

‘Revista del Instituto de Integración Latinoamericano’: Publicación editada por el mencionado Instituto, en soporte papel y recientemente en cd. Aborda la problemática económico social argentina y regional, con la opinión de profesores de la Casa e invitados.

Revista del IRI: Publicación semestral del Instituto de Relaciones Internacionales, editada desde 1991 en soporte digital, CD y video. Comprende las siguientes secciones: Diálogos, Estudios, Documentos, Jurisprudencia, Lecturas, Legislación, Publicaciones, Historia, ONGs, Cronología.

Revista electrónica ‘Convergencia’: Es la revista institucional de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Se edita tres veces al año, y es un espacio abierto, de reflexión y crítica en el que se profundizan temas referidos al quehacer académico y al contexto social actual. Colaboran con la misma, profesores, estudiantes, graduados, no docentes de la Facultad, y opiniones de personalidades destacadas en cada área temática.

‘Intercambios’: Revista digital de la especialización en Derecho Penal y Criminología, en donde se combinan artículos relacionados con la temática criminal, correccional, procesal, penitenciaria, etc. con manifestaciones artísticas.

Estrategias de relación con los medios de comunicación

La Secretaría de Extensión utiliza a la Unidad de Prensa de la UNLP para difundir noticias. Llevan adelante un archivo de prensa con las apariciones de la Facultad en los medios, donde también aparecen los artículos publicados en el Boletín de Prensa diaria de la Universidad. Marcelo Krikorián explica:



*Somos una facultad de peso y formamos parte de la agenda mediática. En centimetrage, Derecho ocupa mucho más que otras facultades. Tenemos un buen diálogo con la prensa local y dos o tres veces por semana nos publican algo. El Decano y yo nos comunicamos con ellos. Promocionamos temas como el Curso de Derecho para no abogados, la inauguración de la Casa de Posgrado -En ese caso, pagamos dos avisos en Hoy y El Día, porque es un hecho histórico-; y otros hechos y noticias, como el convenio para el Digesto Jurídico con Cámara de Diputados. También difundimos que tenemos un Jardín Maternal, es importante que salga (salió en Clarín) para que se replique en el país, o el tema de la regulación en el uso de celular en las aulas (Krikorián, entrevista personal, 25/10/2006).*

La relación con los medios y la difusión de acciones se ven facilitadas por la trayectoria de la institución, que le otorga demanda e interés público. Esto hace que no se perciba la necesidad de ‘instalarse’ en la opinión pública. No obstante, puede advertirse un reconocimiento de las competencias profesionales, ya que la redacción y envío de gacetillas se delega en Prensa de la Presidencia.

Las características de la unidad académica, con cursadas semi presenciales o libres, e importante cantidad de docentes de dedicación simple, han jerarquizado las instancias virtuales, por lo que la página web brinda servicios múltiples y diversos. El acento de las acciones de comunicación está puesto en la difusión de las actividades de extensión, pero no se observa interés por comunicar conocimiento ni ubicar a la institución en el debate público acerca de la justicia o las legislaciones.

La facultad no cuenta con una estructura formal ni profesionales de comunicación informativa, aunque recientemente creada el Área de Informática y Comunicación Visual, y esta inquietud confirma el interés, por parte de las autoridades, por mostrar lo que se hace en la facultad. Sin embargo, tal como ocurre con otras facultades, existen mecanismos y distribución de roles en cuanto a la comunicación institucional informativa, pero no un plan integral y una estrategia, con dispositivos pensados para llevarla adelante.

## **Facultad de Ciencias Médicas**

### Estructura institucional de la comunicación informativa

La dependencia relevada (que no es la única que se ocupa de comunicar) se denomina ‘Área de Programación, Diseño y Edición’ y depende de la Secretaría de Extensión Universitaria; no tiene un objetivo general determinado por la institución desde la que se piden trabajos puntuales o se aceptan propuestas puntuales. El área está integrada por una Jefa del Área, que es una Licenciada en Comunicación Social y una Diseñadora Gráfica, y

se ocupa de escribir y diseñar el boletín anual, el 'house organ', boletín interno semanal y electrónico, actualizar la 'Guía del Estudiante' y distribuirla anualmente a los ingresantes, actualizar la señalización, producir afiches, trípticos y carteleras, (ver 'Producciones') y colaborar con la edición de la Revista Científica.

Comparten una oficina mediana en la Biblioteca, ubicada detrás del edificio principal de la facultad, con una no docente a cargo del área de 'Impresiones'; cuentan con una sola computadora, aunque tienen la posibilidad de utilizar la computadora de Impresiones cuando la responsable no está. El área no tiene presupuesto propio, pero la facultad cuenta con una imprenta que imprime a dos tintas y afiches tamaño chico que se usa para algunos trabajos; mientras que los otros productos de encargan fuera de la facultad.

#### Reseña de antecedentes

El área existe desde 1995, cuando se le asignó a la Licenciada en Ciencias de la Comunicación la responsabilidad de editar la Revista Científica, que por diferentes motivos no se pudo concretar, aunque sí se creó el Boletín Informativo. Con los años, la periodista sumó responsabilidades: la guía del estudiante, la primer señalética (hoy desactualizada), la definición de la identidad visual y las producciones gráficas, para lo cual se incorporó primero una estudiante de diseño y luego la actual diseñadora.

#### Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.med.unlp.edu.ar](http://www.med.unlp.edu.ar)

La página cuenta con información institucional completa, así como académica y de posgrado, aunque la referida a investigación y extensión es escasa, así como los datos y servicios para estudiantes y hay muchos botones desactualizados en la página de inicio. La opción novedades ocupa un lugar central. La web es administrada por la Secretaría de Extensión, junto con el Departamento de Informática y no tiene vinculación con el Área de Programación, Diseño y Edición.

Prestaciones de la Página Web FCM Códigos: I=Información, M=Mail, W=Web propia, F=Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I - M	I	I - M	I	I	No	I con Plan	I en detalle	No	No
Posgrado		Investigación			Extensión				
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3°
I - M - W propia bastante desarrollada	I	I (poca) - hay algunos links en centros y laboratorios	No	I (poca)	No	No	No	Boletín (por suscripción)	No
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
Sí	M	I - M - Boletín (por suscripción)	M	No	No	No	No	No	Algunas vía SAE
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
I - M	No	Sólo revista de la facultad							

(DCM UNLP, 2007[2])

#### Boletín electrónico:

‘El Mensajero’: House organ que se distribuye semanalmente a través de la página web, con información para docentes.

#### Publicaciones impresas y electrónicas:

Además de la revista científica ‘La Revista de la Facultad de Ciencias Médicas’ (ver párrafo IV.2.3.2.), cuenta con:

Un boletín gráfico que se publica anualmente (solía ser cuatrimestral) desde 1996 en soporte papel. Cubre actividades de investigación y docencia. Se imprimen 800 ejemplares (primero fueron 1.000, luego 6.000, y finalmente se redujo su tirada a la cantidad actual) y se distribuyen en forma gratuita. Colaboran los docentes de la Facultad, aunque los trabajos que acercan no son los de mayor nivel académico, que reservan para las revistas con referato.

#### Guía del Estudiante:

Publicación anual que se imprime y distribuye en forma gratuita a los ingresantes una vez al año, y ofrece información útil para cursar la carrera, indicaciones de cómo moverse en La Plata, pautas para presentar una nota formal, etc.

#### Estrategias de relación con los medios de comunicación.

No existe un contacto sistemático con los medios, a excepción del envío de El Mensajero (el house organ de la facultad). El decano se conecta personalmente con los medios y no hace partícipe al área de comunicación institucional de esa relación. La Jefa del Área de Programación, Diseño y Edición, Andrea Suárez Delle Donne, advierte que:

*Es una gestión muy personalista. Alguna vez me ha pedido que redactara una gacetilla y tratará de publicarla, pero, en general, lo hace por sus propios medios.*

*Creo que uno debería publicar noticias bomba (sic) en su propio medio o publicación (y que los medios tomen de allí) pero no he logrado que eso sea considerado. Entiendo que el diario tiene predominio sobre la sociedad y todos quieren salir en el diario; pero hay cosas de segunda línea que el diario no publica, entonces podríamos publicarlas en nuestros propios medios.*

La conducción de la facultad durante el período analizado, no prioriza la comunicación institucional informativa interna y externa. Según Andrea Suarez Delle Donne y Mariana González Oría, la Diseñadora en Comunicación Visual, “en la facultad nadie sabe todo lo que nosotros hacemos”, y proponen que se puedan homogeneizar las áreas de comunicación de las distintas facultades. Sostienen que “no hay mucho apoyo para desarrollar diferentes proyectos” y no hay un contacto sistemático con los medios, a excepción del envío de El Mensajero (González Oría y Suárez Delle Donne, entrevista personal, 01/12/2006).

Existe una estructura y profesionales a cargo, y ciertos dispositivos comunicacionales implementados, no obstante se advierte la falta de un plan de comunicación institucional informativa y una estrategia integral para llevarlo a la práctica.

## **Facultad de Ciencias Naturales y Museo**

Estructura institucional de la comunicación informativa

No hay una dependencia específica ni profesionales de la comunicación que trabajen en la facultad (sí en el museo) y el área que se ocupa de la comunicación interna y externa es la Secretaría de Extensión Universitaria, cuyas funciones exceden estas tareas. Desde la secretaría se hace divulgación y comunicación institucional (prensa y comunicación interna) y colaboran y se complementan con el equipo de comunicación institucional del Museo de Ciencias Naturales.

Para las tareas vinculadas con la comunicación institucional (y también para las otras que corresponden al área), que no tienen un presupuesto asignado, colaboran en la Secretaría de Extensión, una docente con cargo de jefe de trabajos prácticos full time, un informático y

ocasionalmente una diseñadora (que por ejemplo se ocupó de hacer el cartel de la entrada a la facultad).

La pequeña oficina de la secretaría se encuentra en el primer piso del edificio del decanato, cuenta con una computadora de última generación y con un archivo en una oficina contigua.

La Secretaria de Extensión, María Fernanda López Armengol, expresa su parecer respecto de las necesidades presupuestarias para manejar la comunicación: “creo que con una buena computadora, conexión a Internet y un teléfono se puede hacer todo, porque para gestionar necesitas eso. Me llaman, me piden un determinado especialista y lo llamo; pongo en contacto la demanda con quien puede responder a esa demanda y listo” (López Armengol, entrevista personal, 14/11/2006).

#### Reseña de antecedentes

Nunca existió un área de comunicación institucional informativa en la facultad. La Secretaría de Extensión Universitaria, tuvo diferentes roles a lo largo de la historia de la unidad académica, aunque desde su origen, el objetivo fue contribuir a la divulgación de conocimientos generados en la facultad. Luego se comenzó a hacer prensa, y después comunicación interna.

Entre 1988 y octubre de 1997 se imprimió una revista que se llamaba ‘La Ventana’ que luego evolucionó hacia un formato electrónico y una parte de esa publicación fue reemplazada por ‘El Calendario’.

Para crear la página web, en el año 1999 se contrató a un comunicador (externo a la facultad) para que realizara un estudio institucional y una propuesta de página, que presentó en el año 2000.

#### Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.fcnym.unlp.edu.ar](http://www.fcnym.unlp.edu.ar)

No está del todo completa en lo referido a información institucional (faltan datos de Secretarías y Departamentos). Sin embargo la información académica, de posgrado, investigación y extensión es importante. La administración general está en manos de un Licenciado en Física con conocimiento en sistemas, encargado del Área de Informática y la Secretaría de Extensión provee los contenidos.

Prestaciones de la Página Web FCNyM Códigos: I=Información, M=Mail, W=Web propia, F=Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I - M	I	I (algunas vacías)- algunas con M y cuasi W	No	I - alguno con W	No	I con plan - algunas cátedras con M y W	I (poca) - F	No	No
Posgrado		Investigación			Extensión				
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3º
I - M - F	I	I - M	I	I (vacía)		Sí (poco)	No	No	I (bastante)
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
I por cátedra (algunas)	I (algunas) - algunas con W	No	M	No	No	No	Sí	No	Inscripción on line en materias
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
I - M	Sí	Sólo revista de la facultad							

(DCM UNLP, 2007[2])

Boletín electrónico:

‘Calendario Electrónico’ es un newsletter que se envía por e-mail dos veces por semana en formato Front Page y se sube a la página. El contenido refiere a jornadas, actividades culturales, información de interés académico y cultural, ofertas laborales, educacionales, pasantías, seminarios, investigación y transferencia y postgrado. En la Secretaría de Extensión cuentan con varias listas de direcciones en permanente crecimiento, que se actualizan en la Secretaría o en el Área de Informática. Seleccionan los destinatarios de acuerdo al mensaje: Graduados, alumnos (los datos se refuerzan con ayuda del Centro de Estudiantes), docentes, investigadores, medios de comunicación, cátedras, talleres, usuarios de Biblioteca. Se trata del medio más valorado para cumplir con los objetivos de la comunicación institucional interna y en parte, también externa.

En cuanto al procedimiento para armar el calendario, se selecciona información que llega a la bandeja de entrada de la casilla de correo y se la envía a la carpeta ‘calendario electrónico’. Tienen numerosas fuentes, que envían material en forma permanente y se clasifican todos los días. Si están en otro idioma se traducen. Algunas de ellas son la Secretaría del Decano, Servicios Universitarios, Graduados, Comunicación de Discapacidad de la Universidad, alumnos, profesores, otras universidades, etc.

Espacio Radial:

En Radio Universidad Nacional de La Plata hay un espacio, los días miércoles, donde tienen la palabra los profesionales de la facultad.

Publicaciones impresas y electrónicas:

Además de las revistas científicas ‘La Revista del Museo de La Plata, nueva serie’, ‘Aquatec’ y ‘Biología Acuática’ (ver parágrafo IV.2.3.2.), cuenta con:

‘La Ventana’, publicación digital realizada por la Secretaría de Extensión, Becas y Acción Social.

‘Boletín de noticias de la Biblioteca Florentino Ameghino’

‘Boletín informativo de la Biblioteca’, enviado mensualmente en formato PDF a sus usuarios vía e-mail.

Estrategias de relación con los medios de comunicación

La Secretaría de Extensión y el Área de Comunicación del Museo trabajan coordinadamente enviando con regularidad gacetillas a los medios de comunicación locales y nacionales para promocionar actividades (charlas, eventos, talleres del Museo). También ofrecen información sobre otros temas de investigaciones desarrolladas en la facultad y sus institutos, que se considera que pueden tener repercusión, como por ejemplo ‘pediculosis’.

Según María Fernanda López Amengol, “A las gacetillas las llevo yo en auto, y no controlamos si salen o no salen; aunque la información sobre ‘Talleres de Dinosaurios’ la han publicado. Hasta el año 2.000 las publicaban en forma gratuita pero luego eso se cortó” (López Armengol, entrevista personal, 14/11/2006). Parte de la comunicación externa se realiza por e-mail, ya que los padres interesados en anotar a sus niños en algún taller envían mensajes por correo electrónico y se les contesta. También el Calendario Electrónico cumple la función de informar hacia afuera de la comunidad educativa de la facultad.

En cuanto al criterio para seleccionar la información a difundir por los medios, María Fernanda López Armengol afirma:

*Esta facultad es eminentemente científica, no le interesa comunicar. A otras sí les interesa con escuelas, barrios... Hay muchas cosas que se hacen y no se difunden. Por ejemplo, el trabajo con la comunidad toba. No somos generadores de noticias y no sé si corresponde serlo (sic). Tenemos mucho cuidado con el tema de difundir el tema ‘tobas’ por respeto a la gente. Como uno ve que los medios sacan de contexto la información, uno es cauteloso (López Armengol, entrevista personal, 14/11/2006).*

Museo de La Plata (dependiente de la Facultad de Ciencias Naturales y Museo)

Estructura institucional de la comunicación informativa

El área que se ocupa de las tareas de comunicación institucional informativa externa se denomina 'Área de Comunicación Institucional del Museo de La Plata' y depende de la Dirección del establecimiento. La responsable del área tiene contacto directo con el Coordinador Operativo del Museo y con la Dirección; y sus tareas incluyen el vínculo con los medios de comunicación, la conformación del archivo de prensa y brindar asistencia a la Secretaría de Extensión y a la Unidad de Medios Audiovisuales, entre otras.

La responsable del área es Licenciada en Comunicación Social con orientación en Planificación Institucional, con experiencia en medios gráficos y radiales y la asisten dos pasantes que son diseñadores gráficos. Además de estar a cargo de la comunicación institucional, colabora con la Unidad de Medios Audiovisuales, que tiene cinco personas en su equipo, con un director que es antropólogo, y un especialista en medios audiovisuales.

Su oficina, amplia y compartida con personal del Servicio Educativo, está contigua a las oficinas del Coordinador Operativo y de la Directora del Museo, y está equipada con una computadora última generación con impresora, conectada a Internet, adquirida en el año 2006 y un teléfono, y ocasionalmente trabaja con el área de Fotografía.

El presupuesto del área es mínimo, y la responsable del área de comunicación institucional del Museo, Analía Martino, afirma haber solicitado a la Dirección un incremento del presupuesto (Martino, entrevista personal, 23/10/2006). El Museo no invierte en publicidad en los medios por su elevado costo.

Reseña de antecedentes

Los antecedentes del área se remontan al año 2000, cuando un grupo de alumnas de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP realizaron un trabajo de campo en el Museo de La Plata, que se prolongó durante un año; al finalizarlo las autoridades les ofrecieron que presentaran un proyecto y en base al mismo se creó el Área de Comunicación Institucional. Hasta ese momento, la comunicación se efectuaba de manera asistemática por parte del personal y funcionarios, como la Dirección, el Servicio Educativo, los empleados de la entrada del edificio, la Secretaría de Extensión Universitaria de la facultad. Hoy todos ellos coordinan buena parte de sus tareas de comunicación con el Área de Comunicación Institucional.



Las alumnas que comenzaron en el año 2000 renunciaron tiempo después porque el sueldo era muy bajo, y en el año 2003 se incorporó la actual responsable, Licenciada en Comunicación Social, contratada medio tiempo, que profundizó el trabajo de sus antecesoras y estableció una forma de trabajo que se coordina y complementa con la Secretaría de Extensión, para no superponer tareas: la Secretaría maneja los mensajes internos (dirigidos a docentes, no docentes e investigadores) y el Área de Comunicación Institucional del Museo, maneja la comunicación externa del Museo.

Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.fcnym.unlp.edu.ar](http://www.fcnym.unlp.edu.ar)

Se accede desde una de las opciones de la página de inicio de la Facultad de Ciencias Naturales. Es completa y de fácil navegación. Cuenta con una sección de novedades (desactualizada), aunque no en el inicio. La opción ‘servicios a terceros’ linkea con una página propia, atractiva, con diseño diferente al de la principal.

Publicaciones impresas:

Además de las revistas ya mencionadas en el análisis de la facultad, el Museo cuenta con la ‘Revista Museo’, publicación en soporte papel, editada una o dos veces al año, de divulgación científica y promoción de las actividades del Museo. Esta dirigida a un público general interesado en la ciencia y es un proyecto de la Fundación Museo de La Plata, que colabora en su producción con el área de Comunicación Institucional.

Vídeo:

La Unidad de Medios Audiovisuales produjo un vídeo de presentación del Museo.

Estrategias de relación con los medios de comunicación

Existe un trabajo planificado de vinculación con los medios, realizado por el Área de Comunicación Institucional. Se realiza una tarea de selección de información y un análisis de los efectos, más cuidadoso que en otras unidades académicas. Se redactan notas periodísticas para enviar a los medios de comunicación, que a veces las publican tal como fueron enviadas, y otras veces las utilizan como base para hacer su propia entrevista. El Área de Comunicación Institucional se encarga también de vincular a los periodistas con los investigadores, además de elaborar un Archivo de Prensa (de originales, fotocopias y

copias digitales) nacional y local, con un seguimiento de las noticias que salen publicadas sobre el Museo, y asesorar a las autoridades respecto de política con los medios.

Analía Martino juzga que no existe una estrategia proactiva respecto de los medios, sino una adaptación por parte del Museo a las demandas de los mismos:

*Les brindamos información, entrevistas, pero no publicidad paga. Los diarios responden, pero de todos modos, si podés 'esponsorrear', la relación con los medios cambia.*

*La difusión de noticias y actividades apunta a todos, desde agencias de prensa hasta revistas de escasa circulación, pero es diferente el mensaje a cada uno. Una exposición de arte o actividades culturales les interesan a algunos, publican en El Día, Hoy y las revistas que tienen grilla de cultura; a TELAM no le importa; 'Ciencia y Salud' les interesa a Nación o Clarín. Hacemos notas con el objeto de que el Museo forme parte del circuito turístico de La Plata. A veces brindamos demasiada información y al Museo le cuesta sostener una respuesta masiva de la gente a un evento o a talleres. En otras oportunidades, nosotros consideramos que hay algo importante que los medios deben cubrir y su agenda no permite cubrirlo. También buscamos hacer divulgación científica. Hoy es difícil publicar noticias sobre Ciencia (sic).*

*Muchas veces hemos tenido malas experiencias. Cada vez que puedo hago de 'mediadora', armo yo la nota con la persona que quieren entrevistar y sobre esa base, ellos escriben. A veces se realizan entrevistas telefónicas y cometen errores, porque el vocabulario es muy específico; por eso tratamos de trabajar en forma conjunta con el periodista. Muchos copian y pegan y otros hacen entrevista sobre lo armado o piden ampliación; igual salen errores pero menos (Martino, entrevista personal, 23/10/2006).*

En la facultad no hay estructura ni personal especializado y se advierte una escasa planificación y evaluación formalizada de la comunicación institucional informativa, no así en el Museo. El interés por mantener un contacto con los medios se reduce a la publicación de gacetillas que promocionan charlas, talleres y eventos o de información sobre algún tema de repercusión social y no hay un control de lo que se publica. Los funcionarios de la facultad ya perciben a la comunicación institucional informativa como un problema no resuelto y en menor medida como una oportunidad, pero sí como tarea de un especialista; aunque aún no es considerada una prioridad.

Aunque el Museo pertenece a la Facultad de Ciencias Naturales, allí sí se ha desarrollado un modelo de comunicación. La fortaleza de la política aplicada reside en la profesionalización y la previsibilidad de la tarea de difusión. De allí se infiere claramente que cuando la institución necesita vitalmente la relación con el medio, se fortalece la mirada comunicacional de la misma (No habría visitas al Museo si el público no conociera esa posibilidad). Sin embargo, esa estructura de difusión –que en el Museo está consolidada- no garantiza que exista una política comunicacional integral de la facultad, que defina por ejemplo, qué se quiere decir y a quién.

En el Museo hay percepción por parte de las autoridades de la importancia de la comunicación; y el hecho de que las oficinas de dirección, coordinación operativa y comunicación sean contiguas (lo que garantiza contacto personal constante) es un indicador claro en ese sentido. El Área de Comunicación Institucional viene llevando adelante una tarea de sensibilización interna dirigida a investigadores y empleados del museo, sobre sus funciones; sin embargo, aun le cuesta vencer la resistencia del investigador a compartir sus conocimientos. Como consecuencia de la resistencia del investigador a comunicar sus avances a la comunidad y de la ausencia de un plan integral de comunicación para toda la facultad pasa, por ejemplo, que para el imaginario social el Museo es sólo extensión y se conoce mucho menos su importante rol de investigación.

### **Facultad de Ciencias Veterinarias**

Estructura institucional de la comunicación informativa

El área que se ocupa de la comunicación es la Prosecretaría de Prensa y Difusión, que en el organigrama, figura como dependiente de la Secretaría de Extensión Universitaria. La Prosecretaria es Técnica Superior en Periodismo y docente de la Facultad de Periodismo de la UNLP. Colaboran con ella un becario estudiante avanzado de informática y una integrante del área de Comunicación Visual (área que depende de la Secretaría de Gestión de Calidad, Diseño y Comunicación Visual), diseñadora, aunque también realiza tareas administrativas. La Prosecretaria de Prensa y Difusión, Eleonora Rolleri, considera necesario contar con más gente; en primera instancia un estudiante avanzado de comunicación (Rolleri, entrevista personal, 11/10/2006). La Prosecretaria cuenta con una oficina reducida y con una computadora Pentium3 con Windows 98 sin grabadora de CD pero conectada en red con la diseñadora. Tienen posibilidad de usar scanner, impresora láser blanco y negro y fotocopidora; y tienen teléfono. No hay presupuesto asignado para el área pero cuando hay un requerimiento, se lo proveen.

Los objetivos de la Prosecretaría son vincular a la facultad con el medio y hacer divulgación científica a partir de tres ejes principales: comunicación interna, comunicación entre la facultad y el medio y comunicación entre la facultad y otras instituciones académicas y científicas. Entre las tareas del área se incluyen editar notas formales del decano; trabajar para la página, acercando información de actividades que puedan serle de interés a los profesores; y principalmente vincularse con los medios: se busca instalar a la facultad como centro de referencia en temas como salud animal, epidemiología, etc.

Eleonora Rolleri explica que su trabajo implica conjugar demandas espontáneas desde diferentes áreas de la facultad (cátedras, secretaría de extensión) con una visión más estratégica (Rolleri, entrevista personal, 11/10/2006).

#### Reseña de antecedentes

No existió un espacio específico para la comunicación institucional informativa en la facultad hasta el año 2004, cuando, con el cambio de autoridades, se confirmó la voluntad política de otorgarle espacio a la comunicación. En ese momento contaban con personal capacitado para trabajar en el tema, que estaba subempleado, y existía en la Secretaría de Extensión, un área de divulgación científica, a cargo de un veterinario. Fue así que en el año 2004, se creó la Prosecretaría de Prensa y Difusión que elaboró un diagnóstico de la comunicación y una propuesta comunicacional para la facultad. Se planteó profundizar el diagnóstico, relevar dispositivos de comunicación y reforzar determinadas líneas de acción, proceso que avanza lentamente por las urgencias y requerimientos del día a día, aunque Eleonora Rolleri explica que el mayor apoyo a sus propuestas lo obtuvo del decano (Rolleri, entrevista personal, 11/10/2006). Al mismo tiempo se dio respuesta a las demandas que se fueron presentando: al principio el énfasis estuvo puesto en el trabajo con los medios y después fue la comunicación interna.

#### Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.fcv.unlp.edu.ar](http://www.fcv.unlp.edu.ar)

De diseño sobrio, la página contiene información institucional, académica y de extensión, no así de investigación y la cartelera de novedades está desactualizada. Cuenta con un sistema de carga automática que permite que cada área y secretaría suba su propia información y esto hace que algunas áreas mantengan su sección actualizada y otras no. El funcionamiento del sitio se coordina desde la Prosecretaría de Prensa y Difusión que de ser necesario, apoya a los docentes e investigadores en la redacción de los textos.

A partir de la necesidad de reformulación de la página, en su momento se incorporaron tres personas, de las que queda sólo una. Eleonora Rolleri recuerda que la página crecía en forma anárquica según las necesidades de cada cátedra, “no había un eje conductor, había distintas tipografías, no había un criterio racional sobre las necesidades presentes y a futuro” (Rolleri, entrevista personal, 11/10/2006). Se hizo una evaluación de la demanda y un proyecto.

Antes la página estaba en lenguaje HTML estático, que lo manejaba solo el informático; entonces se generó un sistema dinámico; y ahora la carga de información se realiza de manera descentralizada y está iniciado el trámite para el registro del sitio en la Dirección de Propiedad Intelectual, porque la bibliografía que se sube a la web es información pública. El Decano Edgardo Nosetto afirma que, a partir de implementar este mecanismo, lo que actualmente le falta a la página web “no es responsabilidad de la prosecretaría sino de nosotros, los docentes e investigadores de las diferentes áreas, que no le cargamos la información” (Nosetto, entrevista personal, 08/03/2007).

Prestaciones de la Página Web FCV Códigos: I=Información, M=Mail, W=Web propia, F=Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I - M - directorio de mail en F	I	I - algunas con M y cuasi W	No	I - algunos con M y Cuasi W	No	I con Plan	I (poca) - F SIPU	Sí	Sí (poco desarrollado)
Posgrado		Investigación			Extensión				
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3°
I - M - F (algunos on line)	I - M	I (vacía) - hay algunos links en centros y laboratorios	No	I (bastante servicio a la comunidad)	No	No	No	No	I (bastante)
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
I - M online	La mayoría básica, otras con Materiales	I (poca)	M	No	Sí, por cátedra	No	Sí	I	
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
I - M	No	No							

(DCM UNLP, 2007[2])

Publicaciones impresas:

Además de la revista científica ‘Analecta Veterinaria’ (ver parágrafo IV.2.3.2.), la facultad cuenta con un proyecto de publicación institucional en papel al que tanto Edgardo Nosetto como Eleonora Rolleri hicieron referencia, para que “el decano pueda llevarla a otras instituciones nacionales, y que sirva para presentar a la facultad”. Y aunque el trabajo esta hecho, “primero no hubo plata y luego no hubo tiempo para editarlo” (Nosetto y Rolleri, entrevista personal, 11/10/2006).

Proyecto de Video institucional en DVD

Se pidió presupuesto al CeProM para no contratar un privado. El objetivo es usarlo como presentación de la facultad a instituciones del exterior, cuando viajan docentes o autoridades.

#### Estrategias de relación con los medios de comunicación

Existe una estrategia de vinculación con los medios, cuyo objetivo es instalar a la facultad como centro de referencia para la producción de noticias sobre temas como epidemiología, sanidad animal y salud pública. La responsabilidad de llevar a cabo esta política es de la Prosecretaría de Prensa y Difusión, que suele solicitar apoyo a la Unidad de Prensa de la UNLP; no obstante, la Prosecretaria centraliza los contactos con los medios gráficos y audiovisuales locales, con buena respuesta por parte de los mismos, asumiendo a veces el rol de nexo entre los periodistas y los investigadores y llevando adelante el archivo de prensa. Edgardo Nosetto sostiene:

*Tenemos una buena respuesta de los medios locales en relación a nuestro interés de que se refleje el trabajo de la facultad. Por el medio que sea, pero queremos que se conozca, fundamentalmente nuestro trabajo de extensión y de investigación: tenemos acuerdos de cooperación con países latinoamericanos que solo reflejan los medios en casos puntuales. La Prosecretaría trabaja mucho en eso, y ahora tengo a quién recurrir cuando necesito a los medios locales. Con los medios nacionales es más complicado, pero también lo intentamos (Nosetto, entrevista personal, 08/03/2006).*

Eleonora Rolleri explica:

*La facultad se equipó con tecnología de punta e instauró un ciclo de producción en investigación científica que no se detuvo. Ahora no es el mismo caudal pero igual se sigue: son equipos únicos en Latinoamérica. Hay equipos de investigación, hay científicos de envergadura y los diarios lo publican porque le interesamos al público general, no tanto científico. Nosotros tenemos material y lo que más pega es la salud pública. Queremos instalar la facultad en los medios y sostenerla, y logramos una buena acogida en los medios gráficos y audiovisuales locales, y menos en los medios nacionales, que tienen un impacto más alto; porque por ejemplo, Clarín recurre a la UBA, aunque acá se produce información científica como para que sea captada por el medio. No obstante, tengo registros pormenorizados de los diarios, aunque con las radios se complica y la respuesta es creciente (Rolleri, entrevista personal, 11/10/2006).*

La Facultad de Ciencias Veterinarias cultiva buenos contactos internacionales. El caso JICA es paradigmático, y habla de la buena capacidad de autopromoción de la facultad. El hecho de que la revista científica salga también en inglés es indicador de esta tendencia, ya que en el período investigado, no se registraron contenidos bilingües en ninguna otra producción de la UNLP.

El primer aspecto definitorio a considerar es que en el período de investigación, la gestión se decidió a priorizar la política de comunicación, y para ello pensó un proyecto que

se consolidó con el fluido contacto que existe entre el Decano y la Prosecretaría de Prensa y Difusión. Lo que comenzó casi intuitivamente, fue adquiriendo mayor fuerza con el transcurso del tiempo y fueron las propias autoridades las que comenzaron a descubrir qué dimensión podía alcanzar esta política.

La Facultad de Ciencias Veterinarias es la única facultad que se propuso la evaluación de lo realizado y la elaboración de un autodiagnóstico, imprescindible para una etapa posterior de planificación por objetivos.

## **Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación**

Estructura institucional de la comunicación informativa

No existe un área ni un responsable de la comunicación institucional informativa o de prensa, ni comunicadores desempeñándose en la facultad. La mayoría de los departamentos y centros de investigación se hacen cargo de su propia comunicación interna y externa.

Las áreas que realizan tareas de comunicación son la Secretaría de Extensión y el Departamento de Medios Audiovisuales, que está encabezado por una diseñadora en Comunicación Visual, con un cargo docente que trabaja en la facultad desde 1998 y que coordina el diseño y la impresión de piezas gráficas con todas las áreas de la facultad, aunque no plantea una identidad visual única para la unidad académica. El departamento cuenta con oficina propia en el primer piso, con una computadora equipada para realizar diseños audiovisuales e impresiones, ya que tiene una imprenta, que utiliza en casos excepcionales (por ejemplo, para imprimir actas de congresos).

La página web de la facultad y de la biblioteca es administrada desde el año 2006, por un equipo coordinado por un profesor, e integrado por un diseñador, seis profesionales, dos becarios de la biblioteca y un analista de sistemas con experiencia en el armado de sitios web que también se encarga de mantener el servidor de la unidad académica.

Por su parte, la secretaria administrativa lleva adelante un archivo de prensa sobre notas de la facultad en diarios y revistas; y cada departamento recorta el material periodístico de su área de interés.

En cuanto al presupuesto para comunicación, cada departamento o centro destina parte del dinero que obtienen de sus fuentes de financiación (CONICET, incentivos, subsidios de extensión de la facultad) para publicaciones, gráfica, etc.

## Reseña de antecedentes

En 1988 se puso en marcha la Secretaría de Extensión, que fue una de las últimas en crearse. Nunca hubo un área de comunicación institucional ni se planteó conformarla. Sí se ha planteado que debería de haber una persona que centralice ese trabajo (que organice los eventos, vincule con los medios, redacte gacetillas) pero no que sea la cara de facultad.

## Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.fahce.unlp.edu.ar](http://www.fahce.unlp.edu.ar)

La actual página fue lanzada en 2007 ya que la anterior era muy precaria. Está actualizada y es fácil de navegar, muy completa en información institucional. La sección de novedades ocupa el centro de la página, y está dividida en categorías (institucional, académica, posgrado, investigación y extensión); a la vez, cada categoría está subdividida (destacados, noticias, eventos y convocatorias). Tiene opciones interactivas y todos los docentes, investigadores y extensionistas fueron capacitados para cargar contenidos y actualizar sus respectivas secciones. La iniciativa tuvo éxito, en función de los resultados, ya que la totalidad de las cátedras, de todos los departamentos, cuenta con página propia dentro del sitio de la facultad. La mayoría de las mismas presentan la información básica (docentes, horarios, programa, contenidos, objetivos, bibliografía) pero ninguna de las que se han revisado ofrece material de descarga (teóricos y/o prácticos), lista de comisiones ni notas de parciales.

Prestaciones de la Página Web FHyCE Códigos: I=Información, M=Mail, W=Web propia, F=Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I - M - directorio de mail en F	I	I - algunas con M y casi W	I - algunas con M y casi W	I - algunos con M y Cuasi W	No	I con Plan	I (poca) - F SIPU	Sí	Sí
Posgrado		Investigación			Extensión				
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3°
I - M - F (algunos on line)	I - M	I - hay algunos links en centros y laboratorios	Si	I (bastante servicio a la comunidad)	Si (identificados no desarrollados)	Si	Si	Si	No
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
I - M online	I - básica	No	M	No	No	No	Sí	I	I
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
I - M	No	Sí							

(DCM UNLP, 2007[2])



Boletín electrónico:

‘Boletín mensual electrónico de la Biblioteca de la Facultad’, que se envía a 6.000 usuarios.

Publicaciones impresas y electrónicas:

El portal Web tiene una página específica dedicada a las numerosas publicaciones que se realizan en los distintos ámbitos de la facultad, con información detallada de las mismas y la posibilidad de comprarlas vía Internet o de descargarlas si son digitales; en la que figuran las revistas científicas ‘Mundo Agrario’, ‘Olivar’, ‘Revista de Filosofía y Teoría Política’, ‘Orbis Tertius’ y ‘Synthesis’ (ver párrafo IV.2.3.2.), pero que también cuenta con:

‘Anuario del Instituto de Historia Argentina’: Publicación editada por el Instituto de Historia Argentina ‘Dr. Ricardo Levene’, iniciada en el año 2000 y con 6 números publicados.

‘Auster’: Publicación anual editada por el Centro de Estudios Latinos, iniciada en el año 1996 y con 11 números publicados

‘Boletín del Instituto de Investigaciones Educativas’: Revista anual, en soporte papel, de extensión variable (entre 30 y 100 páginas). Editada desde 1987 por el Instituto de Investigaciones Educativas, con 9 números publicados.

‘Cuadernos de Lenguas Modernas’: Cuaderno de posgrado editado por el Departamento de Lenguas y Literaturas Modernas desde 1999 con periodicidad irregular y 6 números publicados.

‘Cuestiones de Sociología’: Publicación anual editada por el Departamento de Sociología y la editorial ‘Prometeo’, iniciada en el año 2003 y con dos números publicados.

‘Educación Física y Ciencia’: Editada anualmente por el Departamento de Educación Física, desde 1995, con 8 números publicados.

‘Geograficando’: Editada anualmente por el Departamento de Geografía, desde 2005, con 1 número publicado.

‘Los adultos mayores nos informan’: Revista editada por el Programa de Educación de Adultos Mayores –PEPAM- de periodicidad irregular, en soporte papel. Editada por el PEPAM, con 27 ejemplares publicados.

‘Palabra Clave’: Editada por el Departamento de Bibliotecología, desde el año 2002 con periodicidad irregular, con 2 números publicados.

‘Puertas Abiertas’: Revista en soporte papel, editada por la Escuela de Lenguas. Se publicó un ejemplar en 2005, de 116 páginas.

‘Sociohistórica’: Editada semestralmente por el Centro de Investigaciones Sociohistóricas y la editorial ‘Prometeo’ desde 1999, con 18 números publicados.

El Secretario de Extensión Luis Adriani describe el proyecto de una futura publicación institucional:

*Falta explicitar a la comunidad lo que pensamos sobre sus problemas, como por ejemplo ‘represión’. En el día a día enviamos comunicados, pero sería importante comunicar mediante una publicación lo que en la universidad se reflexiona sobre estos temas, con un lenguaje que llegue a la población. Estamos pensando ya en el formato de la revista, en un comité de organización, y queremos distribuirla a través de los puestos de diarios y revistas. Sería una publicación donde esté la voz de la facultad para que llegue a la comunidad, tomando como modelo una revista que edita la Universidad de Buenos Aires. Saldrá con uno o dos temas, cada seis meses y la idea es no utilizar lenguaje académico, por eso no está pensada para referato (Adriani, entrevista personal, 29/11/2006).*

Con una proyección de largo plazo, se está reuniendo material que evidencia el quehacer de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación a través de los años: planes de estudio de grado y postgrado, líneas de investigación, memorias de centros de investigación, de extensión, servicios. Y también lo que produjo cada área individualmente, en relación con la facultad: tesis, trabajos de investigación de los docentes, etc. El objetivo es reunir, registrar, sistematizar en categorías (publicaciones, libros, revistas, actas de congresos), garantizar su preservación y difundir el material en la página Web, permitiendo el acceso del usuario a esta síntesis de la historia de la unidad académica.

*Ya hay un avance en el sitio, a partir del link ‘Publicaciones’. Se plantea seguir reuniendo documentación, que se digitaliza a medida que se va produciendo, lo que facilita su inclusión en la ‘Memoria académica’. El proyecto se inició el 29 de septiembre del año 2006 y trabajan en él, el coordinador de la página web y los profesionales de la Biblioteca de Humanidades. Uno de los objetivos es otorgarle visibilidad a la labor que se realiza en la facultad ya que hay mucha gente produciendo mucho y no se conoce lo que se hace (Banzato, entrevista personal, 07/03/2007).*

### Estrategias de relación con los medios de comunicación

La decana centraliza muchos de los vínculos y no existe un contacto sistemático. La facultad utiliza el servicio de la Unidad de Prensa de la UNLP para enviar información a los medios gráficos. Luis Adriani puntualiza:

*Como no está sistematizado, a veces surgen algunas complicaciones o las cosas no salen, y a veces se manda pero no llega... Por momentos hay demandas de parte de los medios. El Día, por ejemplo, ha publicado notas sobre pueblos y ferrocarriles y sobre medio ambiente. Entrevistaron a gente de Filosofía.... Cuando llaman los medios, la secretaria de la decana analiza las demandas y vincula al medio con quien puede darle una respuesta (Adriani, entrevista personal, 29/11/2006).*

Una de las mayores debilidades de la facultad en materia de comunicación institucional informativa es la ausencia de estructura orgánica y personal competente en comunicación. Sin embargo, en ciertos datos, las autoridades demuestran un reconocimiento de la competencia profesional, ya que las gacetillas se gestionan a través de la Unidad de Prensa de Presidencia, y la gráfica la realiza una diseñadora.

Puede advertirse el inicio de un proceso de construcción de una política de comunicación, considerando la simultaneidad de emprendimientos que se comienzan a desarrollar como la reformulación de la Página Web, lanzada en el año 2007, la voluntad de editar una revista de opinión y divulgación, y de armar una memoria institucional.

En la relación con los medios, como en varias unidades académicas, se produce una fuerte demanda de los medios de comunicación hacia la facultad, en lo que se denomina la opinión del 'experto', dado que las disciplinas que forma la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, están vinculadas a la mayoría de las problemáticas sociales.

## **Facultad de Informática**

Estructura institucional de las áreas de Comunicación

No hay área de comunicación, ni profesionales formados en la disciplina trabajando en la facultad. El decano o la vicedecana centralizan la relación con los medios.

La página Web es administrada y actualizada por un pasante, con la coordinación de la vicedecana; un profesor de historia redacta los contenidos de la página web y colabora en la redacción de la revista electrónica 'Willway'; y una diseñadora gráfica becada complementa su trabajo en la página web y en la revista electrónica.

Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.info.unlp.edu.ar](http://www.info.unlp.edu.ar)

Su estética es similar a la del Portal Universitario, brinda información institucional completa; la cartelera de novedades está actualizada, aunque no la cartelera de prensa

(complementada con artículos redactados por el decano o la vicedecana), y la administración de la página web está descentralizada, ya que cada secretaría actualiza sus propios contenidos. La Secretaria de Extensión, Claudia Banchoff reflexiona:

*La página web fue reformulada a principios de 2006 y ahora el LINTI y otras áreas están adaptando sus sitios a la nueva página. La falta de actualización responde a la falta de personal que se ocupe específicamente de eso, aunque se prevé que cada una de las secretarías tenga un responsable de contenidos para la página web (Banchoff, entrevista personal, 06/12/2006).*

Prestaciones de la Página Web FI Códigos: I=Información, M=Mail, W=Web propia, F=Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I	I	I (poca) - M	No	W	I (poca)	I con Plan y distribución cuatrimestral	I - M - W con materiales - F online SIPU	Sí	No
Posgrado		Investigación			Extensión				
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3°
I - M - W	I	I (poca) - M	No - Sólo I en Laboratorios	I - M - W	I	I	I	Revista	No
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
I en W de cátedras	Varias con W	Bolsa de trabajo - F	Poca I	Oficina virtual	Sí	W	Sí	I (vacía)	
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
No	No	On line solo en algunos laboratorios							

(DCM UNLP, 2007[2])

Publicaciones impresas y electrónicas:

Además de la revista científica 'Journal of Computer Science and Technology' (ver párrafo IV.2.3.2.), la Facultad de Informática también cuenta con:

'TE&ET' - Revista Iberoamericana de Tecnología en Educación y Educación en Tecnología, publicación en soporte digital.

'Willay', publicación en soporte digital que se envía cada tres meses, desde el año 2003, informando actividades de la gestión. Está dirigida al público en general y a los egresados.

Proyecto de Video Institucional:

Se produjo un video en el año 2007, que sirve como presentación de la facultad.

## Estrategias de relación con los medios de comunicación

No cuentan con una planificación sistemática. Difunden información sobre eventos puntuales, y utilizan el servicio de la Unidad de Prensa de la UNLP. Claudia Banchoff afirma:

*Hay muchas cuestiones que les interesa a los medios que nosotros podemos brindarlas, sin embargo no tenemos una estrategia, y recién ahora nos damos cuenta que hacemos pero no contamos. En algún momento teníamos un contacto en los medios pero ahora se manda toda la información a la Unidad de Prensa de la UNLP y si no mandamos es porque nos olvidamos. Lo que no mandamos es lo interno, pero algunas cosas podrían ir, como por ejemplo la capacitación. Si los medios se enteran puntualmente de algo, nos piden información y luego lo publican. Cierta información como el tema de los cursos de capacitación en informática a los abuelos, aparece en Educar o en el diario Hoy, o en Clarín, o Nación, que publican cosas en el suplemento de Tecnología. Los medios también llaman, por ejemplo, con el tema del ingreso, en ese caso al decanato (Banchoff, entrevista personal, 06/12/2006).*

La Facultad de Informática presenta como particularidad atinente a su temática de estudio, un gran desarrollo de las herramientas tecnológicas de información y comunicación, y un hábito constante de uso y consumo de estas formas por parte de la comunidad de la facultad.

En esta etapa comienza a evaluarse en la gestión la necesidad de atender a los contenidos comunicacionales, y a las demandas de los medios. También están advirtiendo la importancia del lenguaje y del diseño: Tanto para la revista electrónica como para la página web, se está utilizando un criterio de divulgación que tiene en cuenta al receptor, al elaborar los textos y pensar el producto desde la imagen.

Sin embargo, no tienen definida la relación con el medio, y les preocupa en especial, la demanda de los medios de comunicación. Más que una debilidad puede advertirse, al igual que en varias facultades, una convicción de mantener un bajo perfil, una mirada endógena.

## **Facultad de Ingeniería**

### Estructura institucional de la comunicación informativa

El 'Área Comunicacional' fue creada en julio del año 2006, tiene rango de Dirección y depende de la Secretaría de Planificación y Control. Su director es un Ingeniero y allí se desempeña un Licenciado en Comunicación Social, un Periodista no docente, y dos personas encargadas del soporte técnico de la página web, de la que se terceriza el diseño gráfico. El Área Comunicacional es responsable de los contenidos que se generan para la

página web, del mailing y las publicaciones impresas, de redactar el Diario de Sesiones del Honorable Consejo Académico, de asistir a las autoridades en la relación con los medios de comunicación locales y nacionales, y de cubrir todas las actividades de gestión, institucionales, educativas y sociales que se realizan en el ámbito de la facultad.

El Área Comunicacional funciona en una oficina pequeña contigua al decanato (no señalizada), donde trabajan de a dos personas por turno. Cuenta con tres computadoras y un teléfono, presupuesto propio (con una partida asignada para publicidades en medios gráficos), y el responsable de los contenidos de la página web y de las publicaciones impresas, Juan Farello, afirma que nunca dejaron de hacer algo por falta de fondos (Farello, entrevista personal, 19/10/2006).

El Decano Pablo Massa, por su parte, plantea que “el objetivo de la política comunicacional en la Facultad de Ingeniería, es que la gente esté enterada de lo que se hace en la facultad, a través de la palabra responsable”. Las decisiones sobre qué información difundir “las toma el equipo de gestión: Decano, Vicedecano, Secretario Académico, Secretario de Planificación y Control y Secretario de Ciencia y Técnica. En este caso no hay estructura piramidal sino trabajo de equipo” (Massa, entrevista personal, 22/02/2007).

#### Reseña de antecedentes

Hasta 1975 existió un Departamento de Publicaciones y Biblioteca, que editaba trabajos científicos (hoy están publicados en la página web).

Posteriormente, el área se llamó ‘Prensa y difusión’, dependía de Administración y Gestión, trabajaban dos comunicadores y una diseñadora gráfica y se disolvió en el año 2006 reorganizándose el personal.

Efectivamente, el actual proceso de cambio se inició en febrero del año 2006, aunque la comunicación institucional se vino trabajando desde antes, ya que se producía la página web, se contestaban consultas en forma diaria y la revista institucional ‘Proyectarse’ se publica desde 1995. Sin embargo, Pablo Massa explica el cambio realizado en el Área de Comunicación durante el año 2006:

*Había superposición de tareas y no teníamos resuelta el ‘Área Comunicacional’, había renunciado una persona y debíamos solucionar ese tema, así que armamos un área de comunicación integral. Mi principal preocupación era tener medios objetivos a disposición y buscar un estilo en lo que publicáramos.*

*El cambio, que consolidó a dos periodistas en el área (tenemos un periodista para cada turno - mañana y tarde- que pueden cubrir un evento si se produce), se realizó para definir bien los roles, desde una determinada concepción de la facultad: queremos realizar, en todas las áreas, una combinación de cuadros de gestión política con cuadros estables, idóneos, que puedan permanecer en*

*esa función más allá de cuál sea el decano que asuma en cada nueva gestión (Massa, entrevista personal, 22/02/2007).*

El Área Comunicacional quedó a cargo de un ingeniero que maneja las redes informáticas y telefónicas, aunque, de acuerdo a lo manifestado por Juan Farello, las decisiones parten del decanato y no se le deja al área, mucha posibilidad de opinar de la estrategia a seguir, ni tampoco respecto de los temas y contenidos (Farello, entrevista personal, 19/10/2006).

Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.ing.unlp.edu.ar](http://www.ing.unlp.edu.ar)

Presenta información institucional y académica completa, promociona servicios a empresas e instituciones brindados por la facultad y cuenta con una sección de noticias actualizada (posteriormente, esta información se publica en la revista institucional, con mayor o menor desarrollo). Se administra en forma descentralizada ya que los laboratorios, cátedras y departamentos, publican información por su cuenta en sus respectivas páginas; no obstante, desde el Área Comunicacional se realiza la administración central. Según Juan Farello, la gestión está atenta a la página; tanto el Decano, el Vicedecano o el Secretario del área supervisan el material antes de subirlo (Farello, entrevista personal, 19/10/2006).

Prestaciones de la Página Web FI Códigos: I=Información, M=Mail, W=Web propia, F=Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I	I	I - cuasi W	Cuasi W en todos	I - M de laboratorios	No	I con Plan	I en detalle - Materiales - F online	Sí	No
Posgrado		Investigación			Extensión				
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3°
I - M - cuasi W bastante desarrollada	I - F online	I - M - Lista de investigadores y laboratorios	I	I - M	No	Sí	Sí - Hay I de cursos	No	I (bastante) - F online
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
I en los dptos	I en los dptos	Servicio de seguimiento (desarrollado) - F online	No	No	Sí	Sí	No	W	Algunas vía SAE
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
I - M	Sí	Sólo revista de la facultad							

(DCM UNLP, 2007[2])

Gacetillas por correo electrónico:

El Director del Área Comunicacional las envía para anunciar cursos, conferencias, invitaciones a actos académicos.

Publicaciones impresas y electrónicas:

Revista “Proyectarse”: Publicación institucional informativa, en soporte impreso y digital, realizada por la Prosecretaría de Extensión Universitaria. Se edita desde 1994, y desde el año 2001 en versión electrónica. Se publican 700 ejemplares dos veces al año -a mediados de diciembre y de julio (les gustaría publicarla más seguido)-. Se envía a los titulares de las áreas departamentales, con nombre y apellido, y se reparten para auxiliares docentes, en cantidades suficientes; quedando un extra para distribuir en actos académicos, jornadas y seminarios; mientras que a los estudiantes se les dejan revistas a disposición en diferentes lugares de la facultad.

La revista fue creada por el Decano Pablo Massa en su primera gestión y cuenta que “los decanos que asumieron después, continuaron con la publicación. Durante el decanato de Lugones se le dio mayor impulso inclusive, ya que yo había comenzado con una revista más humilde” (Massa, entrevista personal, 22/02/2007). Juan Farello asegura que la revista es muy leída:

*Tiene un público muy activo, crítico, compuesto principalmente por docentes, y en segundo orden, graduados y estudiantes y forma parte de la identidad de esta unidad académica. Para los investigadores es importante estar en la revista y se trata de incluir la mayor cantidad de proyectos para mostrar el trabajo de la facultad (Farello, entrevista personal, 19/10/2006).*

Boletín informativo ‘Comunicarse’: Publicación mensual en soporte papel, realizada por el Área Comunicacional que edita entre 200 y 500 ejemplares por mes. Se creó por inquietud de las autoridades, para tener una publicación de mayor frecuencia que la revista dirigida a la comunidad educativa. Muchas veces cubre los mismos temas que luego saldrán en ‘Proyectarse’, con otro tratamiento.

Boletín ‘Noticias de Interés Universitario’: Publicación electrónica realizada por el Área de Logística y Comunicaciones de la Secretaría de Infraestructura y Servicios.

Estrategias de relación con los medios de comunicación

Existe cierta planificación, llevada adelante por el Área Comunicacional con directivas políticas de la gestión. Entre las tareas asignadas se encuentra difundir actividades de



posgrado; diseñar, gestionar, redactar y publicar avisos y publicidades en los medios gráficos; y atender a los periodistas y derivarlos a las autoridades según el tema de consulta.

Massa explica que:

*Los medios locales publican temas vinculados a la facultad porque son de interés de la comunidad, no porque nosotros tratamos de que los publiquen. Con respecto a las investigaciones, es información científica y de transferencia tecnológica que se difunde hacia adentro de la facultad y de la Universidad; y ciertas veces, cuando es muy interesante, vienen los medios a hacer notas porque se enteran. Es complicado porque no cualquier tema se puede dar a publicidad y, por otra parte, es importante que el periodista que trabaje cada uno de esos temas tenga la formación necesaria para hacerlo correctamente (Massa, entrevista personal, 22/02/2007).*

Juan Farelló, por su parte, afirma que los medios tienen la primicia de las noticias importantes, antes que la revista de la facultad. Si los hechos más destacados (detectados a través de un relevamiento interno) no fueron cubiertos, se envía la información a los medios. Se contacta con el periodista a cargo de las secciones 'Universidad' o 'Educación'. El periodista cuenta que se sorprendió cuando vio que los medios llamaban a Ingeniería para pedir información para publicar, porque en Arquitectura nunca le había sucedido eso, y agrega:

*La facultad es noticia cuando hay bochazos en el ingreso y por los convenios con empresas, ya que hay un trabajo fuerte en desarrollo local. Ingeniería tiene peso propio, es una facultad que tiene impacto en la vida cotidiana. Los temas ambientales, hídricos, construcciones, aeronáutica, sobre todo estos últimos años, tienen mucha llegada. Está ligado al desarrollo industrial y eso a los medios locales les interesa. A nivel nacional, aunque en menor medida, también hay interés, por ejemplo fue bien difundido el convenio con el Ministerio de Defensa, que involucró a la facultad en el control de calidad de los repuestos comprados para la Fuerza Aérea.*

*Los medios también tienen inquietudes políticas y para eso llaman al decano o al vicedecano, que hacen una lectura no tan técnica de lo que se publica; mientras que nosotros manejamos con ellos la información de las actividades académicas y de proyectos de investigación (Farelló, entrevista personal, 19/10/2006).*

Con referencia a la difícil relación cotidiana con los medios gráficos locales, Pablo Massa recuerda que:

*Cuando en el año 2006, vinieron los decanos de todo el país, les entregamos un ejemplar del diario 'El Día' y otro del 'Hoy' a cada uno, como forma de mostrarles lo que la ciudad refleja de esa noticia, que fue muy jerarquizada. Sin embargo, en otro momento, el diario 'El Día' se enojó con las autoridades de la Facultad de Ingeniería porque no les dimos información sobre los resultados de los exámenes en el ingreso cuando la pidió. Lo que sucede es que no queremos que se confunda a la opinión pública en un tema tan delicado como el éxito o el fracaso de los ingresantes; y es difícil explicarles que una vez que finalice todo el proceso del ingreso, con sus recuperatorios, recién vamos a dar la información completa (Massa, entrevista personal, 22/02/2007).*

La Facultad de Ingeniería tiene la particularidad de estar compuesta por departamentos y laboratorios de relevancia propia, tanto en lo académico-científico como en lo

presupuestario, dada la importancia económica que constituyen los servicios a terceros. De allí que la decisión política de la gestión de priorizar la comunicación interna, habla de una intención de planificar considerando fortalezas y debilidades de la institución. Este aspecto la distingue de la mayoría de las unidades académicas de la UNLP.

Esto no implica que pueda considerarse a Ingeniería como un modelo exitoso de comunicación, sin embargo puede advertirse la intención de otorgar relevancia a la comunicación: Es un área en el organigrama, se respetan las competencias profesionales (trabajan dos periodistas y un diseñador), se sostienen las experiencias de comunicación ‘institucionalizadas’ en la Facultad (revista), se otorga valor a la transmisión y difusión de la labor del Consejo Académico, y –quizás intuitivamente- se la vincula con la comunicación: el mismo periodista que participa en la revista, es el responsable de la redacción del Diario de Sesiones.

Sin embargo, otros aspectos necesitan evolucionar en el mismo sentido. Por ejemplo, la relación con los medios aún es visualizada sólo como un vínculo político, y como tal es llevada adelante por el propio Decano y su gabinete; o a pesar de que Ingeniería tiene un vínculo estrecho con el mundo productivo y económico de la región, e inclusive del país; no prioriza lo suficiente la difusión y divulgación de sus aportes tecnológicos, ni busca instalarse en la opinión pública como un actor social que puede dar respuestas a demandas concretas (aunque en los hechos, sea ésa su práctica cotidiana, en investigación y transferencia).

## **Facultad de Odontología**

### Estructura institucional de las áreas de Comunicación

No existe un área específica, ni personal formado en comunicación en esta unidad académica. La comunicación institucional informativa interna (dirigida a docentes) y externa, se realiza desde el decanato y las secretarías. La Secretaría de Asuntos Estudiantiles, los profesores y el Centro de Estudiantes se ocupan de la vinculación con los alumnos.

Los objetivos de la comunicación son transmitir órdenes y normativas a los docentes y alumnos de la facultad y publicar artículos científicos y de interés para odontólogos. Además de dar charlas en colegios que solicitan orientación vocacional (como actividad de difusión académica) la única acción prevista de comunicación externa consiste en

responder consultas de los medios de comunicación cuando surge un conflicto en la facultad.

Las oficinas de gestión del decanato y la que comparten vicedecanato y las secretarías, son contiguas y la segunda oficina está equipada con tres computadoras y tres impresoras láser blanco y negro.. El decano Isaac Meschiany afirma: “estamos muy organizados pero no tenemos espacio físico” (Meschiany, entrevista personal, 06/03/2007).

#### Reseña de antecedentes

En 1990 se realizó una reforma curricular, reforzada en 1994, que significó un cambio institucional; el mismo implicó una readecuación de infraestructura y recursos humanos y una reforma administrativa, que prosiguió con el crecimiento de la oferta de posgrado en 1995 y 1996. Según la Secretaria Académica, Stella Maris Iriquin, estos cambios requirieron una estrategia de comunicación para informarlos a la comunidad académica de la facultad (Iriquin, entrevista personal, 06/03/2007).

#### Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.folp.unlp.edu.ar](http://www.folp.unlp.edu.ar)

La página web está destinada, fundamentalmente, a brindar información institucional para docentes y alumnos de la facultad. La página de inicio tiene un diseño pobre, aunque tiene algunos recursos que intentan darle una imagen más dinámica, como un power point que muestra imágenes de la facultad en el extremo superior derecho de la home. En el período de la investigación, hay secciones aún no desarrolladas, como ‘Posgrado’ o ‘Cartelera’, y links que tampoco lo están (como ‘Secretaría de Ciencia y Técnica’) o que tienen información muy escueta (como ‘Hospital Universitario’).

#### Publicaciones impresas y electrónicas:

Además de las publicaciones científicas ‘UNLP. Facultad de Odontología’ y ‘Anales Científicos’ (ver parágrafo IV.2.3.2.), la Facultad de Odontología no cuenta con otras publicaciones.

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I - M	I	I escasa - sólo 1 M	No hay	No	No	Plan	No	Sí	No
Posgrado		Investigación			Extensión				
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3°
I - M	I escasa	I (vacía)	No	I (vacía)	No	No	No	No	No
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
No	I (vacía)	No	No	No	No	No	No	No	Algunas vía SAE
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
No	No	No							

(DCM UNLP, 2007[2])

### Estrategias de relación con los medios de comunicación

Aunque no existe un contacto sistemático; se contacta a los medios para difundir cursos de posgrado, eventos o actividades relacionadas con la prevención de la salud de la población. No hay una persona que se ocupe específicamente de la tarea, y quien más lo hace es el Secretario de Posgrado. Isaac Meschiany sostiene:

*Tenemos una relación fluida con Radio Universidad y también con los diarios locales. Llamamos para hacer entrevistas, aunque no hacemos difusión de situaciones políticas; y cuando surge un tema de parte de ellos, nosotros contestamos rápidamente con la verdad para que la gente esté informada. Y si sabemos de antemano que van a llamar, nos adelantamos y preparamos la respuesta para darles. Cuando hay concursos docentes, damos a conocer la normativa vigente y nada más (Meschiany, entrevista personal, 06/03/2007).*

La Facultad de Odontología tiene una particular forma de gestionar la institución, y esto necesariamente condiciona un diagnóstico comunicacional. La gestión se ejerce de modo directo, y del mismo modo se comprende la comunicación. En ese marco, adquieren importancia herramientas que resultan obsoletas para otros modelos de gestión, como el memo, la esquila o la invitación formal.

Se advierte una resistencia del equipo de gestión de la facultad, al vínculo con los medios, ya que se evalúan como mayores los costos que los beneficios de la difusión. La homogeneidad en el equipo de gestión (asistieron todos juntos a la entrevista para este

informe) redundando en que cada uno de sus integrantes se transforme en un agente vinculador con los diferentes claustros internos.

Quizás debiera evaluarse si la negación de una política comunicacional informativa, tal como puede pretenderse para una facultad de la UNLP, no implica en sí un modelo de comunicación institucional informativa vertical para una organización eficiente.

## **Facultad de Periodismo y Comunicación Social**

### Estructura Institucional de Comunicación

La facultad no cuenta con un área específica de prensa y cada secretaría o dirección difunde sus actividades. La comunicación institucional informativa se realiza desde las cuatro áreas de producción (gráfica, audiovisual, televisión e informática), y también desde las distintas secretarías y direcciones; y cada área mencionada cuenta con su propio espacio y equipamiento, de acuerdo a la naturaleza de la misma (computadoras, cámaras, editoras de sonido, estudios de radio y TV). Por su parte, la Dirección de Relaciones Institucionales (ceremonial) maneja los vínculos a nivel institucional.

### Reseña de antecedentes

La facultad hoy no cuenta con un área de prensa específica pero sí la tuvo en gestiones anteriores; la misma se encargaba de difundir actividades en los medios gráficos locales, radios locales y los medios importantes a nivel nacional, mediante el envío de gacetillas. El Vicedecano Marcelo Belinche explica porqué se la desactivó:

*En varias oportunidades pensamos crear el Área de Prensa y después nos dimos cuenta que es una contradicción, porque nosotros tenemos alrededor de 500 docentes y hay entre ellos por lo menos 200 periodistas que están haciendo 'medios' en este momento. Tenés transitando cotidianamente las aulas a docentes de las redacciones de los cuatro diarios nacionales más grandes. Por eso 'comunicación', en el rango periodismo o producción mediática, lo hace cada área específica.*

*Esta forma de trabajar tuvo que ver con el proceso que se dio dentro de la facultad, cuando en la década del '80 hubo un cambio con lo que es mi generación, que empezó a transitar el mismo recorrido que hizo la propia comunicación: Cuando yo ingresé, hace 20 años atrás, un docente pretendía enseñarme registros a partir de la linotipia y nos hablaba de las impresiones en frío, mientras yo estaba editando en láser en ese mismo momento. Los sistemas de producción gráfica habían eliminado cinco pasos y este hombre enseñaba letras de plomo. Eso fue como un crack; y eso que en ese momento éramos alrededor de 300 alumnos (ahora hay 4.000 estudiantes en la facultad); y se generó una crisis porque había mucha gente que venía de los medios, que plantearon nuevos interrogantes, así que hubo una modificación de los planes de estudio. Eso fue evolucionando a través del tiempo hasta que se creó el Área de Producción y el cargo de Secretario de Producción y eso produjo una nueva explosión (yo era Jefe del Área Gráfica cuando la facultad editó su primer diario hecho por los estudiantes) a partir del crecimiento de nuevos docentes que se formaron en la facultad, que hizo que se vaya generalizando un nuevo modelo de trabajo profesional (Belinche, entrevista personal, 01/03/2007).*

Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.perio.unlp.edu.ar](http://www.perio.unlp.edu.ar)

Rediseñado en el año 2006, se trata de un sitio bastante completo en información institucional, académica, de investigación y extensión, en general actualizado, aunque tiene ciertos problemas de navegación y dificultades para entrar en algunos lugares. En la opción 'Ediciones' se accede a numerosos sitios web realizados en la facultad, portales de noticias, páginas de teoría de la comunicación, y portales producidos por numerosas cátedras (con distintos grados de atractivo en contenido y diseño, y diferentes niveles de actualización).

Prestaciones de la Página Web FPyCS Códigos: I=Información, M=Mail, W=Web propia, F=Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I - M on line	I - M	I - M (algunas)	No	I - M	I	I con plan y W de cátedra	No	Sí	No
Posgrado		Investigación			Extensión				
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3º
I - M - F	I - M - F	I - M	I	I - M - F	Sí	No	No	No	No
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
I	Varias con W	I (poca) - M	No	No	No	No	No	No	
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
I	Sí	Algunas on line							

(DCM UNLP, 2007[2])

Publicaciones impresas y electrónicas:

Además de la revista científica 'Question' (ver párrafo IV.2.3.2.), la Facultad de Periodismo cuenta con las siguientes publicaciones:

'APM - Agencia Periodística del Mercosur': Portal de noticias digital.

'Entrelíneas de la Política Económica': Publicación mensual en soporte digital, editada por el Centro de Investigación en Economía Política y comunicación CIEPYC. Contiene artículos sobre empleo y salarios, temática fiscal, macro finanzas, reestructuración productiva e inserción internacional.

‘Oficios Terrestres’: Publicación en soporte digital, que es un espacio de discusión de las problemáticas vinculadas al campo de las ciencias sociales, desde la perspectiva de la comunicación. Cuenta con comité editorial y comité asesor. Su versión impresa se lanzó en 1995 aunque actualmente es sólo digital. Se editaron 20 números.

‘Reporteros de la Universidad Digital’: Portal Web informativo de noticias universitarias producido por alumnos del Taller de Producción Gráfica II de la Facultad, coordinados por sus docentes. Es un servicio de noticias que además funciona como espacio de práctica profesional de los estudiantes.

‘Tram(p)as’: Publicación en soporte gráfico y digital editada por la Secretaría de Investigaciones y Posgrado de la Facultad que aborda la articulación comunicación/cultura desde distintas disciplinas y refleja las producciones y los debates para el Programa de Investigación en Comunicación y Cultura. Cuenta con un Comité Editorial de 23 miembros, se edita desde 2005 y hasta el momento se lanzaron 36 números. Se distribuye en siete puntos de venta en La Plata además de la facultad, y en Buenos Aires en la Librería La Crujía.

Editorial EPC:

La Facultad de Periodismo y Comunicación Social es la única unidad académica de la UNLP que cuenta con sello editorial propio. Aquí se enumeran los títulos publicados en el período 2004 – 2007:

‘Prensa escrita: procesos, transformaciones y configuraciones. Un abordaje contrastivo de la prensa gráfica en el contexto de la videocultura’. Editora: María Elena Sanucci, noviembre de 2004.

‘El diario noticias: los montoneros en la prensa argentina’. Autora: Gabriela Esquivada, año 2004.

‘Medios, política y poder. La conformación de los multimedios en la Argentina de los 90’. Autor: Marcelo Belinche, y otros, 3ra. Edición, año 2004.

‘Obra crítica de Gustavo Vulcano’. Editor: Adrián Ferrero, julio de 2004.

‘Hacia una genealogía de comunicación/educación. Rastreo de algunos anclajes político-culturales’. Autor: Jorge Alberto Huergo, enero de 2005.

‘30 años después. 1973: las clases de introducción a la literatura y otros textos de la época. Política, Comunicación y Cultura’. Autor: Aníbal Ford, enero de 2005.

‘Prensa escrita: procesos, transformaciones y configuraciones. Un abordaje contrastivo de la prensa gráfica en el contexto de la videocultura’. Enero 2005.

‘Políticas en comunicación’. Redcom, N° 1, año 2005

‘La Prensa y el Peronismo. De la Revolución Libertadora a Carlos Menem’. Editor: Claudio Panella. Marzo 2006.

‘Jóvenes: el futuro llegó hace rato’. Comunicación y estudios culturales latinoamericanos. Autor: Florencia Saintout. Agosto 2006.

‘La mirada Polosecki: periodismo audiovisual de investigación’. Editores: Carlos A. Vallina y Fernando Martín Peña. Septiembre 2006.

‘Caminos de Sirga. Ensayos sobre América Latina’. Autor: Miguel Rojas Mix. Julio 2007.

‘70 años de Periodismo y Comunicación en América Latina’. Libro de IBERCOM, año 2007. Memoria y perspectivas. Compila las reflexiones de: José Marques de Melo, Alfredo Alfonso, Raúl Fuentes Navarro, María del Carmen de la Peza, María Teresa Quiroz, Erick Torrico Villanueva, Eliseo Colón Zayas, Delia Covi Druetta, Luís Humberto Marcos, Margarida M. Krohling Kunsch, Octavio Islas, Manuel Parés i Maicas, Eduardo Villanueva Mansilla, Lucía Castellón, Adriana Archenti, Marcela Tomás, Daniel Fernando Arroyo, María Aparecida Baccega, Gastón Cingolani, Margarita Ledo Andino, Martín Cortés, Andrea Varela, Andre Lemos, Silvia Lago, Ana Marotias, Guillermo Movia y Amaia Arribas Urrutia.

Noticiero Universitario:

Producción audiovisual realizada por el Área de Producción Audiovisual.

Estrategias de relación con los medios de comunicación

No existe una estrategia centralizada, ni alguien que se ocupe específicamente del contacto con los medios, ya que cada área (Posgrado, Producciones, Editorial) lleva adelante su propia política de vinculación, y aprovecha sus propios contactos personales en los medios para asegurar la publicación.

Con respecto a la construcción de una imagen institucional, Marcelo Belinche reflexiona:

*El tema daría para una larga charla: Estuvo muy de moda en los 90 la idea de construcción de imagen, nosotros creemos hasta cierto punto en la construcción de imagen, ya que es bastante complejo conectar el conocimiento con un producto, y nosotros somos una universidad pública. Por lo tanto, la imagen de la facultad es lo que en la facultad late, nosotros no vendemos una imagen; ideológicamente somos otra cosa y nos daría vergüenza que exista una marca de la Facultad de Periodismo (Belinche, entrevista personal, 01/03/2007).*



La facultad no cuenta con un área específica de comunicación y esta decisión es justificada con el argumento de que gran parte de los docentes del plantel son profesionales de la comunicación y están en condiciones de utilizar criterios propios para intervenir en las cuestiones de comunicación institucional, aunque los mensajes reciben la supervisión de las autoridades de la facultad.

En la facultad tampoco hay una política de comunicación predeterminedada. Hay áreas de producción que están a disposición de las necesidades que surjan en el ámbito de la comunicación institucional; y los criterios que se adoptan en cada caso particular, los aportan tanto las autoridades que supervisan, como los docentes que promueven los productos comunicacionales. Finalmente, la información que se quiere difundir a través de los medios masivos, se envía a través de gacetillas de prensa, utilizando mecanismos que aseguren su publicación.

### **Facultad de Psicología**

Estructura institucional de la comunicación informativa

No hay un área específica que gestione la comunicación en la Facultad. La Prosecretaria Académica y la Decana normalizadora son las funcionarias que se ocupan de gran parte de las tareas vinculadas a la comunicación, pero esta función se realiza sin ningún tipo de organización. Una empleada administrativa de la unidad académica, que cursó una carrera en la Facultad de Humanidades, interviene en el armado de la web, proponiendo links y contenidos, y un colaborador ad honorem asesora para cuestiones vinculadas a la comunicación con los medios.

En el período de esta investigación, en el que Psicología pasó de ser un departamento a ser una facultad, la Secretaría de Extensión coordinó el tema ‘publicaciones’; y para la producción de audiovisuales solicitaron ayuda a la Facultad de Humanidades, pero como hay exceso de demanda, no siempre pudieron lograr colaboración.

En cuanto a los espacios, están en plena etapa de reorganización: La Decana, la Vice Decana, la Prosecretaria Académica y varias empleadas no docentes comparten una oficina que cuenta con dos computadoras (sólo una conectada a Internet), y un solo teléfono que pertenece a la red de Humanidades, que utilizan funcionarios y administrativos.

No cuentan con presupuesto para comunicación y las cátedras producen con su propio esfuerzo, los materiales (audiovisuales, folletos, afiches) cuando organizan un evento o

actividad académica: La Decana Edith Pérez, afirma que “hubo un encuentro importante sobre Psicoanálisis, no había recursos para folletería y los miembros de la cátedra reunieron los recursos necesarios y la facultad aportó el tonner y el papel” (Pérez, entrevista personal, 29/11/2006).

#### Reseña de antecedentes

Durante los años 2000 y 2001 el Departamento de Psicología produjo un boletín. La publicación se interrumpió y se retomó al tiempo como boletín electrónico, aunque por falta de recursos humanos y de equipamiento no se pudo continuar con su producción.

Cuando la facultad era departamento, algunas cuestiones vinculadas a la comunicación las resolvía la Facultad de Humanidades, entre ellas la producción de la página web. La nueva facultad se ha quedado sin ese espacio y debió reorganizar el propio en un corto plazo en el cual, solo hubo información institucional (autoridades, posgrados, dirección, teléfono, contacto, etc.) en el Portal de la UNLP.

#### Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.psico.unlp.edu.ar](http://www.psico.unlp.edu.ar)

Se inauguró en el año 2007, readaptando un sitio que se había organizado cuando Psicología era un Departamento de Humanidades y se observa que cuenta sólo con información básica.

Prestaciones de la Página Web FP Códigos: I=Información, M=Mail, W=Web propia, F=Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I - M	I	I - algunas con M	No	No	No	I con Plan	I (poca)	Si	No
Posgrado		Investigación			Extensión				
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3º
I - M	I - M	I - M	Si	I - M	No	No	No	No	No
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
I	I - básica	No	No	No	No	No	Si	No	Si

(DCM UNLP, 2007[2])

Publicaciones impresas y electrónicas:

Además de la revista científica ‘Orientación y Sociedad’ (ver párrafo IV.2.3.2.), la Facultad de Psicología cuenta con la revista bianual ‘Eteros’, de la cátedra de Psicología Clínica de Adultos y Gerontes, iniciada en el año 2004 y con 2 números publicados.

Estrategias de relación con los medios de comunicación

La facultad no establece contacto con los medios de comunicación sino a través de la Unidad de Prensa de la Presidencia de la Universidad. Cuando los medios llaman, es la Decana la que responde en la mayor parte de los casos, o bien algún titular de cátedra. Edith Pérez afirma que:

*No llamamos a los medios y ellos tampoco llaman mucho, la anterior gestión tampoco lo hacía porque los modos de comunicación son mucho más institucionales en esta unidad académica. Los medios sólo llaman en época de elecciones estudiantiles, cuando surge algún tema en la agenda de los medios vinculado con la psicología o algún hecho singular como el pase a facultad (Pérez, entrevista personal, 29/11/2006).*

La Prosecretaría Académica, Marcela Leguizamón, por su parte, valora que: “la Unidad de Prensa de la Presidencia es un área necesaria para nosotros, para que los medios publiquen material sobre la Facultad de Psicología. Sería bueno tener también nosotros un área de Comunicación, para que se interrelacione con la Unidad de Prensa de la Presidencia de la Universidad (Leguizamón, entrevista personal, 29/11/2006)”.

No hay un área específica que gestione la comunicación en la Facultad de Psicología, ni planificación de la comunicación institucional. Se advierte en los detalles, la necesidad de organizarla (color en los carteles, habilitación de canales virtuales, asignación de funciones a la Secretaría de Extensión, boletín electrónico que dejó de publicarse). El tránsito hacia la normalización de una facultad recién creada, muestra que hay mucho por hacer en materia de comunicación institucional informativa. Falta equipamiento, personal formado, espacio físico y dispositivos que permitan desarrollar una política comunicacional propia.

## **Facultad de Trabajo Social**

Estructura institucional de la comunicación informativa

No hay un área que centralice la comunicación institucional, ni profesionales formados dedicados a esa tarea. Cada Secretaría se ocupa de la difusión de la actividad o evento que haya organizado y en ocasiones, la secretaria de la decana se ocupa de colaborar con esta

tarea y de llevar adelante el archivo de prensa, para lo que se compran los diarios Hoy y El Día. Las dependencias que más frecuentemente realizan difusión de actividades son Investigación, Posgrado y Extensión; tareas que incluyen organizar el correo electrónico y enviar los mensajes a los contactos, pensar el mensaje y el contenido de los afiches, considerados efectivos a la hora de publicitar eventos, y encargar su diseño y producción a una imprenta. Por su parte, hay dos no docentes que trabajan en el área de Informática y actualizan la página web.

No hay un espacio físico para las tareas de comunicación institucional. La Secretaría de Extensión está en el 1º piso, junto a la oficina del decanato y otras; y el área de Informática está en la planta baja. El equipamiento utilizado se limita a las computadoras que están en las oficinas (no todas tienen) y las del área de Informática.

Se observa que no hay planificación ni coordinación en los aspectos comunicacionales. Por ejemplo, el circuito de difusión de los posgrados es interno, y a través de los colegios y asociaciones profesionales. El Secretario de Extensión, José Luis Scelsio afirma que no promueven intensamente la carrera para que la cantidad de inscriptos no sobrepase la capacidad de recepción de alumnos de la facultad (Scelsio, entrevista personal, 04/12/2006).

Dispositivos de comunicación informativa

Portal Web [www.trabajosocial.unlp.edu.ar](http://www.trabajosocial.unlp.edu.ar)

Su diseño es rudimentario, en HTML (un viejo lenguaje informático de diseño web), cuenta con información institucional (no muy completa) y algunos trabajos y tesis de docentes, y en general está actualizada. No cuenta con servidor propio y el CESPI aloja la web. La Dirección del Portal Universitario les sugirió que mejoren el diseño y lo adecuen a los parámetros estructurales y estéticos del portal, y aunque todavía no lo han hecho, se está elaborando un proyecto para reformularla.

Prestaciones de la Página Web FTS Códigos: I=Información, M=Mail, W=Web propia, F=Formularios

Información Institucional									
Información general	Autoridades	Secretarías	Departamentos	Institutos - Centros - Laboratorios	Centros Regionales	Carreras	Ingreso	Calendario Académico	Campus Virtual
I - M (cuesta encontrarla)	I	I (algunas) - M	No	I - W (sólo 1)	No	I sin Plan (aparte)	I - M	Sí	No
Posgrado		Investigación			Extensión				
Carreras	Cursos y Seminarios	Información general	Proyectos	Información general	Proyectos	Convenios	Congresos y Jornadas	Publicaciones	Trabajo a 3°
I - M	I	I - M	I	No	I	No	No	No	No
Docentes			Alumnos						
Listado	Información de la cátedra	Graduados	Departamento	Portal	Pasantías	Aulas	Reglamentaciones	Centro de estudiantes	Otras informaciones
I en algunas cátedras	I en algunas cátedras	No	I	No	No	No	Sí	No	
Biblioteca									
General	Consulta On Line	Publicaciones							
M	No	No							

(DCM UNLP, 2007[2])

Además de la revista especializada ‘Escenarios’ (ver párrafo IV.2.3.2.), la Facultad de Trabajo Social no cuenta con otras publicaciones.

La revista Escenarios es una publicación bimestral en soporte papel de la que se editan 500 ejemplares, y está dirigida a profesionales de Trabajo Social y de otras disciplinas sociales. Colaboran profesores, investigadores y extensionistas de la casa y algunos que han cursado la maestría; y se distribuye a quienes escribieron, a becarios, autoridades de la UNLP, y a los decanos de las diferentes facultades; además, la decana las lleva a las reuniones de las que participa. Se vende también en la librería ‘La Campana’, y es distribuida por dos editoriales: ‘Ediciones Al Margen’ y ‘Editorial Espacio’. Hasta el momento se publicaron 11 números y los contenidos de la revista dependen del momento institucional. José Luis Scelsio detalla:

*Hubo un Encuentro de Trabajo Social y en la revista que salió ese bimestre escribieron investigadores de Brasil, Costa Rica, de la UBA, Lanús; escribió Lozano, Maristella Svampa, gente de Córdoba y Paraná. El último número editado fue el 11, que se dedicó a la Extensión Universitaria. Otra se editó en el aniversario del pase a facultad de Trabajo Social (Scelsio, entrevista personal, 04/12/2006).*

## Estrategias de relación con los medios de comunicación

No existen estrategias de difusión de la Facultad a través de los medios y hay una falta de planificación en comunicación informativa externa, señalada por José Luis Scelsio. Sin embargo, cuando hay una actividad por difundir, se establece un contacto personal con el periodista.

*La carrera de Trabajo Social se ha instalado en los medios: Salimos en los diarios cuando se hizo el Encuentro Latinoamericano de Trabajadores Sociales, hemos salido en La Palabra y también nos convocaron mucho con el tema de pase a facultad,. Con ese tema salían los secretarios y la decana, era homogéneo lo que estábamos planteando y podía ser entrevistado cualquiera. Salimos mucho en los medios, aunque no es lo que buscamos, porque somos silenciosos, no nos gusta hacer mucho marketing; y con respecto a los proyectos que llevamos adelante, tenemos mucho cuidado de que los medios, por ejemplo, no se metan con intimidad de la gente de los barrios. Cuidamos mucho esa cuestión.*

*Sin embargo, tomando recaudos, nos interesaría que los proyectos que se están haciendo se difundan. Por ejemplo 'El aire en La Plata', 'VIH', etc. También que desde la facultad pueda salir un investigador o un docente a decir algo a la comunidad respecto de la política social, de problemáticas vinculadas a salud, educación, vivienda, trabajo o seguridad. Tenemos gente interesante que podría dar cuenta de lo que sabe (Scelsio, entrevista personal, 04/12/2006).*

La Facultad de Trabajo Social, al igual que Psicología, está experimentando transformaciones a todo nivel, relacionadas con su reciente pase a facultad, que implica un crecimiento de la institución en varios planos. Resulta comprensible entonces, que las acciones de comunicación aparezcan como incipientes y desordenadas.

No existe área de comunicación ni personal especializado pero se encuentran en desarrollo y crecimiento herramientas como la web y las publicaciones.

### **IV.2.4. La comunicación participativa**

Como quedó planteado cuando analizamos la comunicación institucional en la Presidencia de la UNLP (ver parágrafo IV.1.4.), la comunicación participativa en las facultades, mantiene un fuerte componente institucional, basado en el funcionamiento sistemático de los consejos académicos en plenario y en comisiones. Además, los procesos voluntarios de autoevaluación y de cambio periódico de planes de estudio, adecuando las disciplinas a las nuevas demandas sociales y a los avances en el conocimiento de las mismas; y el proceso obligatorio que desarrollan las facultades, de acreditación ante la CONEAU, promueve la conformación permanente, aunque no sistemática, de talleres y encuentros entre autoridades, profesores y demás docentes, alumnos, graduados y, según la temática, también de no docentes.

Refiriéndonos a la autoevaluación institucional de la UNLP, iniciada en la segunda mitad del año 2001, luego interrumpida y retomada y terminada en su etapa final en el período 2004 – 2005, la misma se llevó adelante gracias al funcionamiento de una comisión central integrada por 12 profesores, 4 graduados, 8 estudiantes y 2 invitados no-docentes; y cuatro subcomisiones, una por cada tema que analizó la autoevaluación: Docencia, investigación, extensión y gestión.; integradas por 3 profesores, 1 graduado, 2 estudiantes y 1 invitado no-docente. “Es importante señalar que la dinámica de trabajo planteada, que intentó sostener un proceso participativo continuo, implicó en el diseño de cada etapa el sometimiento de lo producido a la discusión y aprobación tanto de cada subcomisión, como de la comisión central” (PAI UNLP, 2007: 13).

Refiriéndonos a los procesos de renovación y reformas de planes estudios, y planes nuevos en las carreras de grado, según consta en los registros del Consejo Superior, en el período que abarca esta investigación, el mismo aprobó 30 nuevos planes de estudio (15)<sup>199</sup> o reformas (15)<sup>200</sup> en las carreras de grado (SAA UNLP, 2007[2]).

Y refiriéndonos a los procesos de acreditación de las carreras de grado ante la CONEAU, en el mismo período se acreditaron 13 carreras de grado, otras 2 se encuentran en proceso y otras 2 se encuentran en espera de disposiciones propias de la CONEAU<sup>201</sup>; además, 8 carreras se encuentran en proceso de reforma curricular<sup>202</sup> (SAA UNLP, 2007[3]).

Sin embargo, no se registraron en las encuestas y el relevamiento realizado en todas las facultades, planes participativos que convocaran talleres de discusión; y tampoco se registraron dispositivos formales permanentes de consulta de opinión, como encuestas o foros sobre la marcha de las facultades o de planes o procesos que en ellas se estuvieran

---

<sup>199</sup> En el año 2004 se aprobó el nuevo plan de Ingeniería Agronómica y Forestal, en el año 2005, los nuevos planes de la Licenciatura en Comunicación Visual, la Licenciatura en Diseño Industrial, la Licenciatura en Artes Plásticas, Orientación Pintura, Dibujo, Cerámica y Arte Impreso; el Profesorado en Artes Plásticas, Orientación Pintura, Dibujo, Cerámica y Arte Impreso; la Tecnicatura en Metalúrgica e Ingeniería en Materiales; en el año 2006, la Licenciatura en Geofísica, Médico Veterinario, la Licenciatura en Historia de las Artes Visuales, el Profesorado en Historia de las Artes Visuales; y en el año 2007 se aprobaron la Licenciatura en Artes Audiovisuales con orientaciones en Realización, Dirección de Fotografía, Guión y Teoría y Crítica, la Licenciatura en Música, orientación Música Popular, la Licenciatura en Historia de las Artes Audiovisuales y el Profesorado en Historia de las Artes Audiovisuales.

<sup>200</sup> En el año 2004 se aprobaron las reformas a los planes de estudio de la Licenciatura en Filosofía, el Profesorado en Filosofía; en el año 2005 el Profesorado en Bibliotecología, la Licenciatura en Bibliotecología, la Tecnicatura Superior en Martillero Público y Corredor, y la Licenciatura en Geofísica; en el año 2006, Analista Programador Universitario, Licenciatura en Turismo, Ingeniería Civil y Licenciatura en Química y Tecnología Ambiental; y en el año 2007, el Traductorado de Inglés, el Traductorado de Francés, la Licenciatura en Informática, la Licenciatura en Sistemas y la Licenciatura en Comunicación Social.

<sup>201</sup> En el año 2005, acreditaron ante la CONEAU, Ingeniería Mecánica, Ingeniería Hidráulica, Ingeniería en Materiales, Ingeniería Civil, Ingeniería Aeronáutica, Ingeniería Electromecánica, Ingeniería Agronómica, Ingeniería Electrónica, Ingeniería Química, e Ingeniería Eléctrica; y en el año 2007 Ingeniería Industrial y Farmacia. Se encuentran en proceso las carreras de Veterinaria y Arquitectura, y se encuentran en espera las carreras de Odontología y Psicología.

<sup>202</sup> Se encuentran en proceso de reforma curricular, las carreras de Arquitectura, Ciencias Astronómicas, Biología, Antropología, Zoología, Psicología, Trabajo Social y Veterinaria (esta última por ajustes pedidos por la Coneau).

llevando a cabo, y que permitieran evaluar cómo percibe la comunidad universitaria de cada facultad su gestión.

No obstante, para analizar la comunicación participativa para la gestión, tomaremos los dispositivos de los que dispone la UNLP en las facultades para integrar el cogobierno universitario de profesores, alumnos, graduados y no docentes; que impone fuertes mecanismos de comunicación participativa para tomar las decisiones que permiten el funcionamiento y el desarrollo de la institución, y que se reflejan en los Consejos Académicos de las facultades y en sus comisiones.

#### **IV.2.4.1. La comunicación participativa para la gestión**

El gobierno de las facultades se constituye con la representación de los tres estados que componen la comunidad universitaria: docentes, graduados y estudiantes (Estatuto UNLP, 1996: Art. 43). Es así que los Consejos Académicos están integrados por doce miembros con voz y voto: siete docentes, de los cuales seis deberán ser profesores y uno auxiliar docente, cuatro estudiantes y un graduado; además hay un representante del personal no-docente, con voz y sin voto y el Decano preside las sesiones con voto en caso de empate (Estatuto UNLP, 1996: Art. 71).

*Corresponde al Consejo Académico:*

- *Dictar disposiciones generales sobre el gobierno interior, didáctico, disciplinario y administrativo de su Facultad.*
- *Conocer en apelación de las resoluciones del Decano, en la aplicación particular de las Ordenanzas o Resoluciones de carácter general.*
- *Ejercer en apelación la jurisdicción en asuntos disciplinarios.*
- *Proyectar los planes de estudios y sus modificaciones.*
- *Aprobar, observar o rechazar los programas que preparen los profesores.*
- *Autorizar la expedición de título de las respectivas profesiones o grados académicos.*
- *Controlar, bajo fiscalización de la Universidad, la administración de los fondos que le sean asignados a la Facultad, debiendo rendir cuenta documentada.*
- *Supervisar la enseñanza y los exámenes directamente o por comisión y recabar del Decano informe sobre la preparación que obtengan los alumnos.*
- *Designar al Secretario del Consejo Académico, Prosecretario y Contador, a propuesta del Decano.*
- *Designar los profesores de la Facultad, dando cuenta al Consejo Superior.*
- *Proponer al Consejo Superior la separación de los profesores de la Facultad, previo sumario o juicio, pudiendo disponer la inmediata suspensión por el voto de las tres cuartas partes de los miembros que componen el Cuerpo.*
- *Revalidar los títulos expedidos por universidades extranjeras dando cuenta al Consejo Superior.*
- *Suspender o separar al Decano y Vicedecano por el voto de las tres cuartas partes del total de los miembros que integran el Consejo.*
- *Decidir la renuncia de los profesores.*
- *Reglamentar la docencia libre y el funcionamiento y creación de cátedras paralelas de su Facultad.*
- *Determinar la fecha, el orden y la forma de inscripción a exámenes y demás pruebas de suficiencia.*



- *Presentar al Consejo Superior el proyecto del presupuesto anual de la Facultad.*
- *Promover la extensión universitaria.*
- *Fijar las condiciones de admisibilidad y de promoción de alumnos. En el caso de los estudios de pregrado no se pondrá limitación numérica.*
- *Llamar a concurso para la provisión de los cargos docentes y de investigación y decidir sobre los mismos.*
- *Designar a los representantes de la Facultad ante los congresos y reuniones científicas del país y del extranjero.*
- *Proponer al Consejo Superior la creación o cesación de Centros, Institutos y Laboratorios de Investigación. Supervisar anualmente su funcionamiento, dando cuenta a la Comisión de Investigaciones de la Facultad y del Consejo Superior; llamar a concurso para la provisión de cargos de Director de Centros, Institutos o Laboratorios de Investigación, según el reglamento del Consejo Superior.*
- *Crear la Comisión de Investigaciones de la Facultad y reglamentar su funcionamiento.*
- *Designar al delegado de la Facultad a la Comisión de Investigaciones de la Universidad.*
- *Aprobar la creación y reglamentar el funcionamiento –a propuesta del Decano- de las Comisiones permanentes o transitorias del Consejo Académico.*
- *Designar al Vicedecano de la Facultad dentro del estado de profesores de la misma a propuesta del Decano.*
- *Aprobar la creación y organización de las Secretarías de la Facultad, a propuesta del Decano. Las Secretarías respectivas serán designadas a propuesta del Decano.*
- *Otorgar ‘especial preparación’ en un área de conocimiento, por el voto de las tres cuartas partes de sus miembros (Estatuto UNLP, 1996: Art. 76).*

El Consejo se reúne en sesiones ordinarias durante el año lectivo, por lo menos una vez por mes (Estatuto UNLP, 1996: Art. 73); en sesiones públicas, salvo expresa decisión en contrario de la mayoría de sus miembros; y los temas son tratados por comisiones internas permanentes y transitorias que, al ser su conformación una potestad de cada unidad académica, varían según las facultades en especificidad, composición, tamaño y cantidad; aunque se mantienen como constantes en todas las facultades, las comisiones de Enseñanza, Investigación y Extensión, Economía y Finanzas e Interpretación y Reglamento; y un tamaño mínimo de uno a dos representantes por claustro.

\*\*\*

Este capítulo analizó el nivel de desarrollo y el alcance de la comunicación institucional en la Universidad Nacional de La Plata. La investigación precisó las características predominantes y los distintos niveles de avance en la comunicación institucional, tanto de la Presidencia, sus dependencias y colegios universitarios de pregrado, como de las diecisiete facultades que la integran; en sus variables organizacionales, corporativas, informativas y participativas. El análisis de las particularidades de estas variables de la comunicación institucional en la UNLP, condicionadas fuertemente en su desarrollo -al igual que en el resto de las universidades nacionales analizadas en el Capítulo III- por

aquellos aspectos analizados en la Parte I de esta investigación, sitúa el caso particular de nuestro objeto de estudio en su medio, en su lugar y en su tiempo, y así permite contar con los elementos de base para poder comprender su desarrollo y su comportamiento.

Entre los rasgos más relevantes, que profundizaremos en las conclusiones finales de esta investigación, podemos observar:

- Que la Universidad Nacional de La Plata, por su trayectoria y las características de su crecimiento institucional, se caracteriza por una importante presencia administrativa y gestiona de la Presidencia y por la fuerte autonomía de sus facultades; algunas preexistentes a la constitución de la propia universidad; lo que la constituye en una institución compleja, heterogénea y diversa, en la que es difícil diagnosticar la situación comunicacional como un todo.

- Que tanto en la Presidencia, como en la totalidad de las unidades académicas, se advierte que la planificación y gestión universitaria comienza a ser atravesada por el concepto de la comunicación institucional, y que la búsqueda de una articulación de estrategias comunicacionales y la implementación de criterios convergentes entre las facultades y la Presidencia es un proceso creciente que debería aprovecharse en el desarrollo y generalización de dispositivos comunicacionales de la comunicación organizacional, la comunicación corporativa, la comunicación informativa para la educación, para la investigación, y para la extensión, y la comunicación participativa.

- Que el desarrollo de la comunicación organizacional tanto en la Presidencia como en las facultades muestra una gran disparidad en su estructura, así como en la evolución de los dispositivos utilizados, aunque se reconoce la cultura organizacional única, en la recurrencia del tipo de dispositivo utilizado y en la predisposición a jerarquizarlo respecto del resto; y se observa una evolución acelerada en el proceso de nivelación de las variables comunicacionales consideradas características de la cultura organizacional de la UNLP. También se observa que el uso de TICs para la comunicación organizacional en la Presidencia y en las facultades es creciente, aunque sólo en algunas actividades, lo que evidencia un aprovechamiento insuficiente de todas sus potencialidades.

- Que la comunicación corporativa en la Presidencia cuenta con estructura y profesionales, con un diagnóstico integral, con un protocolo de identificación institucional, sustentado en un programa integral y en un manual aprobado por el Consejo Superior, con identificadores visuales claros y consensuados; y en contraste, el progreso de la comunicación corporativa en las facultades muestra una gran disparidad en su estructura,

así como en la evolución de los dispositivos utilizados, no siempre relacionada con los distintos tamaños y niveles de complejidad de cada unidad académica, ni con diferentes necesidades de comunicación.

- Que la comunicación institucional informativa para la enseñanza en la Presidencia y en las facultades abarca cuatro aspectos básicos, con distintos niveles de desarrollo: Los dispositivos para la enseñanza complementarios del aula basados en TICs; los dispositivos de educación a distancia, tanto para la articulación con el pregrado, como en el grado, el posgrado y la formación comunitaria; los dispositivos de búsqueda de información para la educación de pregrado, grado, posgrado y para la investigación; y los dispositivos de promoción de la educación superior, enfocándose fundamentalmente en el posgrado.

- Que la comunicación institucional informativa para la investigación, que muestra y permite demostrar mediante indicadores bibliométricos, el grado de desarrollo de los dispositivos comunicacionales necesarios para la acreditación y difusión de los conocimientos generados en la UNLP, avanza, tanto en la Presidencia como en las facultades, en forma asistemática y no coordinada.

- Que la comunicación institucional informativa para la extensión en la Presidencia y en menor medida en las facultades (siempre en forma dispar), es decir los dispositivos y productos orientados a informar a la comunidad universitaria y a la comunidad en general, de la dimensión y evolución de la UNLP y de las actividades y sucesos que marcan su perfil y aporte a su medio; tuvieron un vigoroso desarrollo durante el período que abarca la investigación, apuntalado por el notable crecimiento y desarrollo actual, de los dispositivos comunicacionales de soporte digital.

- Que la comunicación participativa en la Presidencia puede ordenarse en tres canales diferenciados: la planificación, la gestión y la verificación y eventual revisión del proceso de desarrollo institucional; y que las facultades muestran una intensa actividad institucional de participación, basada en el funcionamiento de las comisiones y plenarios de los consejos académicos y en las reuniones y talleres de áreas y claustros; aunque no se registran planes participativos que convocaran talleres de discusión, ni dispositivos formales permanentes de consulta de opinión.