



Trabajo Integrador Final

Especialización en Comunicación Radiofónica

Facultad de Periodismo y Comunicación Social • UNLP

Democratizar la comunicación

“Estudio y propuesta para la gestión de la radio de la Universidad Nacional de La Plata”.

Alumna: Lic. María Cristina Pauli
Directora: Esp. Analía Elíades

LA PLATA , OCTUBRE DE 2012

A Analía Eliades, maestra y compañera de ruta

Síntesis

Este trabajo parte del cambio de paradigma comunicacional plasmado en la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual sancionada en el año 2009 y pretende desde allí invitar al debate sobre la gestión de los medios de comunicación de las universidades públicas nacionales, tomando como caso radio Universidad de La Plata.

El recorrido comienza con el análisis de la esencia de este nuevo modelo: la democratización de la comunicación, con la presentación de un abordaje panorámico desde los primeros debates teóricos y políticos en América Latina y los países del tercer mundo hasta la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en nuestro país; con la perspectiva de que la democratización de la comunicación y la redistribución de la palabra son un objetivos complejos y que los marcos normativos no garantizan per se el derecho de acceso a la información de todos los sectores de la sociedad, sino que también requiere de cambios culturales y organizacionales de los diversos actores que integran la trama social argentina, y en el que indudablemente las universidades ocupan un papel central.

El presente trabajo también realiza un relevamiento bibliográfico sobre los marcos normativos y la gestión de las radios universitarias, sus objetivos y misiones desde la perspectiva histórica, y plantea la mirada de las radios de la UUNN como radio públicas.

Asimismo, se analiza el marco legal que rige a las radios universitarias, ya que la Ley N° 26522 da un lugar de suma importancia a las universidades públicas nacionales, no solo otorgándole medios, o tomando sus aportes académicos en el texto de la misma, sino también incluyéndolas en los órganos de contralor. Este logro, fruto de la lucha que durante años muchos sectores han realizado, hoy se transforma en un nuevo punto de partida desde el cual seguir trabajando.

Tomando como caso la radio de la Universidad de La Plata, y partiendo del marco teórico descripto, se plantea cuáles son los ejes de debate que nos debemos como comunidad universitaria y como sociedad para profundizar la democratización de la comunicación en nuestros propios medios de comunicación.

En este marco, se realiza una mirada desde la programación de la AM de Radio Universidad durante el año 2010, analizando su contenido y su cumplimiento de las pautas establecidas en la materia por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

**Lejos de ser un trabajo integrador final cerrado y conclusivo,
este trabajo es pretenciosamente una invitación a pensar y pensarnos...**

Índice

I. Introducción	6
II. Democratizar la comunicación	7
III. Un recorrido bibliográfico buscando la esencia de las emisoras universitarias públicas	20
IV. Las radios universitarias son radios públicas	24
V. Las emisoras universitarias bajo el régimen del Decreto Ley 22.285	26
VI. El marco normativo actual de las Universidades Nacionales y las emisoras universitarias	29
VII. ¿De qué hablamos cuando hablamos de gestión?	33
VIII. Radio Universidad de La Plata: su historia y funcionamiento	38
VIII. a) Una mirada sobre el funcionamiento de Radio Universidad	40
VIII. b) Una mirada desde la programación de la AM de Radio Universidad	43
IX. La invitación al debate	52
IX. Bibliografía	57
ANEXO 1	59
21 Puntos básicos por el derecho a la comunicación	
ANEXO 2	61
Documento de las IX Jornadas de Radios de Universidades Nacionales Argentinas. Paraná, junio de 2005.	
ANEXO 3	62
Ponencia del Licenciado Omar Enrique Turconi, Presidente de ARUNA, Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales Argentinas en la audiencia pública de la Comisiones de Comunicaciones e Informática, de Presupuesto y Hacienda y de Libertad de Expresión de la Cámara de Diputados de la Nación (8 al 11 de setiembre de 2009)	
ANEXO 4	64
Ponencia de los profesores Eduardo Seminara, Vicerrector de la Universidad Nacional de Rosario, y Fabián Bicciré, Decano de la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la UNR y Presidente de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de la República Argentina en la audiencia pública de la Comisiones de Comunicaciones e Informática, de Presupuesto y Hacienda y de Libertad de Expresión de la Cámara de Diputados de la Nación (8 al 11 de setiembre de 2009)	
ANEXO 5	71
Ponencia de La Profesora Elizabeth Martínez de Aguirre, Directora de la Carrera de Comunicación Social (UNR), en la audiencia pública de las Comisiones de Comunicaciones e Informática, de Presupuesto y Hacienda y de Libertad de Expresión de la Cámara de Diputados de la Nación (8 al 11 de setiembre de 2009)	
ANEXO 6	74
Ponencia de CONADU, Federación Nacional de Docentes Universitarios en la audiencia pública de las Comisiones de Comunicaciones e Informática, de Presupuesto y Hacienda y de Libertad de Expresión de la Cámara de Diputados de la Nación (8 al 11 de setiembre de 2009)	

ANEXO 7	76
Ponencia del Arquitecto Jaime Sorin, Decano de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la UBA, Ex Vicerrector UBA en la audiencia pública de las Comisiones de Comunicaciones e Informática, de Presupuesto y Hacienda y de Libertad de Expresión de la Cámara de Diputados de la Nación (8 al 11 de setiembre de 2009)	
ANEXO 8	78
Alejandro Verano Licenciado en Comunicación Social. Docente e Investigador de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP La UNLP. Ex Decano de la FPyCS de la UNLP. Director de Radio y Televisión Argentina (RTA)	
ANEXO 9	80
Entrevista a la Licenciada Verónica Bethencourt, Secretaria General de la Asociación de Docentes de la Universidad Nacional de La Plata (ADULP) Agosto 2010	
ANEXO 10	81
Entrevista a la periodista Nely Buscaglia, Jefa de Programación y conductora del programa BU LU LU en Radio Universidad de La Plata. Agosto 2010	
ANEXO 11	82
Entrevista a Carlos Carrizo, Periodista del Departamento Informativo y conductor del programa Contacto Universitario en Radio Universidad de La Plata. Julio 2010	
ANEXO 12	84
Entrevista al Licenciado Omar Turconi. Director de Radio Universidad (Julio 2006)	



I. Introducción:

Desde que comencé a pensar este trabajo que ponía el eje en la gestión de la radio AM 1390 de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) se produjeron cambios sustanciales en el marco legal local y nacional, lo que obligó a replantear el enfoque del mismo.

En el año 2008, la UNLP llevó adelante un proceso de discusión acerca de su Estatuto y luego la Asamblea Universitaria trató y modificó la norma que vertebra el funcionamiento de la mencionada Universidad.

Al año siguiente, en octubre de 2009, se sancionó la Ley N° 26.522, de Servicios de Comunicación Audiovisual que rige el funcionamiento del sistema de medios audiovisuales en todo el país.

Estos cambios fueron posibles en el marco de un cambio de clima de época y merecen que reformulemos la pregunta central en este espacio de reflexión, llevando el planteo hacia: ¿cómo abordaron las Universidades Nacionales la discusión acerca de la democratización de la comunicación? ¿cuál fue el aporte desde la academia al debate y tratamiento de la ley? ¿cuáles son los cambios y reformas necesarias en las radios universitarias a partir del nuevo paradigma de comunicación? .

En el caso de la UNLP en particular, interesa abordar su participación en el nuevo escenario de medios, teniendo en cuenta que tiene una de las radios más antiguas del país con frecuencias AM¹ y FM² y que ahora incorpora un canal de TDT (Televisión Digital Terrestre)³ en función del cumplimiento del artículo 89 de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual⁴.

¹ AM 1390 Radio Universidad.

² FM 107.5 Radio Universidad.

³ Resolución AFSCA n° 687/11.

⁴ El artículo 89 de la Ley N° 26.522 establece que en oportunidad de elaborar el Plan Técnico de Frecuencias, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual deberá realizar una reserva en cada localización donde esté la sede central de una universidad nacional, una (1) frecuencia de televisión abierta y una (1) frecuencia para emisoras de radiodifusión sonora.



II. Democratizar la comunicación

La lucha por democratizar la comunicación reconoce una vasta trayectoria en Argentina y en América Latina. Los debates comenzaron en la década del 70, cuando se produjeron las primeras reflexiones y encuentros internacionales.

En este sentido podemos mencionar, entre otros, los aportes teóricos de Antonio Pascuali quien plantea a la comunicación entendida como un hecho inherente a las relaciones dialógicas interhumanas, incorporando el concepto de con-saber, que aun sin salirse de la relación lineal entre emisor, mensaje, receptor, pretende una revalorización del receptor como sujeto de conocimiento y no como sujeto pasivo. De este modo, cada individuo conlleva un saber que le permite relacionarse en sociedad. El saber parte de la experiencia concreta, de la trama de relaciones dentro de la cual los seres humanos nos movemos. Por esto, todo saber es social, y para que esa comunicación sea auténtica comunicación debe asentarse en un esquema de relaciones simétricas, en una paridad de condiciones entre transmisor y receptor y en la posibilidad de oír uno a otro o prestarse oídos (Heiddeger), como mutua voluntad de entenderse” .

También podemos señalar la contribución de Paulo Freyre atravesado por el mismo momento histórico, inserto en las prácticas sociales y pensando desde el dominio de saber de la educación planteó la diferenciación entre extender tecnología (en el marco del desarrollismo y la Alianza para el Progreso) y comunicar acerca de ella buscando el camino del conocimiento, analizando la relación emisor–mensaje-receptor sin salirse de la linealidad pero sacando al receptor de esa imagen de subsidiariedad que lo presenta como un sujeto pasivo, lo cosifica, lo pone en el lugar del ignorante frente al poder inconmensurable del emisor⁵.

En el ámbito político, el Movimiento de Países No Alineados tuvo un rol significativo en el debate sobre la comunicación. En Argel, en 1973, plantearon que “la acción del imperialismo no se ha limitado a los dominios político y económico, sino que comprende igualmente los dominios cultural

⁵ Freire, Paulo. ¿Extensión o Comunicación? La concientización en el medio rural. Editorial Siglo XXI. 1985. Montevideo.



y social, imponiendo así una dominación ideológica extraña a los pueblos en vías de desarrollo”

Esta denuncia generó que la UNESCO decidiera crear la Comisión Internacional de Estudio sobre los Problemas de la Comunicación, presidida por el irlandés Sean MacBride, que inició su tarea en 1977 y partir de su informe conocido en 1980, se comenzó a hablar de la necesidad de avanzar hacia la concreción de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) y por primera vez se habló del derecho a la comunicación.

En este marco de la concepción universalista del derecho a la comunicación, es necesario también recordar los aportes del Informe MacBride, “Un solo mundo, voces múltiples”, que ya en 1980 nos aportaba este concepto: “...presentamos una formulación de este derecho (en alusión al derecho a la comunicación), que indica la diversidad de sus elementos y el espíritu que le inspira: “Todo el mundo tiene derecho a comunicar. Los elementos que integran este derecho fundamental del hombre son los siguientes, sin que sean en modo alguno limitativos: a) el derecho de reunión, de discusión, de participación y otros derechos de asociación; b) el derecho de hacer preguntas, a ser informado, a informar y otros derechos de información; y c) el derecho a la cultura, el derecho a escoger, el derecho a la protección de la vida privada y otros derechos relativos al desarrollo del individuo. Para garantizar el derecho a comunicar sería preciso dedicar todos los recursos tecnológicos de comunicación a atender las necesidades de la humanidad al respecto” .

Las bases de NOMIC⁶ estaban sentadas en conceptos como: el respeto a las identidades culturales, el acceso a las fuentes informativas para toda la sociedad, la eliminación de desequilibrios y desigualdades, la libertad de prensa e información, la supresión de los efectos nocivos de los monopolios, el flujo libre y equilibrado de la información, la pluralidad de fuentes, el respeto de derecho de todos los pueblos a participar en los intercambios internacionales de información, la multidireccionalidad de la comunicación, el diagnóstico y advertencia sobre la concentración vertical

⁶ Sean MacBride y otros. Un solo mundo, voces múltiples. Unesco. Comunicación e Información en nuestro tiempo. Fondo de Cultura Económica, México/UNESCO, París. 1980. Págs. 301/302.



y horizontal y la transnacionalización, la alineación informativa y la democratización de la misma.

Pero el devenir político hizo que estos debates se vieran demorados por las dictaduras que asolaron a todo el continente, y aunque a mediados de los 80 se fue recuperando la democracia política en América Latina, la comunicacional tuvo que esperar mucho más tiempo.

La consideración de las prácticas comunicativas como espacios de interacción entre sujetos (activos, protagonistas del acto comunicativo) en los que se observan procesos de producción de sentido aparece como nuevo concepto.

En este sentido, María Cristina Mata sostiene: “Los emisores ya no transmiten unos mensajes significados elaborados en virtud de un instrumento neutro. Tanto en la esfera de la emisión como en la de la recepción existe producción de sentido, y no mera transferencia de los primeros a los segundos, aun cuando ella sea desigual, no simétrica”⁷.

Tener presentes estos elementos a la hora de analizar los procesos de comunicación nos llama a reconocer que tanto en la emisión como en la recepción, existe producción de sentido.

“De aquí que podamos recuperar que para la comunicación la idea de contrato o negociación, donde ambas partes –emisores y receptores– son activas, permaneciendo diferenciados sus roles y su capacidad de operar. Es aquí que, reconociendo el indiscutible poder del emisor, debemos advertir en su discurso la presencia activa de los receptores por ellos están presentes como término de su producción, como el otro que habla en lo que yo digo”⁸.

En este marco, también consideramos pertinente tener presentes los aportes de Mario Kaplún, en cuanto nos propone mirar los procesos comunicativos en relación a las prácticas educativas, ya que, desde esta perspectiva, nos muestra diferentes modelos de comunicación desde experiencias concretas por las que cada uno de nosotros es atravesado cotidianamente y nos invita a reflexionar sobre nuestras prácticas educativas

⁷ MATA, María Cristina. *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*, Educación para la Comunicación, La Crujía, Buenos Aires, 1990, pág. 9.

⁸ Idem.



comunicativas.

Kaplún, en el libro “El comunicador popular”, describe tres modelos de educación comparados con tres modelos de comunicación que le corresponden: el modelo que pone el énfasis en los contenidos, el que pone el énfasis en los efectos y el que pone el énfasis en el proceso. Y afirma que “a cada tipo de educación corresponde una determinada concepción de una determinada práctica de la comunicación”⁹.

Así, el modelo que pone énfasis en los contenidos, “corresponde a la educación tradicional, basada en la transmisión de conocimientos y valores de una generación a otra, del profesor al alumno, de la elite instruida a las masas ignorantes”. Desde este modelo se propone un pensamiento único, hay un gestor (emisor) del pensamiento único y hegemónico.

El modelo que pone énfasis en los efectos, “corresponde a la llamada ingeniería del comportamiento y consiste esencialmente en moldear la conducta de las personas con los objetivos previamente establecidos”. Como el anterior, es lineal y manda al silencio, desde otro lugar y con otros mecanismos. Desde allí se piensa y diseña la publicidad.

En cambio, el modelo que pone énfasis en el proceso, “destaca la importancia del proceso de transformación de las personas y las comunidades. No se preocupa por los contenidos a ser comunicados ni por los efectos en términos de comportamiento sino por la interacción dialéctica entre las personas y su realidad, del desarrollo de sus capacidades intelectuales y de su conciencia social”.

Se destaca que estos tres modelos no se encuentran puros en la realidad, sino mezclados y entrecruzados. Sin embargo, resultan esclarecedores para mirar y reflexionar sobre nuestras prácticas. Ninguno es mejor o peor en sí mismo sino que el uso que hacemos de ellos puede ser o no estratégico en nuestras actitudes, acciones cotidianas y profesionales¹⁰.

La Convención Americana de los Derechos Humanos, más conocida como el Pacto de San José de Costa Rica, que data de 1969 pero que

⁹ KAPLÚN, Mario. El comunicador popular, Lumen Humanitas, Buenos Aires, 1996, pág. 17.

¹⁰ CERASO, Cecilia e INCHAURRONGO, Mariana. Comunicación y Educación Ambiental, “Nada se mueve sin la complicidad del todo”, en “Comunicar el ambiente”, Ediciones de Periodismo y Comunicación N° 41. La Plata, julio de 2009, Pág. 25



recién fue ratificada por ley¹¹ de la democracia en Argentina en 1984 dio un paso importante desde el aspecto jurídico, estableciendo en su artículo 13 que “toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.” Lo central de este planteo es poner de manifiesto las dos dimensiones de la libertad de expresión: la individual y social o colectiva, las cuales se dan simultáneamente y son indivisibles.

En este sentido, la Corte Interamericana de Derechos Humanos interpreta el alcance y el contenido del Artículo 13 del Pacto de San José de Costa Rica en la Opinión Consultiva 5/85 sosteniendo que “las dos dimensiones mencionadas de la libertad de expresión deben ser garantizadas simultáneamente. No sería lícito invocar el derecho de la sociedad a estar informada verazmente para fundamentar un régimen de censura previa supuestamente destinado a eliminar las informaciones que serían falsas a criterio del censor. Como tampoco sería admisible que, sobre la base del derecho a difundir informaciones e ideas, se constituyeran monopolios públicos o privados sobre los medios de comunicación para intentar moldear la opinión pública según un solo punto de vista”¹².

En síntesis democratizar la comunicación tiene que ver con pensar la comunicación como un derecho humano, de modo que todos podamos informarnos pero también informar y para que esto pueda desarrollarse en un marco de igualdad hay que garantizar el acceso de todos los sectores de la sociedad a la producción de sentidos, a la propiedad y a la gestión de los medios.

“Si la hipótesis que aquí se está sosteniendo –que la comunicación conjuntamente a otros procesos puede mejorar la vida juntos o la vida en sociedad y que por lo tanto, los comunicadores/periodistas pueden colaborar profesionalmente en este accionar –puede considerarse como válida, es posible pensar en la capacidad de construir lo común desde una parti-

¹¹ Ley N° 23.054. Boletín Oficial: 27 de marzo de 1984.

¹² OC-5/85 de la Corte Interamericana de Derechos Humanos que interpreta el Artículo 13 del Pacto de San José de Costa Rica o Convención Americana de Derechos Humanos



cipación ciudadana activa que incluya a la totalidad de los sectores... Esta perspectiva contempla a la comunicación como una herramienta o un componente del motor del cambio social y no sólo como elemento reproductor de la lógica hegemónica¹³. Implica pensar a la comunicación como espacio de interpelación y negociación del conflicto... La comunicación como un lugar desde el cual pensar la sociedad, dirá Jesús Martín Barbero, pero no sólo pensarla sino también construirla”¹⁴.

En este sentido, los aportes de este trabajo, pretenden indagar sobre la importancia de la comunicación en la histórica emisora radial de la Universidad Nacional de La Plata, la que también requiere, no sólo pensarla, sino también construirla, colectivamente.

Argentina es sin duda uno de los países de América Latina que más ha avanzado en materia de legislación, después de 29 años de democracia, el decreto-ley de Radiodifusión N° 22.285/80 de la dictadura (modificado por varios gobiernos democráticos) fue derogado por la Ley N° 26.522.

Lo novedoso de esta norma radica en su contenido y también es la forma en que fue discutida por toda la comunidad antes de ser tratada en el ámbito del Poder Legislativo, tanto en la Cámara de Diputados como en el Senado de la Nación, debate parlamentario que estuvo precedido por la realización de 23 Foros de discusión del Anteproyecto de Ley a lo largo y ancho del país, en los que cada sector de la comunidad propuso reformas o modificaciones que luego fueron incorporadas al Proyecto y finalmente se transformara en Ley el 10 de octubre de 2009 como Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522.

Frank La Rue, Relator de Libertad de Opinión y Expresión de las Naciones Unidas (ONU) valoró el hecho de que el proyecto de ley presentado ante el Congreso de la Nación fuera consultado de forma previa en todo el territorio argentino. “La Argentina está sentando un precedente muy importante. No sólo en el contenido de la ley, porque el proyecto original que vi

¹³ ENZ, Angélica y FANTÍN, Roxana. Comunicar para el cambio social, La Crujía, ediciones, Buenos Aires, 2006.

¹⁴ DÍAZ LARRAÑAGA, NANCY. Qué profesionales para qué medios: formación, comunicación y cambio social, en “Medios de Comunicación en la Argentina. Diagnóstico y prospectiva. Tomo II. Alejandro Vera-
no (editor). Prometeo Libros y EPC – FPyCS – UNLP, La Plata, 2009, Pág. 153.



es lo más avanzado que hay en el mundo en ley de telecomunicaciones, sino además en el procedimiento que se siguió, el proceso de consulta a nivel popular. Me parece que esta es una ley realmente consultada con su pueblo.” La Rue destacó, de forma especial, que el proyecto de ley “garantiza el pluralismo, que todas las voces tengan acceso. Reconoce que tiene que haber tres tipos de medios: comerciales, comunitarios y públicos. Y los convierte en ley. Ante una progresiva concentración monopólica y oligopólica de medios, no sólo en América latina, creo que esta ley es un gran avance... Para que un pueblo pueda desarrollar su opinión propia tiene que tener acceso a todas las tendencias y a todas las visiones filosóficas. Pero lo importante en la libertad de expresión es mantener el pluralismo y no permitir que ningún interés económico o político se eternice en los medios”¹⁵.

Pero la alentadora sanción de la nueva Ley no garantiza per se la democratización del sistema de medios. Es sin duda un paso importante y un marco regulatorio necesario, pero solo es eso, un paso grande en un largo camino que continúa. Sin duda el cambio cultural es imprescindible, y ese cambio debe empezar en el interior de las organizaciones.

Al comienzo del trabajo mencioné la reforma del Estatuto de la UNLP que se realizó durante el año 2008, y si analizamos las reformas que se hicieron en aquel momento veremos que la UNLP no se planteó instancias de democratización al interior de si misma, no aceptó el claustro único docente (manteniendo una discriminación en la representatividad, ya que el los docentes auxiliares que constituyen el 70% de la planta docente, no votan en el claustro de profesores) no se planteó la elección directa del rector, entre otros temas, que muestran un escenario complejo a la hora de pensar la gestión de la emisora radial o de los medios de sus medios en general, que conforman parte de la Universidad, que debieran ser esenciales y requieren una planificación comunicacional interna y externa democráticamente elaborada.

En este contexto resulta pertinente preguntarnos cuál es el rol de la Universidad pública en el proceso de democratización de los medios, no

¹⁵ Frank La Rue, Relator de Libertad de Opinión y Expresión de las Naciones Unidas (ONU). Declaraciones realizadas en el documental televisivo “Hablemos todos”.



solo en el debate teórico, desde las cátedras, sino también desde la gestión de sus propios medios.

Desde lo discursivo, las carreras de comunicación de todo el país han dado un gran aporte teórico desde hace muchos años. El compromiso académico con la democratización llegó hasta el punto de que muchas carreras modificaron sus planes de estudios incluyendo a la comunicación alternativa y comunitaria como objetos de estudio, dándole entidad al tercer sector que era excluido en la legislación previa a la sanción de la Ley N° 26.522.

En este sentido, Alejandro Verano sostiene que en los 90 las Universidades Nacionales y en especial sus carreras de comunicación, se transformaron en verdaderas usinas no solo de denuncias, sino de creación de conocimiento válido en torno a las condiciones de asimetría y desigualdad en las se que ha desarrollado la comunicación en el país, y esos conocimientos fueron centrales a la hora de redactar la ley, pero también hay que destacar el aporte “militante” de los docentes en los debates¹⁶. De hecho, muchos de los comunicadores que trabajaron en la formulación de la norma fueron formados en las aulas de las Universidades Nacionales y en el proceso de discusión del anteproyecto de ley la mayoría fueron partícipes de la discusión en los foros y una vez sancionada la LSCA las facultades de comunicación fueron anfitrionas de muchos espacios de difusión de los alcances de la misma.

Para dar cuenta de estos aportes se estima necesario reflejar una selección de fragmentos de algunas de la gran cantidad ponencias realizadas por diferentes actores sociales en la audiencia pública que se llevó a cabo en la Cámara de Diputados de la Nación, previa a la sanción de la Ley N° 26.522, centralmente en lo que refiere a nuestro objeto de estudio.

“En la actualidad existe un importante consenso –entre académicos, políticos y periodistas – que la industria cultural y mediática conforman la cultura predominante, y la que más organiza la vida simbólica en nuestras sociedades. La comunicación política mediática es importante en la construcción de la cultura democrática en la actualidad, no habrá democracia

¹⁶ Alejandro Verano. Entrevista producida en el ámbito del presente trabajo y realizada en junio de 2012. Director de Radio y TV Argentina. S.E. RTA S.E. . Ex decano de la FPyCS UNLP



plena sin una comunicación democrática,” reconocieron los profesores Seminara y Bicciré de la Universidad Nacional de Rosario, destacando el espíritu democratizador de la Ley. Por otra parte sostuvieron que el entonces proyecto de Ley contenía un profundo reconocimiento a los medios de comunicación universitarios, previendo el otorgamiento de licencias a las Universidades Nacionales y dándoles participación en los órganos de control y manifestaron que “una de las tareas imperiosas es lograr que el sistema de medios públicos pueda emitir programación en todo el territorio nacional, así entrarían en vigencia los derechos a la libre expresión de las ideas y el acceso a una información básica al conjunto de la ciudadanía”¹⁷.

“Se trata, de revisar crítica y democráticamente las condiciones en las cuales se ha organizado la industria de la comunicación en nuestro país desde los tiempos de la última dictadura cívico-militar (que encontró en el decreto Ley de Radiodifusión 22.285 una de sus principales herramientas de opresión y disciplinamiento social) cuyos efectos tóxicos se proyectan hasta la actualidad; a pesar de las enmiendas, correcciones y reformulaciones que se han ido incorporando sobre todo en tiempos de democracia post-menemista.

Entre las secuelas más evidentes de este proceso se destaca la perdurabilidad de aquellos criterios que tienden a naturalizar la concepción de la comunicación y la información como una mercancía y no un como derecho. Claramente, este rasgo mercantilista ha sido una de las consecuencias necesarias de una normativa dictatorial que impulsaba un modelo comunicacional –afín y funcional al neoliberalismo – en el cual la radiodifusión era pensada exclusivamente como una actividad lucrativa: recordemos que fue recién en el año 2005 cuando el Congreso Nacional permitió a las personas jurídicas sin fines de lucro ser titulares de licencias de radiodifusión, aunque con algunas restricciones. En este escenario, los principales motores de la gestión comunicacional han sido una progresiva concentración monopólica de medios (donde convergen diferentes tecnologías de la información) y una concomitante conformación de oligopolios enunciativos que, conjugados, no podrían dar otro resultado más que el empobrecimiento y la estandarización de los len-

¹⁷ Ponencia de Eduardo Seminara, y Fabián Becciré en la audiencia pública del 8 al 11 de setiembre de 2009 en la Cámara de diputados. (texto completo en anexo 4).



guajes y las prácticas comunicacionales, además de las inequidades económicas, institucionales y geopolíticas que conocemos: un clima de univocidad cuyas férreas reglas han sido confirmadas por las excepcionales y tenaces manifestaciones de una prensa alternativa.... El debate sobre la sanción de una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual constituye una gran oportunidad.....que no podemos darnos el lujo de desaprovechar: retomar el análisis de la importancia de los medios públicos, de la producción de contenidos plurales, de la reglamentación del espacio publicitario o del impulso al federalismo, por citar sólo algunos de los aspectos que el proyecto de ley del Ejecutivo contempla y que será debatido”, aportó la profesora Elizabeth Martínez de Aguirre, directora de la Carrera de comunicación Social (UNR)¹⁸.

También la CONADU, federación que nuclea a las asociaciones de docentes de las Universidades Nacionales, realizó su contribución al debate señalando que “la lucha política se libra en el escenario mediático, donde no todos aparecen, que tiene protagonismos que nadie eligió y cuya lógica favorece una forma de politización más atenta a los gestos que a las palabras, a los tonos que a los contenidos, a las figuras que a los colectivos. Esta nueva realidad demanda, en lo inmediato, equilibrar las cargas y multiplicar las voces, los discursos, las imágenes para que los sectores populares participen también de la arena mediática. La llamada crisis de representación política no está saldada, y queda aún como tarea pendiente la construcción de un nuevo sujeto político que potencie lo alcanzado y plantee los debates pendientes para avanzar en un modelo de justicia social, independencia económica, soberanía nacional e integración latinoamericana. Para esa tarea, también hace falta democratizar los medios... saludamos desde CONADU la discusión, y venimos alentando este debate en la sociedad y en el seno de las universidades nacionales, espacio de producción del conocimiento público que también debe ser democratizado y que espera la sanción de una ley al respecto, porque la producción y la circulación del conocimiento deben estar al servicio de las necesidades de

¹⁸ Ponencia de Elizabeth Martínez de Aguirre en la audiencia pública del 8 al 11 de setiembre de 2009 en la Cámara de diputados. (texto completo en anexo 5).



las grandes mayorías”¹⁹.

Por su parte Jaime Sorín, Decano de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Buenos Aires, (UBA), ex vicerrector de dicha casa de estudios, señaló que “reivindicamos en el texto del proyecto la presencia de puntos centrales que hacen a nuestro quehacer: La inclusión de un representante de las universidades nacionales y uno de las emisoras universitarias en el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, lugar de definición de las políticas públicas en el ámbito, reclamando que sus resoluciones sean vinculantes para la autoridad de aplicación. El otorgamiento de autorizaciones a personas de existencia ideal de derecho público estatal, como las universidades nacionales y los establecimientos educativos de gestión estatal, afirmada en los artículos 31 y 140 y en el artículo 136, junto a la posibilidad de constituir redes y de comercializar su producción propia poniendo acento en los contenidos educativos”²⁰.

La Asociación de Radios Universitarias Nacionales (ARUNA), que nuclea a unas 30 radios universitarias, fue también un actor de importancia en el debate previo a la sanción de la Ley de Servicios de comunicación audiovisual como integrantes de la Coalición para una Radiodifusión Democrática²¹ que llevó adelante la propuesta de 21 Puntos para una Radiodifusión Democrática y fue parte fundamental en las discusiones y debates en los foros de la Ley N° 26.522.

En un documento elaborado en el año 2005 los representantes de las radios universitarias nucleados en ARUNA expresaban: “defendemos la libertad de informar, de comunicar y difundir los productos culturales que se generan en nuestras casas de estudios. Somos las voces que extendemos la actividad de nuestras universidades. Integramos, por lo tanto, medios estatales autónomos, sin embargo nuestras radiodifusoras están privadas, casi totalmente, del amparo del propio Estado para cumplir con las funciones que tenemos comprometidas. Somos el escenario de

¹⁹ Ponencia de CONADU en la audiencia pública del 8 al 11 de setiembre de 2009 en la Cámara de diputados. (texto completo en anexo 6).

²⁰ Ponencia del Arquitecto Jaime Sorin en la audiencia pública del 8 al 11 de setiembre de 2009 en la Cámara de diputados. (texto completo en anexo 7).

²¹ La Coalición por una comunicación democrática se constituyó en el año 2004, es un grupo de actores sociales convocados por Farco, (Foro Argentino de Radios Comunitarias) con el objetivo de aunar esfuerzos para lograr un cambio de la ley de radiodifusión de la Dictadura cívico-militar.



muchas otras voces, las voces profundas del conocimiento, de la ciencia y de las artes. Somos también la mirada, la palabra, el lugar de exposición de las voces de la Argentina profunda que emerge en las comunidades a las que pertenecemos a lo largo de toda nuestra patria. Reclamamos hoy, como hace cinco años una nueva ley de radiodifusión que contemple los reclamos de la radiodifusión universitaria contenidos en el Acuerdo Plenario del CIN (Consejo Interuniversitario Nacional) 384/00²², El reconocimiento de la actividad de las radios universitarias significa revalidar su papel en la extensión cultural, en la difusión de valores, en el fortalecimiento de la democracia y en la propia democratización de los medios de comunicación”²³.

Y ya en el debate, en el marco de la mencionada audiencia pública, ARUNA señaló el compromiso histórico de los sectores universitarios con la democratización de la comunicación, y en particular expresó: “como universitarios creemos en el espíritu de este proyecto porque lo sabemos hijo de nuestras demandas más caras. En síntesis, queremos una ley que ampare el acceso democrático a la información por parte de todos los sectores de la sociedad, la manifestación de la diversidad social, cultural, política, religiosa, étnica; y regional en la producción de contenidos, que tenga criterios socioculturales, no sólo económicos, para el acceso a las licencias y que apunte al fortalecimiento de los medios públicos. Desde la perspectiva universitaria, frente a la propuesta lanzada, nos corresponde saludar el reconocimiento expreso a las universidades nacionales para que estas puedan ser titulares del derecho para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión. Pero a la vez reclamamos que los institutos universitarios sean incluidos en la iniciativa junto a con las universidades pues forman parte del sistema y no hay ninguna razón para no equipararlos a ellas frente a una ley de medios audiovisuales²⁴.

En su ponencia Aruna destaca la favorable acogida que ha tenido en el proyecto la iniciativa del CIN y de ARUNA tendiente a garantizar nuevas

²² Documento de las IX JORNADAS DE RADIOS DE UNIVERSIDADES NACIONALES ARGENTINAS. Paraná, Junio De 2005. (texto completo en anexo 2)

²³ Documento de las IX Jornadas de radios de Universidades Nacionales argentinas Paraná, junio de 2005. (ver Anexo 2).

²⁴ Ponencia de Omar Turconi en al audiencia pública del 8 al 11 de setiembre de 2009 en la Cámara de diputados. (texto completo en Anexo 3)



fuentes de ingreso para el sostén de los medios de comunicación universitarios... y reclama que el texto final brinde garantías de que el Estado Nacional y los respectivos Estados Provinciales y Municipales aportarán recursos específicos para su mantenimiento y desarrollo, ya sea a través de la publicidad oficial o a través de la participación del sector en el reparto de los recaudado por los nuevos impuestos.

También reconoce la expresa autorización a las universidades para que puedan constituir redes permanentes de programación entre sí o con emisoras de gestión estatal al efecto de cumplir adecuadamente con sus objetivos, y también que se establezca por ley el rol específico que deben cumplir los medios universitarios en el marco de la autonomía que les garantiza a las universidades la propia de la Constitución Nacional, y destacan el valor institucional que supone el explícito reconocimiento al aporte que pueden brindar al sistema las carreras de comunicación, integrándolas al debate y el seguimiento de las políticas públicas de comunicación, a través del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual y del Consejo Asesor Honorario de Medios Públicos.

Por otra parte considera que “es una buena noticia la limitación del tamaño y las características de las redes radiales y televisivas que –como queda dicho – no sólo establecieron la agenda mediática nacional durante años sino que también fueron pilares en los procesos de eliminación de personal propio en las emisoras y tele-emisoras locales, y pide –como en el espíritu del proyecto de ley anida la idea de equiparar en materia impositiva a los medios universitarios con los demás medios del Estado – la inclusión de los medios universitarios en el artículo 127 que exime de gravámenes y tasas a las emisoras de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado.

Revisando los temas del debate, vemos que se avanza en la propiedad, la sostenibilidad (publicidad, exención impositiva), los contenidos, los objetivos, pero no se habla de cómo se gestiona democráticamente dentro de los medios universitarios.



III. Un recorrido bibliográfico buscando la esencia de las emisoras universitarias públicas.

En el abordaje realizado por Juan Carlos Dido en su libro “Las radios universitarias”, sostiene que “en la Argentina, el origen de estas emisoras está cercano al comienzo mismo de la radiofonía²⁵. No son, entonces, medios nuevos, recién incorporados a la comunicación en virtud de modernas tecnologías accesibles. Por el contrario, son producto histórico, nacidos como una necesidad observada y atendida por instituciones universitarias que vieron en la radio un camino apto para cumplir más adecuadamente su misión y lograr con mejores resultados los objetivos institucionales.

Hoy funcionan en nuestro país treinta radios universitarias, agrupadas en la Asociación de Radios Universitarias Argentinas (ARUNA) y casi todas las universidades que carecen de ellas tienen entre sus proyectos la creación de una, particularmente aquellas que cuentan con carreras vinculadas a la comunicación. Este fenómeno demuestra que este tipo de emisoras no constituyen un apéndice académico de la institución educativa ni un complemento para asistir alguna de sus funciones, sino que se trata de una entidad integrada como factor necesario para el desarrollo de las funciones esenciales que se asignan a la universidad.

En su trabajo, Dido intenta precisar sus fundamentos, condiciones y principios que las identifican como medios de comunicación integrados a casas de altos estudios con funciones que se corresponden con necesidades y demandas de la comunidad. Esto implica construir un marco que contenga las líneas de trazo grueso y trayectoria abierta que permitan diseñar los caminos que faciliten la actuación de las emisoras universitarias con identidad propia.

Eduardo Seminara, en el libro “Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual”²⁶ da cuenta del desarrollo “desigual, asistemático y voluntarista” que tuvieron los medios universitarios. Desigual porque había universidades que tenían medios y otras que no; asistemá-

²⁵ DIDO, JUAN CARLOS Y BARBERIS SERGIO (2006) “Radios universitarias. Principios, funciones, objetivos. Universidad Nacional de la Matanza. 121 Págs.

²⁶ BARANCHUCK MARIANA Y RODRIGUEZ USE JAVIER (compiladores) (2011) “Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual” AFSCA UNLZ 251 páginas.



tico porque al no haber un proyecto de radiodifusión universitaria muchas de las emisoras de radio y TV fueron gestionadas por empresas privadas (como la de la Universidad del Litoral o la Universidad de Córdoba) haciendo que su esencia de medio universitario se diluya convirtiéndolas en medios públicos de gestión privada; y voluntarista porque muchos de estos medios quedaron librados a las posibilidades de la universidad y muchas veces fueron víctimas de la incomprensión y el desconocimiento de sus autoridades de turno.

Por su parte Elida Morzili²⁷ sostiene que “los objetivos que se propuso cumplir la primera emisora universitaria, LR11 radio Universidad (UNLP) retomados luego por otras radios universitarias, aunque formulados hace 85 años, siguen teniendo la más rigurosa actualidad:

1. Divulgar el conocimiento científico, como elemento de extensión universitaria.
2. Actuar como medio de vinculación entre la Universidad y el medio social en que actúa, devolviendo con ventaja al país el esfuerzo que la nación realiza para sostenerla.
3. La Radio de la Universidad (LR 11) favorece con su accionar la socialización del conocimiento, garantizando la circulación eficiente de la información.
4. Constituir un centro de referencia para los artistas de la Universidad y de la ciudad y para todas aquellas personas interesadas en el material en condiciones de ofrecer.
5. Cumplir con el rol que las sociedades modernas han encomendado a los medios de comunicación en la construcción de una sociedad democrática, plural, inclusiva y tolerante”

Daniel Prieto Castillo²⁸ sostiene que las radios universitarias están influenciadas por la propia idiosincrasia institucional y por el reclamo propio de la sociedad en al que están inmersas. En esta combinación de tensiones se generan tendencias que a la hora de definir los objetivos de la radio es interesante revisar, para lo que sugiere cuatro categorías de

²⁷ Ponencia XII Congreso de la REDCOM ¿Una nueva radio universitaria? Aportes para la discusión a partir del análisis de tres radios de UN: La Plata, Luján y La Matanza. Mendoza. Octubre 2010.

²⁸ DANIEL PRIETO CASTILO. Las emisoras Universitarias frente a las transformaciones de fin de siglo .Ponencia presentada en el I Festival Centroamericano de la radio. Costa Rica, Octubre, 1996.



análisis: la culta, la científica, la popular y la mimética.

La primera sitúa a la emisora como una instancia que sólo se ocupa de llevar a la comunidad (sea de la universidad o de la sociedad en general) lo que se considera lo más clásico, y que alternan con expresiones de la literatura y el arte. El contexto brilla por su ausencia, en todo caso hablan los universitarios, y de ellos los que tienen relación con esa versión de la cultura.

La versión “científica” apuesta a una labor de presentación de lo que genera la universidad, en lo relativo a producción intelectual. Se trata de poner al aire el producto de reflexiones e investigaciones de los docentes, aunque en general no está claro el destinatario de esta acción. Por ello los mensajes son ofrecidos “sin mediación” hacia los interlocutores masivos, con lo que se termina por legitimar un diálogo entre especialistas. Recuerdo casos como una conferencia de filosofía lanzada en un plano de abstracción total, durante más de 45 minutos sin ningún corte.

La versión “popular” convierte a la emisora en una caja de resonancia de problemas sociales de su contexto. Se abren los micrófonos a distintos grupos para que puedan expresar sus situaciones y la tendencia es hacia la denuncia de las desigualdades y de las contradicciones. Cuando esto crece se tiende a dejar de lado lo que la misma universidad podría aportar, tanto por lo que saben sus especialistas como por la comunicación de la información que se acumula en sus dependencias.

Por último, la versión mimética: la radio se asimila a las comerciales que existen en la zona y busca competir con los mismos recursos. Con el tiempo no hay mayores diferencias, salvo algún esporádico programa producido por alguna Facultad. Todo está en función de ganar audiencias y anunciantes, con lo que se corre el riesgo de dejar fuera las funciones básicas de la universidad.

Nuestras radios han acompañado los avatares de las Universidades y, en general, se han comportado como ellas. Por eso, la cuestión del aislamiento sigue pesando, porque cuando ella se produce se está casi siempre dentro de una institución aislada con la subsiguiente vaguedad con respecto a los destinatarios a los cuales se apunta y, por consiguiente,



con respecto a los temas a difundir. Y, por otro lado, está presente el intento de volverse competitivo, lo que lleva a una carrera para ocupar un espacio en el escenario de las emisoras comerciales, con una dispersión de programas y con un intento de ganar audiencia a cualquier precio.

Y para cerrar el recorrido bibliográfico en búsqueda de la esencia de las radios universitarias no podemos dejar de citar la Ley N° 26.522, que propone la creación de un sistema nacional universitario de radiodifusión pública, definiendo como objetivos primordiales la promoción de las diferentes expresiones culturales, el estímulo de la libre expresión, el derecho a la información, la participación ciudadana, la defensa de los principios democráticos y los derechos humanos. El nuevo marco jurídico asigna un lugar destacado de su programación a la divulgación del conocimiento científico, a la extensión universitaria, y a la promoción de acciones periodísticas y comunicacionales destinadas al bien común, como a la experimentación artística y cultural”²⁹.

Estimamos necesario aclarar que el objeto de estudio del presente Trabajo Integrador Final se refiere a las radios universitarias nacionales, y no a las emisoras de universidades privadas, por cuanto su régimen es diferente. En este sentido, Schifer y Porto³⁰ sostienen en referencia a estas últimas que “pueden, en cierto modo, considerarse radios privadas sin fines de lucro las emisoras que fueron asignadas a diferentes universidades privadas, como la Universidad Católica de Salta, de Santiago del Estero, la Universidad Blas Pascal o la Universidad de Belgrano”. Cabe destacar que estas emisoras fueron otorgadas por el entonces Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) por adjudicaciones directas. En el actual marco normativo, con la Ley N° 26.522, las Universidades privadas no son “autorizadas” directamente por no ser emisoras públicas y, por ende para ejercer la radiodifusión deben presentarse a concurso, obteniendo así una licencia.

²⁹ Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual Título VIII. Artículos 145 a 150 Ley N° 26.522.

³⁰ Schifer, Claudio – Porto, Ricardo. “Radiodifusión. Marco Regulatorio”. El Derecho, Universitas S.R.L. Buenos Aires, 2006, pág. 53.



IV. Las radios universitarias son radios públicas

Una radio universitaria es una radio pública, gestionada por la Universidad Pública, por lo que debemos avanzar elaborando una definición.

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

Según el funcionario: “la radio pública tiene una mayor libertad para diseñar su programación con base en características intrínsecas del tema o asunto a tratar (por ejemplo, una sinfonía, una ópera, la lectura de una serie de poemas, etc.) permitiendo al escucha un seguimiento ininterrumpido del tema específico y de la programación general, sin elementos ajenos a ésta. Para bien o para mal, esto le permite a la radio pública establecer una relación significativa con el auditorio: más que un consumidor en potencia o un cliente, se trata del beneficiario (en el peor de los casos, del usuario) de una serie de contenidos que le son útiles o, cuando menos, que enriquecen y expanden su concepción del arte, del lenguaje y de la política, ampliando más que su intelecto o erudición, su sensibilidad). Así, la radio pública aspira a presentar precisamente aquello que la radio comercial deja de lado, o bien llegar a públicos particulares, respetando su identidad y sus tradiciones, a los que la radio comercial sólo puede considerar como parte de un gran mercado, independientemente de sus disposiciones culturales, étnicas y lingüísticas”

López Veneroni establece una analogía entre el sentido de la radio



comercial y el de la radio pública con el de las librerías y el de las bibliotecas.

“La radio comercial es muy parecida a una librería: se ocupa en vender espacios para ofrecer una programación que, al margen de cualquier opinión, tiene un mercado o busca establecerlo. Si ha de competir ventajosamente, tiene que mantenerse al día en materia de novedades, o bien asegurar un nicho específico de público que sigue gustando de cierta música, de cierta forma de presentar los programas, etc.

A su vez, la radio pública tiene una mayor semejanza con las bibliotecas precisamente públicas; su relación con el espacio electromagnético no es para ganar mercado, para acaparar audiencias. Se trata, más bien, de una forma de servicio público por el cual se hace accesible, a quien quiera escucharla, una programación sustentada no en la premura de la venta novedosa, sino del contenido clarificador y significativo, la orientación fundamentada y especializada de temas de relevancia para todos, o bien de la divulgación del conocimiento y de las conexiones entre las diferentes formas de la cultura, llámese ésta popular, étnica, clásica o vanguardista. Ahora bien, no comprenderíamos bien la radio pública de Iberoamérica si entendiéramos que es únicamente la que se ha promovido y depende jurídicamente de los gobiernos, ya sean estos nacionales, estatales o locales.

La variedad de la estructura radiofónica en el continente es muchísimo más rica que la que se ofrece en Europa. Aquí, en Latinoamérica no es posible identificar radio pública con radio estatal como acostumbra a hacerse en Europa.

Por eso debemos entender el concepto de radio pública desde una perspectiva más amplia atendiendo no tanto a la titularidad jurídica como a la función social que cada emisora desempeña. Es decir, lo que a mi juicio convierte de verdad en pública una emisora no es no tanto el régimen de propiedad como sus contenidos cuando éstos se orientan verdaderamente a la construcción de ciudadanías. Por eso es posible que una emisora pertenezca al Estado y no cumpla la finalidad propia de las emisoras públicas si sirve a los intereses de un grupo particular; también es posible que una emisora pueda financiarse con publicidad y no tener ánimo de lucro sino un marcado fin social y en este sentido debe ser considerada pública.



V. Las emisoras universitarias bajo el régimen del Decreto Ley 22.285.

La hoy derogada Ley 22.285, conocida como Ley de Radiodifusión, que databa de la dictadura cívico militar y que fuera dictada en septiembre de 1980 (B.O.: 19/09/1980), se refería a las emisoras universitarias con carácter excepcional, reconociendo solamente a las existentes.

Así, el artículo 107 de la norma establecía:

Estaciones provinciales, municipales y de universidades.

ARTICULO 107. – “Los servicios de radiodifusión sonoros que a la fecha de promulgación de la presente ley sean prestados a través de estaciones provinciales y municipales, como así también las sonoras y de televisión de universidades nacionales, podrán continuar con sus emisiones regulares. Para mantenerse en este régimen de excepción, la programación de las estaciones deberá ajustarse a lo establecido por el Artículo 35 excepto inciso e), de la presente ley. En el caso de las provincias y las municipalidades solamente se autorizará un servicio por cada una de ellas y no deberán emitir publicidad.

Las estaciones de radiodifusión de televisión de universidades nacionales que se autoricen bajo el presente régimen, podrán emitir publicidad en los términos del Artículo 71 de esta ley, no así las estaciones de radiodifusión sonora”

Nótese el absurdo de prohibir la emisión de publicidad en las emisoras radiales universitarias. Tal medida constituyó un duro pesar para las Universidades Nacionales, las que estuvieron a las expensas de Decretos de Necesidad y Urgencia del Ejecutivo Nacional que les permitiera emitir publicidad, tal como recordaremos seguidamente.

Como se ve, el carácter discriminatorio de la norma de la dictadura no era sólo para el sector privado sin fines de lucro, sino también para las emisoras públicas universitarias. Esto era acorde al principio de subsidiariedad que guiaba a la Ley N° 22.285, esto es, primero fomentar y proteger a las emisoras comerciales con fines de lucro y sólo extraordinariamente a las públicas.

La posibilidad de contar con publicidad siempre fue una lucha cons-



tante de las emisoras universitarias acorraladas por la ley de la dictadura, y perseguidas por el sector empresarial por considerarlas “privilegiadas”, bajo el insostenible argumento de que ya eran sostenidas por el Estado y la posibilidad de que contaran con publicidad, las ponían en situación de deslealtad ante el reparto de la publicidad.

Mediante el Decreto 2355/92, se excluyó con carácter de excepción y por el término de cinco años, a las emisoras pertenecientes a las Universidades Nacionales, la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires, las Provincias y Municipalidades, de la prohibición contenida en el artículo 107 de la ley 22.285 en lo que hace a la emisión de publicidad.

Se afirmaba en la norma que resultaba necesario que las Universidades Nacionales, la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires, las Provincias y las Municipalidades incrementaran la obtención de recursos genuinos que les permitieran encarar de un modo más amplio y cabal la financiación de sus erogaciones y que una de las formas de lograr esta meta era que esas estaciones de radiodifusión pudieran emitir publicidad comercial.

Luego, a través del Decreto 621/98, se dispuso la prórroga, con carácter de excepción y por otros cinco años, de la vigencia del Decreto 2355/92. Se justificaba la prórroga en que los fundamentos tenidos en cuenta en esa oportunidad aún subsistían, toda vez que resultaba indispensable poder contar con los recursos provenientes de la contratación de publicidad, sin los cuales las citadas emisoras de radiodifusión se verían impedidas de cumplir acabadamente su cometido.

Finalmente, hubo una nueva prórroga más, la establecida por el Decreto 104/03 que nuevamente excepcionó a las emisoras públicas, entre ellas a las universitarias, de la prohibición de emisión de publicidad.

Tal como se puede apreciar en el documento elaborado en las IX Jornadas de radios de Universidades Nacionales³¹, ARUNA siempre ha reivindicado el derecho de las emisoras universitarias nacionales de poder contar con publicidad. Ahora bien, este es el reconocimiento concreto de su derecho, y no es su obligación, por cuanto una emisora universitaria o

³¹ Ver Anexo 2.



una Universidad pueden decidir, por sí, en su gestión si comercializan publicidad o no, y bajo qué modalidades, teniendo en cuenta el principio de autonomía universitaria. Este es un punto central que debiera tenerse en cuenta en una gestión democrática de una emisora universitaria.

Finalmente, la sanción de la Ley N° 26.522 superó estos debates y la increíble espera por parte de las emisoras universitarias de decretos de necesidad y urgencia que la exceptuaran de la prohibición de la publicidad oficial contenida en la norma de la dictadura, y estableció el indiscutible derecho a emitir publicidad, y también, un logro mayor, el reconocimiento de las Universidades y de sus emisoras, como sujetos de derecho público para ejercer la actividad, y no como “excepciones” discrecionales de las autoridades de radiodifusión de turno.



VI. El marco normativo actual de las Universidades Nacionales y las emisoras universitarias

Cuando nos planteamos el análisis de la legislación tenemos que considerar dos aspectos, por un lado el aspecto normativo en cuanto al funcionamiento de las emisoras, objetivos, financiamiento, contenidos, gestión, etc; y por otro lado debemos observar que, como parte del cambio de paradigma que supone la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) n° 26.522, se incorpora a nuevos actores al marco legal, entre los que se encuentran las Universidades Nacionales.

En lo que respecta a la Ley de Educación Superior no hay ninguna mención de las radios universitarias, ni de sus funciones u objetivos, y tampoco existen menciones en los principales proyectos que se encuentran a consideración de las cámaras legislativas.

La LSCA contempla un título especialmente dedicado a las radios universitarias³², en el que se permite a las Universidades Nacionales ser titular de servicios de comunicación audiovisual, se establecen las fuentes de financiamiento, se autoriza la emisión por redes, se establece la misión, los objetivos y los porcentajes de programación propia³³.

De esta manera, la inclusión de los servicios de comunicación audiovisual universitarios constituye un hito en la legislación argentina, ya que reconoce a las Universidades como sujetos de derecho en la materia, como siempre debió serlo, y no como un sujeto considerado excepcionalmente y a discreción, como lo establecía el viejo régimen dictatorial.

Según la LSCA, las Universidades Nacionales podrán ser titulares de autorizaciones para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión, que les serán otorgadas por la Autoridad de Aplicación en forma directa³⁴.

³² Entre los antecedentes, cabe tener en cuenta que el Proyecto de Ley de Radiodifusión, elaborado el Comité Federal de Radiodifusión en el año 2001, bajo la Presidencia del Dr. Fernando de la Rúa, y con la intervención del mencionado organismo por el Dr. Gustavo López, presentado al Congreso con fecha 14 de mayo de 2001, que contemplaba un Capítulo titulado: "De las radios universitarias y educativas", en el que también participó en audiencia pública celebrada en la Universidad Nacional de La Plata, la ARUNA.

³³ LSCA Título VIII. Artículos 145 a 150 Ley N° 26.522

³⁴ LSCA. Título VIII Medios de comunicación audiovisual universitarios y educativos. Artículo 145



Se las considera “personas de existencia ideal de derecho público estatal” a las Universidades Nacionales, los Pueblos Originarios y la Iglesia Católica. “El otorgamiento de autorizaciones para personas de existencia ideal de derecho público estatal, para Universidades Nacionales, Pueblos Originarios y para la Iglesia Católica se realiza a demanda y de manera directa, de acuerdo con la disponibilidad de espectro, cuando fuera pertinente”³⁵.

En lo que respecta al financiamiento se podrá recurrir a las asignaciones presupuestarias atribuidas en las Leyes de Presupuesto Nacional y en el presupuesto universitario propio; a la venta de publicidad, de contenidos de producción propia, a auspicios y patrocinios, a los recursos provenientes del CONSEJO INTERUNIVERSITARIO NACIONAL o del MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE LA NACIÓN; a donaciones y legados y cualquier otra fuente de financiamiento que resulte de actos celebrados conforme los objetivos de la estación universitaria de radiodifusión y su capacidad jurídica³⁶.

También la Ley permite a las emisoras universitarias la constitución de redes permanentes de programación entre sí o con emisoras de gestión estatal al efecto de cumplir adecuadamente con sus objetivos³⁷. Asimismo se establece como misión de las radios universitarias la divulgación científica, la extensión universitaria y la creación y experimentación artística y cultural, y se exige que un 60% de la programación sea de producción propia³⁸.

Específicamente se establece que las emisoras de titularidad de Estados Provinciales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Municipios y Universidades Nacionales deberán emitir un mínimo del SESENTA POR CIENTO (60%) de contenidos de producción local y propia, que incluya noticieros o informativos locales y deben destinar un mínimo del VEINTE POR CIENTO (20%) del total de la programación para difusión de conteni-

³⁵ LSCA. Título III Prestación de la actividad de los servicios de comunicación audiovisual Capítulo II. Artículo 37

³⁶ LSCA. Título VIII Medios de comunicación audiovisual universitarios y educativos Artículo 146 Financiamiento.

³⁷ LSCA. Título VIII Medios de comunicación audiovisual universitarios y educativos Artículo 147 Redes de emisoras universitarias.

³⁸ LSCA Título VIII Medios de comunicación audiovisual universitarios y educativos Artículo 148



dos educativos, culturales y de bien público³⁹.

En cuanto a los gravámenes, la Ley establece que la Autoridad de Aplicación podrá disponer exenciones o reducciones temporarias de los gravámenes instituidos por la presente ley a las emisoras del Estado Nacional, de los Estados Provinciales, de los Municipios, de las Universidades Nacionales, las emisoras de los pueblos originarios y las contempladas en el Artículo 140 de la ley.

La nueva Ley propone la creación de un Sistema nacional universitario de radiodifusión pública, en el que podrán ser licenciatarias las Universidades Nacionales mediante adjudicación directa y permanente, cuyos objetivos primordiales sean la promoción de las diferentes expresiones culturales, el estímulo de la libre expresión, el derecho a la información, la participación ciudadana, la defensa de los principios democráticos y los derechos humanos; asignarán un lugar destacado de su programación a la divulgación del conocimiento científico, a la extensión universitaria, y a la promoción de acciones periodísticas y comunicacionales destinadas al bien común, como a la experimentación artística y cultural”⁴⁰.

En este marco, Alejandro Verano sostiene que en la Ley N° 26522 las Universidades Nacionales, y sus carreras de comunicación en particular, han tenido un nivel de reconocimiento como nunca antes había sucedido, la pertinencia de la inclusión de representantes de estas carreras en los directorios de los organismos como la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y Radio y Televisión Argentina (RTA), son un demostración de este planteo⁴¹.

Eduardo Seminara sostiene que la LSCA da un tratamiento especial a las universidades, “pero también es destacable el compromiso que la misma norma exige a esas instituciones en la medida que les otorga participación en los órganos de aplicación y contralor”⁴².

³⁹ LSCA. Título III. Prestación de la actividad de los servicios de comunicación audiovisual Capítulo V Contenidos de la programación Artículo 65 inciso b

⁴⁰ LSCA Título VIII. Artículos 145 a 150 Ley N° 26.522

⁴¹ Alejandro Verano. Entrevista de producción propia realizada en el marco de elaboración del presente trabajo, junio 2012. Director de Radio y TV Argentina SE. RTA Sociedad del Estado. y ex decano de la FPyCS. UNLP.

⁴² BARANCHUCK MARIANA Y RODRIGUEZ USE JAVIER (compiladores) (2011) “Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual” AFSCA UNLZ 251 páginas.



La ley creó el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, que es un cuerpo colegiado y federal integrado por 38 miembros representantes de diversos sectores sociales entre los que se encuentran un representante de las Universidades Nacionales que tengan carreras de comunicación o periodismo y un representante de ARUNA, la Asociación que nuclea a las radios universitarias⁴³, a su vez este organismo debe proponer dos representantes para integrar el directorio del AFSCA (autoridad de aplicación) de los cuales uno debe provenir del sector académico. ⁴⁴“Como se puede observar el sistema universitario debe asumir no solo la responsabilidad en la gestión de sus medios de comunicación, sino que deberá comprometer su participación de manera responsable en los organismos e instituciones creados por esta norma legislativa” ⁴⁵.

⁴³ LSCA Título II Capítulo 2 artículos 15 y 16

⁴⁴ Actualmente ese cargo lo ocupa el Licenciado Eduardo Seminara, de la Universidad Nacional de Rosario.

⁴⁵ Eduardo Seminara. La ley de servicios de comunicación audiovisual y los medios universitarios. BARRANCHUCK MARIANA Y RODRIGUEZ USE JAVIER (compiladores) (2011)“Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual” AFSCA - UNLZ 251 páginas.



VII. ¿De qué hablamos cuando hablamos de gestión?

Quizá el interrogante previo sea el que nos plantea Prieto Castillo: ¿Para qué comunica una universidad a su contexto? Para serle útil en sus necesidades fundamentales, sean ellas en el campo de la educación, de la salud, de la justicia, de las organizaciones sociales, del progreso de la economía, de su desarrollo cultural, de su capacitación para el trabajo y para la vida ⁴⁶, nos responde.

Sin duda, una emisora radial universitaria, es un medio de comunicación de la propia Universidad de la que es parte y al mismo tiempo, expresa. Entonces también surgen otras preguntas: ¿cómo y qué comunica Radio Universidad?

Uno de los temas que no está muy presente en el debate es la “gestión” de las emisoras que sin duda es uno de ejes por donde pasa la democratización de la comunicación.

Desde la legislación es difícil abordar este aspecto porque al hablar de medios universitarios debemos remitirnos al principio constitucional de la autonomía universitaria. Por ello es atendible que la LSCA no especifique modos de gestión, y tampoco lo hace en referencia a los medios públicos municipales y provinciales.

Es necesario apuntar, en materia de autonomía universitaria, que su reconocimiento tomó rango constitucional a partir de la Reforma Constitucional de 1994, conforme el artículo 75 inciso 19 de la Carta Magna.

Ahora bien, para lo que es nuestro objeto de estudio, la autonomía universitaria implica el reconocimiento de una administración pública “diferente de la administración centralizada, con características propias y con competencia para sancionar las normas internas destinadas a su funcionamiento (función cuasi legislativa), para resolver recursos administrativos en el ámbito de su competencia (administración jurisdiccional), para ejecutar procedimientos de naturaleza especial como lo es el juicio académico (función cuasi judicial) y para cumplir con sus fines específicos (función

⁴⁶ PRIETO CASTILLO, Daniel. Comunicación, Universidad y Desarrollo, Colección: Investigaciones de la PLANGESCO, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina, 2000, pág. 74.



administrativa)”⁴⁷.

Esto significa reconocer, en lo que nos interesa, que el gobierno y la gestión de los medios universitarios en sí los decide cada Universidad a partir de sus órganos de gobierno. Y es la propia Universidad la que debe darse sus propias normas internas de organización y gobierno de sus medios, que claro está, deberán respetar el marco de legalidad establecido en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En este sentido, certeramente y respetuosa de la autonomía universitaria, la Ley N° 26.522 se abstiene de pronunciarse sobre las cuestiones de administración de las propios medios universitarios, ya que la esencia de la autonomía se expresa en la capacidad de darse sus propias normas.

Según Gil Domínguez, “teniendo en cuenta el cogobierno, la organización política de las universidades nacionales, y las funciones que las distinguen: docencia, investigación y extensión, nosotros planteamos que la autonomía debía ser entendida como la plena capacidad de éstas para determinar sus propios órganos de gobierno, elegir a sus autoridades, ejercer las funciones de docencia, investigación y extensión, y las actividades administrativas y de gestión que en su consecuencia se desarrollen; sin ninguna clase de intervención u obstrucción del Poder Ejecutivo, y solamente revisables (en caso de arbitrariedad) por el Poder Judicial. La autarquía, en permanente retroalimentación con la autonomía, debe ser entendida como la plena capacidad que tienen las Universidades Nacionales, para administrar y disponer de los recursos que se le asignan, a cada una de ellas, mediante los subsidios previstos en la ley de presupuesto; como así también, la plena capacidad para obtener, administrar y disponer los recursos propios que se generen como consecuencia del ejercicio de sus funciones.

Por lo tanto la autonomía y autarquía universitaria se corporiza en las siguientes libertades:

- a) Libertad normativa para aprobar sus estatutos y demás normas que las rigen.
- b) Libertad de gobierno para organizar y establecer sus órganos de gobier-

⁴⁷ BERRI, Miguel. “La autonomía universitaria en la Constitución Nacional”, publicado en La Ley, Viernes 26 de junio de 1998. Año LXII N° 120.



no y elegir a sus autoridades.

c) Libertad académica para crear, modificar o suprimir facultades y carreras; aprobar currículos y los programas de investigación; determinar el modo de acceder a los estudios superiores, así como los requisitos o exigencias en los estudios y las aptitudes que deben ser adquiridas para optar los grados académicos y los títulos profesionales; definir los méritos que debe poseer quien pretenda iniciarse o progresar en la carrera docente, etcétera.

d) Libertad económica para administrar y disponer de los recursos propios y asignados.

e) Libertad de investigación y de ejecución de las actividades de extensión universitaria”⁴⁸.

Está claro entonces, que cada Universidad Nacional tiene en sí el poder de definir la organización, estructura, gobierno y perfil de sus servicios de comunicación audiovisual, y por supuesto, llevar adelante su gestión.

Para avanzar en este punto es necesario definir de qué hablamos cuando decimos gestión.

Podemos relacionar la gestión a la conducción, al ejercicio de la autoridad, del poder, o la dirección misma de una emisora. Claudia Villamayor y Ernesto Lamas⁴⁹ sostienen que “cada una de estas palabras se ha utilizado alguna vez como sinónimo de gestión, incurriendo en el error de tomar la parte por el todo. Todos estos aspectos conforman una acción integral, la de gestionar, entendida como un proceso de trabajo y organización en el que se coordinan diferentes miradas, perspectivas y esfuerzos, para avanzar eficazmente hacia objetivos asumidos institucionalmente y que deseáramos que fueran adoptados de manera participativa y democrática, porque ello redundará en beneficio de la propia radio y de las personas que están allí comprometidas (...)”

Los autores se ocupan de diferenciar su visión de la más difundida en el ámbito empresarial que se basa en ideas de centralización-descen-

⁴⁸ GIL DOMÍNGUEZ, Andrés. “Autonomía universitaria: la evanescencia consumada”, en La Ley, Miércoles 14 de mayo de 1997. Pág. 6. Buenos Aires, Año LXI N° 92.

⁴⁹ Villamayor, Claudia y Lamas, Ernesto. Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana. FES, AMARC ALC, Quito, 1998.



tralización, verticalidad y horizontalidad apuntando a mejorar la motivación de los empleados, el mejoramiento del funcionamiento de la empresa pero sin compartir las decisiones ni el poder.

El concepto de gestión por el que optamos como propuesta tiene que ver con la valoración de las ideas de procesos/resultados y de corresponsabilidad/ co-gestión en la toma de decisiones. Gestión es la forma a través de la cual un grupo de personas establece objetivos comunes, organiza, articula y proyecta las fuerzas, los recursos humanos, técnicos y económicos.

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

La gestión no puede entenderse apenas como la adopción de una medida coyuntural sobre este o aquel aspecto, sino como la suma de los elementos y factores que van conformando paso a paso la decisión. La gestión, por lo tanto, radica en todo el proceso y en todos los elementos que se coordinan hasta llegar a establecer los objetivos de una acción, los pasos para ponerla en práctica y los recursos que se necesitan. Y, por supuesto, la forma coordinada de evaluar el cumplimiento de lo que se ha decidido.

Optamos por esta propuesta a partir de analizar algunos de las ideas vertidas por los trabajadores de la emisora, que destacan “en situaciones de crisis hemos sido los trabajadores los que hemos permitido que la radio siga en pie”⁵⁰. “En general los directores que vienen no valoran ni reconocen el trabajo de los llevamos años aquí, por ejemplo, yo soy jefa de programación, sostiene Nely Buscaglia, pero no tengo ninguna influencia en las decisiones, cada director decide según su criterio, cada uno tiene su estilo, algunos son más atentos otros menos. El problema es que no se valora mucho la experiencia de quienes trabajan en la radio”⁵¹.

⁵⁰ Nely Buscaglia, periodista y jefa de programación de Radio Universidad de La Plata. Conductora del programa Bu lu lu que se emitía los viernes por la frecuencia AM 1390. Entrevista realizada para este trabajo. Setiembre 2010

⁵¹ idem



Por otra parte, hay sectores de la comunidad universitaria que desean participar de maneras más activas en los lineamientos de la emisora y sin duda sus aportes enriquecerían la propuesta.

Verónica Bethencourt, Secretaria general de la Asociación de Docentes de la Universidad Nacional de La Plata (ADULP), afirma que para su sector “la radio no está aprovechada en función de las posibilidades que tiene, somos de las pocas Universidades Nacionales que poseemos una radio AM y no es escuchada en la ciudad como se debería, hay razones técnicas y otras que tienen que ver con la propuesta que sale al aire, creemos que debería estar más presente la UNLP en cuanto a los contenidos y que la emisora debe ser un puente entre la UNLP y la comunidad. Un modelo que nos parece razonable un directorio compartido, como tiene la Dirección de Servicios Sociales⁵² en la hay representación de la UNLP, de los docentes y de los no docentes a través de representantes aportados por las entidades gremiales. En este caso también deberían participar los estudiantes representados en la Federación Universitaria de La Plata”⁵³.

⁵² La Dirección de Servicios Sociales es el Coseguro de los trabajadores de la UNLP, que funciona con un directorio tripartito integrado por los gremios docentes, no docentes y la Universidad.

⁵³ Lic. Verónica Bethencourt, Secretaria General de ADULP (2006-2009/ 2009-2012). Entrevista realizada para este trabajo, setiembre 2010.



VIII. Radio Universidad de La Plata: su historia y funcionamiento.

Radio Universidad de La Plata comenzó sus emisiones “con el fin de transmitir a todo el país las conferencias y actos académicos realizados en su ámbito el 23 de noviembre de 1923”⁵⁴, abriendo el camino en materia de radiodifusión universitaria a nivel mundial.

Recién en 1933 fue autorizada por el decreto N° 21.044 junto con la LT10 Radio Universidad del Litoral de Santa Fe como radios que debían ser administradas por la Universidades Nacionales⁵⁵. En 1934 modifica su sigla inicial, LOP, por la actual LR 11⁵⁶.

Los servicios que la radio desarrolla se encuentran en el marco del sistema público de medios de gestión autónoma, dada la especial naturaleza jurídica de las Universidades Nacionales.

La forma de designación de la Dirección de Radio Universidad de La Plata a través de la Presidencia de la UNLP con el acuerdo del Consejo Superior se realiza en ejercicio de facultades discrecionales y no regladas, cuestión que incide en la gestión de la emisora y en la dependencia de la estabilidad de los proyectos comunicacionales en función de los cambios de gobierno de la Universidad. La reciente reforma del Estatuto de UNLP no contempló cambios al respecto de funcionamiento de la radio, es más, ni siquiera estuvo en la agenda de temas. Tampoco el Consejo Superior a raíz de la sanción de la LSCA se planteó hasta el momento revisar el funcionamiento de sus medios⁵⁷.

Hay que reconocer que si bien la UNLP fue precursora en materia de radiodifusión, las pautas de funcionamiento y de gestión de Radio Universidad tienen escaso tratamiento en su marco normativo interno. Tanto en el anterior Estatuto de la UNLP, como en su reforma del año 2008 rea-

⁵⁴ ULANOVSKY, Carlos; MERKIN, Marta; PANNO, Juan J. y TIJMAN, Gabriela. “Días de Radio”. (1920-1959). Historia de los Medios de Comunicación en Argentina, Emecé, Buenos Aires, 2004. Pág. 64.

⁵⁵ Jorge Nogue. Radiodifusión en la Argentina. Editorial Bien Común. 1985. 544 páginas.

⁵⁶ ULANOVSKY, Carlos; MERKIN, Marta; PANNO, Juan J. y TIJMAN, Gabriela. “Días de Radio”. (1920-1959). Historia de los Medios de Comunicación en Argentina, Emecé, Buenos Aires, 2004. Pág. 64.

⁵⁷ Además de LR11 Radio Universidad (AM y FM) la UNLP tiene un canal abierto de TV universitario que transmite hasta ahora en señal de prueba y repite el canal Encuentro del Ministerio de Educación. El mismo funciona desde octubre de 2010.



lizada por la Asamblea Universitaria, no existen menciones acerca de las funciones, objetivos y organización interna de la emisora. Solo podemos reseñar el texto del pedido de aprobación del proyecto de creación de la emisora ante el Consejo Superior de la Universidad, en el que Benito Nazar Anchorena sostiene que la finalidad de la radio debe ser: “Por este procedimiento a la par que se desarrollará una obra completa de extensión universitaria se vinculará aún más la Universidad al medio social en que vive y devolverá así con ventaja a la sociedad el esfuerzo que ésta realiza para sostenerla”⁵⁸.

El preámbulo del nuevo Estatuto reconoce como funciones primordiales de la UNLP “el desarrollo y fomento de la enseñanza, la investigación y la extensión.” Más adelante define a la extensión como la función que “debe ser debatida y consensuada con el conjunto de la comunidad, perseguirá contribuir a la búsqueda de respuestas a problemas sociales, fundamentalmente de aquellos sectores más vulnerables por no tener sus derechos esenciales garantizados.

La Extensión Universitaria será el principal medio de la Universidad Nacional de La Plata para lograr su función social, contribuyendo al tratamiento de los problemas que afectan al bienestar de la comunidad, la reconstrucción del tejido social, el desarrollo económico sustentable y el fortalecimiento de la identidad cultural”

Y en el cuerpo del Estatuto de la UNLP se explicitan las funciones de la Secretaría de Extensión, de la que depende la radio⁵⁹: “La Universidad reconoce como una de sus funciones primordiales la extensión universitaria, entendida como un proceso educativo no formal de doble vía, planificada de acuerdo a intereses y necesidades de la sociedad, cuyos propósitos deben contribuir a la solución de las más diversas problemáticas sociales, la toma de decisiones y la formación de opinión, con el objeto de generar conocimiento a través de un proceso de integración con el medio y contribuir al desarrollo social. Acordará en consecuencia las máximas facilidades para su realización y estimulará los trabajos de extensión que realicen los miembros de su personal docente, no docente, graduados y

⁵⁸ Texto citado por la página Web de Radio Universidad www.lr11.com.ar

⁵⁹ Estatuto de la UNLP. CAPÍTULO III: de la Extensión. ARTICULO 17°.



estudiantes que suelen ser originados por la detección de necesidades específicas. Acordará becas y/o subsidios y mantendrá intercambios con otras universidades y otros ámbitos generadores de conocimiento del país y del extranjero. En las actividades que se enmarcan en esta definición no podrá mediar lucro alguno entre los actores e instituciones involucradas.” Aquí algunas pistas a seguir acerca del objetivo al que debe aportar la emisora, pero sin ninguna mención específica a este medio de comunicación y vinculación directa hacia y con la comunidad.

En este sentido, el profesor Marcos Muñoz, secretario de extensión de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional del Comahue, sostiene que “una Secretaría de Extensión es un puente necesario entre universidad y sociedad. Y para que la universidad y la sociedad se encuentren necesitamos de los medios”⁶⁰, es decir, aboga por una gestión de medios dependiente de las Secretarías de Extensión.

VIII. a) Una mirada sobre el funcionamiento de Radio Universidad

Actualmente, Radio Universidad cuenta con dos frecuencias de radio, una en AM y otra en FM y transmite ambas programaciones por Internet. La radio, desde el punto de vista administrativo, depende de la Secretaría de Extensión de la UNLP⁶¹, que a su vez depende directamente de la Presidencia de UNLP.

Podemos definir al modelo de gestión como unipersonal ya que la organización es una estructura piramidal en cuyo vértice superior se encuentra el director, de quien dependen todos los departamentos⁶². El director es elegido por la Presidencia y aceptado por el Consejo Superior de la Universidad (integrado por representantes de los diferentes claustros que integran la universidad, los docentes, los estudiantes, los graduados.

⁶⁰ MUÑOZ, MARCOS. Medios y extensión universitaria. Suplemento La ventana. Diario Pagina 12 4/7/2012

⁶¹ Organigrama publicado en la web de la UNLP http://www.unlp.edu.ar/articulo/2008/6/5/organigrama_pacial_extension

⁶² ALONSO, LUIS MARÍA Y PAULI MARIA CRISTINA “LR11 radio Universidad de la Plata” Trabajo final del Seminario de Gestión y planificación de programación, emisiones y contenido de y para radio. La Plata, diciembre 2003.



La elección del Director de la radio no se da por la discusión de un proyecto sino que responde a negociaciones políticas entre los diferentes sectores que integran la UNLP.

Esto hace que los proyectos comunicacionales dependan de la estabilidad del director y de los vaivenes de la interna política universitaria. Este fenómeno no es aislado, situaciones similares se suceden en las radios estatales del ámbito provincial y nacional, que al igual que Radio Universidad, tampoco tienen objetivos comerciales ni lucrativos. En una investigación⁶³ que analiza los casos de LRA1 Radio Nacional, LS11 Radio Provincia y LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata desde el 1983 a 1998, se afirma que “sin que las conclusiones generales a las hemos podido arribar signifiquen desconocer algunas experiencias auspiciosas, debemos señalar que: las emisoras del Estado no funcionan como radios estatales sino como gubernamentales, ya sea dependientes de gobierno provincial, nacional o de la universidad; que ningún partido político ha elaborado una estrategia comunicacional y hay una ausencia notoria de equipos dedicados a investigar el tema. Por otra parte, las disputas internas entre corrientes opuestas de una misma gestión gubernamental se han manifestado a través de continuos cambios de directores que implementaban ideas, en muchos casos, diametralmente opuestas; y el objetivo fundamental de las distintas gestiones ha sido complacer a las autoridades a través de una política obsecuente con fines electoralistas” (Antes de continuar hay que hacer la aclaración que en el trabajo citado se generaliza como radio estatal a Radio Universidad por depender la Universidad del Estado Nacional, pero en realidad las radios universitarias no son “estatales”, ya que las Universidades, conforme a la Constitución Nacional, son entidades que gozan de autonomía y autarquía financiera y se reconocen como una persona de derecho público no estatal. Lo cierto es que este matiz jurídico no empaña la veracidad del análisis)⁶⁴.

En cuanto al presupuesto de la radio hay que señalar que no está

⁶³ SAHADE, CARLOS Y PAULI MARIA CRISTINA. “La radio estatal de Mercado” ponencia en las III Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación “Comunicación: campos de investigación y prácticas” Mendoza. 1998

⁶⁴ PAULI Cristina. “Radio Universidad: ¿es posible la democratización?” trabajo final para el Seminario de Historia de la legislación radial en Argentina, en el marco de la Especialización en comunicación radiofónica de la FPyCS UNLP. 2006



discriminado en el presupuesto de la UNLP, solo figura el monto otorgado a la Secretaría de Extensión de la cual depende la emisora.

El sueldo de los empleados de planta, que tiene cargos no docentes: operadores, locutores, periodistas y administrativos se sostiene con las partidas pertenecientes al inciso 1, que es el de personal de la UNLP, y para el resto de los gastos dispone de un presupuesto que le otorga la Secretaría de Extensión de la cual depende y con el que tiene que hacer frente al pago del personal que esta becado o contratado que, el caso de la FM, son la mayoría. Si bien dispone de la autorización para vender publicidad y lo hace, estos ingresos no le permiten ser autónoma económicamente. Inclusive el ex director de la radio Omar Turconi, reconoció que cuando se quemaron los equipos de la Radio en el año 2005, tuvo que recurrir a sus contactos políticos con la Provincia de Buenos Aires para gestionar un subsidio para comprarlos, ya que la UNLP no destinó fondos a tal fin.

El ex director de la radio, reconoce que dirigió la emisora por delegación de la Secretaría de Extensión según su criterio, con la única referencia de cumplir la “función social” que le indica el Estatuto. Esto es lo que habilita la “discrecionalidad administrativa,” en tanto posibilita que la falta de reglas y normas específicas deje las pautas a criterio de los funcionarios.

Por su parte María Elena Beneítez reconoce que durante la gestión de Turconi, en la que ella era colaboradora, la relación con la Universidad fue muy buena, por primera vez la radio presentaba su programación en el edificio central de la UNLP, “años atrás era impensado que los trabajadores de la radio pisaran el Rectorado”⁶⁵.

Omar Turconi cree que la radio no debe competir con otras emisoras, porque no tienen condiciones técnicas ni el personal necesario para hacerlo, es una radio en la que deben estar todos los sectores de la comunidad, organismos de derechos Humanos, alumnos avanzados de la Facultad de Periodismo, colectividades, etc., etc. Pero la realidad es que nadie de la comunidad universitaria participa en la discusión del proyecto⁶⁶.

Lo cierto es que la Universidad como tal, en el seno del Consejo Superior, no discute la misión de su emisora, tampoco discute la planta

⁶⁵ Entrevista de producción propia realizada para este trabajo el 11/07/12. La Plata

⁶⁶ Entrevista de producción propia realizada para este trabajo el 11/07/06. La Plata



funcional, ni el presupuesto, ni el alcance de los equipos. La indiferencia es también una política, la del olvido.

Analía Elíades, docente e investigadora de la UNLP, sostiene que “cada Universidad, en función de su autonomía y cogobierno debiera imaginar, reflexionar, pensar, planificar y diseñar la articulación con la sociedad en la cual inserta. No es la misma la realidad de La Plata, la de Córdoba, Florencio Varela, Quilmes o Ushuaia, por eso los docentes, estudiantes, no docentes, graduados, voluntarios, extensionistas, investigadores, en fin, todos los actores que conforman cada Universidad debieran darse espacio y dar lugar a espacios que permitan democráticamente elaborar proyectos, programas, planes o actividades que posibiliten esa necesaria articulación de sus andares, saberes, experiencias, conflictos, y sueños, con los andares, saberes, experiencias, conflictos, y sueños de las organizaciones y movimientos sociales con los que conviven. Tamaño desafío requiere de un diálogo y una apertura auténticos y generosos”⁶⁷.

VIII. b) Una mirada desde la programación de la AM de Radio Universidad

En la búsqueda de definir los objetivos de la radio no podemos quedarnos solo con las enunciaciones teóricas que nos ofrecen las reseñas bibliográficas, las leyes, textos, declaraciones y otros documentos, que si bien son aportes importantes deben cotejarse con la propuesta de programación que pone al aire Radio Universidad.

No pretendemos en el presente trabajo integrador final analizar los contenidos, ni el discurso de la emisora, ni el tipo de producción, porque esto requería de otras herramientas teóricas y metodológicas, y podrían profundizarse en el futuro, pero si pretendemos realizar una mirada sobre el tipo de programas que la radio pone al aire.

Para cumplir este objetivo debemos establecer algunas pautas previas, como definir el período de análisis. Tomamos como objeto de ob-

⁶⁷ Entrevista realizada por Esteban Ways, tesista de la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC. Junio de 2012



servación a los programas emitidos durante el año 2010 en la amplitud modulada (AM), ya que la FM se maneja con una programación modular, es decir por distintos segmentos informativo musicales pero sin programas específicos.

Esta observación tendrá una incidencia cuantitativa, baremo que es considerado especialmente en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual con la determinación de porcentajes de contenidos que permitan la diversidad de la programación y nos permitirá ver qué tiempos se dedican a cada rubro y por lo tanto la importancia que se le otorga a cada tipo de propuesta de programación. Los mismos se clasificaran en cuatro rubros principales:

Periodísticos: son los programas y espacios que abordan temas informativos, actualidad nacional y local, política, economía e interés general y cultura.

Deportivos: se ocupan de temas relacionados al deporte, en cualquiera de sus disciplinas, análisis y transmisiones de partidos, eventos, etc.

Musicales: se dedican a difundir temas y géneros musicales e información vinculada al tema, transmisiones de recitales, entre otros.

Universitarios/educativos: cubren actividad y difunden conocimientos producidos por la UNLP, algunos son elaborados por centros o institutos de la misma UNLP, por gremios, cátedras libres, organizaciones no gubernamentales, etc.

Derechos humanos: son los que se ocupan específicamente de temáticas vinculada con la defensa de los DDHH en sentido amplio (derechos sociales, géneros, etc).

Colectividades: son programas destinados a difundir la cultura de otros países y sus colectividades.



Programación AM 1390- Temporada 2010.

En el listado de programas se marcaron con el color correspondiente a cada rubro propuesto para la observación, se señala a cantidad de horas semanales que ocupa en la programación y se enunciará brevemente su contenido:

Lunes a Viernes

De 5 a 7: [Canto en azul y blanco 10 hs](#) Programa musical de folclore tradicional y difusión de costumbre gauchas

De 7 a 10: [Otra Mirada 15 hs](#) Programa periodístico de la primera mañana.

De 10 a 13: [No somos candidatos 14 hs](#) Programa periodístico de la segunda mañana.

De 15 a 16: [Contacto Universitario 5 hs](#) Informativo de temas vinculados a la actividad universitaria, producción de la radio con más de 20 años de trayectoria.

De 16 a 18: [Lo cierto es que obviamente tiene que ver con Funaro 10 hs](#) Revista de corte periodístico cultural, producción de la radio.

De 18 a 19: [Volver a casa 5hs](#) revista musical, con espacio en vivo para bandas locales.

De 19 a 21: [Universidad deportiva 10hs](#) Programa con información deportiva, básicamente con cobertura del fútbol de los equipos platenses.

De 23 a 24: [Los misteriosos espejos del tango 5 hs](#) Un programa del Centro Cultural Homero Manzi que acerca una mirada diferente sobre la historia del tango.

Lunes

De 13 a 14: [Nueva economía 1h](#) (Programa de interés general enfocado especialmente a temas relacionados con la economía y el medio ambiente, analizados desde una perspectiva profesional y empresaria).

De 14 a 15: [La Plata capital 1h](#) Programa perteneciente a la Cátedra Libre de la UNLP "La Plata Ciudad Capital". Una hora dedicada a la ciudad, su historia, su patrimonio, su gente y los valores que la identifican.

De 21 a 22: [Educación al rojo 1h](#) Programa producido por UNLP sobre temas de educación.



De 22 a 23: [De igual a igual 1h](#) Programa de la Secretaría de Derechos Humanos de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social y la Fundación Miguel Bru que se propone como un espacio de difusión de actividades y casos de violaciones a los DDHH.

Martes

De 13 a 14: [Espacio económico 1h](#) Programa del Centro de Investigación en Economía Política y Comunicación (CIEPYC) que analiza los problemas económicos

De 14 a 15: [La salud en boca de todos 1h](#) Programa de la Asociación de Médicos en Prevención que se dedica a la promoción de la salud y la prevención de enfermedades.

De 21 a 23: [Desafinados 2h](#) Programa de la Dirección de Derechos Humanos de la UNLP

Miércoles

De 13 a 14: [El programa de ATULP 1h](#) programa del sindicato no docente de UNLP, que aborda temas gremiales y la mirada de los trabajadores sobre la realidad

De 21 a 22: [Notas del bicentenario.](#) Un programa de entrevistas sobre temas universitarios producido por la Dirección General de Comunicación y Medios de la UNLP.

De 22 a 23: [De educadores y educandos. 1h](#) Un programa sobre educación realizado por educadores.

Jueves

De 13 a 14: [Bitácora 1h.](#) Un espacio de divulgación científica con eje en el trabajo de la Universidad Nacional de La Plata. Entrevistas e informes especiales. Producido por la dirección de medios de la UNLP

De 14 a 15: [Técnicos del siglo XXI 1h](#) Programa del Colegio de Técnicos de la Provincia de Buenos Aires que difunde la actividad profesional del sector.

De 21 a 22: [Taller urbano 1h](#) Un programa que trata temas vinculados con la arquitectura, urbanización y espacio público.

De 22 a 23: [Tiempo internacional 1h](#) Programa del Instituto de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de La Plata. Un espacio para



analizar y comprender la realidad internacional.

Viernes

De 12 a 14: [Bu lu lu 2h](#) Revista periodística que aborda temas culturales, sociales y de derechos humanos.

De 14 a 15: [Algo en común 1h](#) Programa de AMIA La Plata dedicado a difundir la cultura y el quehacer de la comunidad judía en nuestra región.

De 21 a 22: [Panorama del cine 1h](#) Programa dedicado al análisis y la crítica de las realizaciones cinematográficas y audiovisuales

De 22 a 23: Registros de cultura 1h Espacio del sello discográfico independiente B&M Registro de Cultura que difunde la música popular.

Sábado

De 6 a 9: [Canto en azul y blanco 3 hs](#) Programa musical de folclore tradicional y difusión de costumbre gauchas

De 9 a 10: [Hora de la ingeniería 1 hs](#) Programa del Colegio de Ingenieros de la Provincia de Buenos Aires Distrito V, donde tratan temas de interés general vinculados a la Ingeniería.

De 10 a 11: [Raíces catalanas 1hs](#) Programa de Casal de Cataluña destinado a difundir la identidad de los países catalanes

De 11 a 12: [Cátedra pendiente 1hs](#) Programa de la Asociación de docentes de la Universidad de la Plata que difunde las actividades los docentes e investigadores con compromiso con la comunidad.

De 12 a 13: [Desarrollo Local 1hs](#) Programa dedicado informar sobre la actividades en los diferentes municipios del país

De 13 a 14: [Radio almuerzos 1h](#) Programa de entrevistas producido por el Consejo de Profesional de Ciencias Económicas

De 14 a 15: [La hora de los chicos 1h](#) Programa realizado por alumnos y docentes de la Escuela Anexa de la UNLP

De 15 a 17: [Buscahuellas 1h](#) Un programa con temas de actualidad, comentarios y entrevistas donde se entrelazan la historia y el presente

De 17 a 18: [Eco de radio 1 h](#) Programa de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP. Con especialistas que analizan la actividad económica

De 18 a 19: [Que tan diferentes somos 1 h](#) Un programa que aborda el tema de la discapacidad y la integración



De 19 a 20: [Influencias 1h](#) Un programa que recorre la música de mundo
De 20 a 21: [Noticiero universitario 1 h](#) Informativo de temas vinculados a la universidad realizado por alumnos de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

De 21 a 22: [Derecho de autor 1h](#) Un encuentro semanal con las novedades editoriales y los grandes temas de la historia, la cultura y la actualidad nacional e internacional

De 22 a 23: [Ritmos y sones del Caribe 1hs](#) Un programa que difunde la música de caribeña

De 23 a 24: [Concierto de Jazz 1hs](#) Programa musical que difunde el jazz

Domingo

De 6 a 9: [Canto en azul y blanco 3hs](#) Programa musical de folclore tradicional y difusión de costumbre gauchas

De 9 a 11: [El reloj de campo 2hs](#) programa periodístico sobre el campo y la agroindustria

De 11 a 11:30: [Desde Italia 30 min](#) programa de la colectividad italiana

De 11:30 a 12: [Desde Israel 30 min](#) programa de los colectividad israelí

De 12 a 14: [La cofradía 2 hs](#) programa que difunde la cultura y música del mundo

De 14 a 15: [Ciudades bonaerenses 1hs](#) programa de entrevistas a intendentes y políticos de la Provincia de Buenos Aires

De 15 a 16: [Nendo dango 1h](#) Programa sobre ecología y ambiente.

De 16 a 16:30: [Tiempo compartido 30 min](#) Un programa de la Universidad Popular Alejandro Korn creado con el objetivo de difundir las ideas del filósofo platense.

De 16:30 a 17: [Frecuencia francesa 30 min](#) Programa de la colectividad francesa

De 17 a 18: [Asociación Anahí 1 h](#) Programa de la Asociación que busca a la nieta de Chicha Mairani, abuela de Plaza de Mayo.

De 18 a 19: [Pasaporte común 1 h](#) Programa de la Agencia Periodística del MERCOSUR de la Facultad de Periodismo destinado a tratar las temáticas de la región

De 19 a 20: [La Plata, sus instituciones y su gente 1h](#) Programa de la Fede-



ración de Instituciones Culturales y Deportivas de La Plata, que difunde el trabajo de bien público.

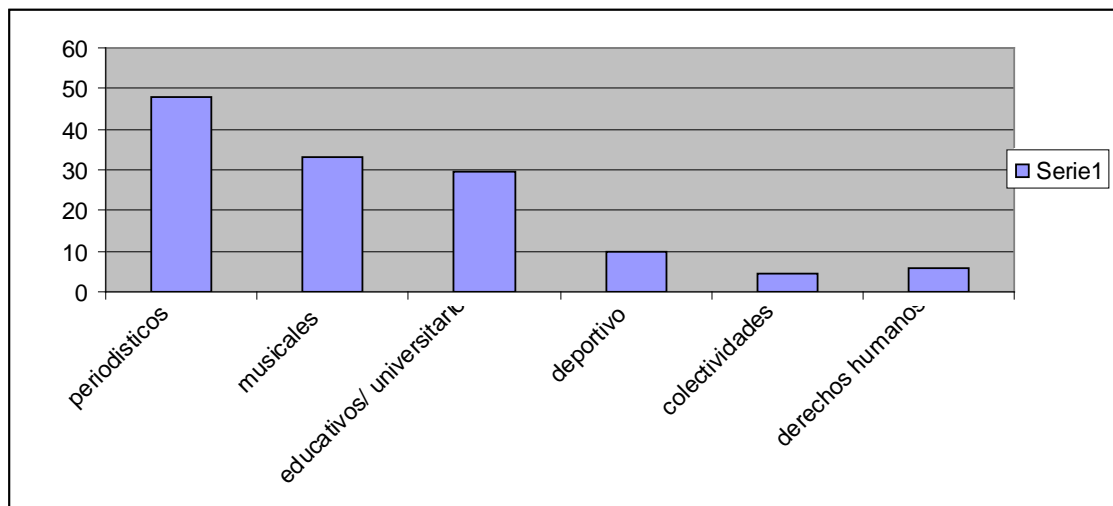
De 20 a 21: [De mentes al futuro 1h](#) Programa de preguntas y respuestas de cultura general en donde con un tratamiento radial lúdico se busca incentivar el conocimiento, la lectura y el intercambio de alumnos de diferentes escuelas de la región.

De 21 a 22: [El Andén 1h](#) Programa de la Secretaría de Extensión de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social donde intervienen alumnos de todas las sedes de la unidad académica distribuidas en el país.

De 22 a 23: [La cantora 1h](#) Espacio pensado y realizado por personas privadas de su libertad, coordinado por la ong “La Cantora”

De 23 a 24: [Podium Neerlandes 1 h](#) Espacio de difusión de la música clásica y la promoción de jóvenes intérpretes solistas. Violinistas, pianistas, guitarristas

El resultado de tal seguimiento y observación, puede sintetizarse en el análisis que expone el siguiente cuadro:



Tal como hemos adelantado, la descripción de la programación nos permite ver qué tiempos se dedican a cada rubro y por lo tanto la importancia que se le otorga a cada tipo de propuesta de programación. Si revisamos los resultados obtenidos y demostrados en el cuadro podemos concluir que la propuesta de programación tiene tres pilares básicos: el periodístico, el musical y el educativo.



Hay una preponderancia periodística, no solo por la cantidad de horas dedicadas a la información sino también por utilizar los horarios de mayor audiencia, pero sumado a ello la reactivación del servicio informativo (que desde mitad del año 2010 transmite los sábados y domingos, y que ha incorporado la cinta testigo que permite editar y reutilizar los audios generados por los programas⁶⁸). La primera mañana arranca con “Otra Mirada” que va de 7 a 10, y continua con “No somos candidatos” que va de 10 a 12. En ambos programas de producción de la radio en las que interviene el móvil y los corresponsales, y que buscan dar la información local que complementa el panorama informativo nacional, internacional y provincial. En otros horarios hay otro tipo de programas periodísticos de producciones externas cedidas a sectores de la comunidad como gremios, organismos de derechos humanos, colegios profesionales, facultades, organizaciones no gubernamentales, etc.

En base a esta descripción y la información que surge de las entrevistas realizadas a los trabajadores de la emisora podemos concluir que la programación de la emisora supera la solicitud de la Ley de 26.522, ya que posee más de un 60 % de producción propia, la mayoría de los programas son realizados por personal de la misma emisora y también hay espacios.

La música es sin duda importante, en la AM con un predominio del folclore tradicional que tiene la mayoría de horas de difusión en el programa Canto en Azul y Blanco, aunque en un horario no central. Aquí hay que señalar que la FM tienen un perfil musical muy definido, siendo su oferta predominante el rock y la música joven local, brindando espacio a las bandas locales. También en este rubro cumple ampliamente con las previsiones de ley 26522 que en el capítulo V, artículo 65 inciso II propone la emisión de un mínimo del 30% de música nacional.

Los programas que denominamos educativos-universitarios son sumamente variados en las temáticas y la propuestas comunicacional es un tanto compartimentada pero su presencia revela un interés de la emisora por tener un perfil educativo y por brindar espacios distintos sectores de la comunidad educativa. Podemos afirmar que el 30% de la programación

⁶⁸ Entrevista a Carlos Carrizo, periodista del informativo.



tiene contenidos educativos, con que supera las sugerencias de la Ley 26522 que pide un 20%⁶⁹.

⁶⁹ LSCA. Título III. Prestación de la actividad de los servicios de comunicación audiovisual Capítulo V Contenidos de la programación Artículo 65 inciso b II



IX. La invitación al debate

La Universidad se debe un debate, del mismo modo que se discutió la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en foros y audiencias públicas, creemos que necesario que la comunidad universitaria de un paso adelante para pensar sus propios medios, para repensar los objetivos, los modelos comunicacionales y sus formas de gestión. Democratizar no es solo legislar. La comunicación democrática se hace en el día a día de la emisora.

Esta discusión debe involucrar a los trabajadores y a los sectores que representan a la comunidad universitaria en un proyecto común.

El camino de la pregunta, el debate y la problematización constante permiten movilizar sobre el lugar y sentido de lo comunicativo y lo educativo en nuevos términos, nuevas miradas, nuevos enfoques, nuevas prácticas, así como permite la resignificación de las ya existentes.

En este marco, producir sentidos es abrir las radios a muchas voces: las voces de la comunidad, en este caso, de la comunidad universitaria a la que pertenece, las de todos aquellos que aporten a comprender los contextos cercanos, propios y lejanos y todo lo que acontece en ellos. “El sentido, en términos rigurosos, se trata de un conjunto de representaciones sociales, ideas y sentimientos que se conjugan en un momento para configurar una razón para hacer algo, y también una forma de ver el mundo. Así, producir sentidos, en radio, es apelar a la respuesta de las audiencias, es el arte de preguntar para crear motivos, para impulsar la puesta en común de diversas formas de ver el mundo y para construir nuevas miradas”⁷⁰.

La radio produce sentidos en todo lo que hace. Su sola presencia produce sentidos. El tema de fondo es saber qué sentidos se quieren producir y con qué destino. La radio estimula la acción colectiva, moviliza ideas y prácticas a partir del diálogo, tratando de construir propuestas comunes.

No se trata sólo de construir consensos, como se afirma en *El camino y los andares*: “producir sentidos es también producir/construir espacios

⁷⁰ GERBALDO, Judith. “Formación, para Poder Poder, para Hacer Hacer, para Transformar”, en “Todas las voces Todos”. Programa Federal de Capacitación y Fortalecimiento para radios comunitarias, escolares, interculturales y de frontera. Editado por AFSCA, FARCO y Ministerio de Desarrollo Social de la nación, 2010, Buenos Aires, Pág. 42.



para dialogar, donde la diferencia y el desacuerdo puedan ser semillas para otras construcciones, por eso se habla de sentidos, de muchos, en plural, y no de sentido en particular. Producir sentidos también implica brindar la mayor cantidad, y de mejor calidad, de información y herramientas para que nuestras comunidades aprovechen sus potenciales, resuelvan sus necesidades, demanden sus derechos y construyan propuestas en todos los niveles (local y regional, nacional e internacional)”⁷¹.

“La gestión de la radio es una compleja trama en la que se tejen y entrecruzan acciones, modos de actuar y maneras de entender y de entendernos. La gestión implica un modo de comprender y de hacer nuestros proyectos desde una perspectiva política-cultural, comunicacional y administrativa”⁷².

Estos tres aspectos interrelacionados constituyen los que denominaremos el “proyecto institucional de la radio” y éste debe definirse y acordarse incluyendo a todos los actores, de modo que todos se sientan parte.

En una emisora con una planta de envergadura como la es LS11 radio Universidad es muy difícil diseñar espacios que permitan la participación que resulten operativos y funcionales. Sin embargo, se estima pertinente trabajar un taller de planificación institucional, dirigido por profesionales que pueden ser externos a la emisora, de modo de poder ver el trabajo, y que permita diagnosticar y detectar problemas y necesidades, así también como establecer acuerdos mínimos, objetivos comunes y estrategias de trabajo.

En este espacio de reflexión se propondría analizar el proyecto de la emisora desde las tres perspectivas mencionadas:

- 1.- aspecto político –cultural: consiste en revisar y propugnar la definición de los principios, los objetivos y el rol de la emisora como radio pública y universitaria.
- 2- aspecto comunicacional: a partir de lo anterior definir el perfil, la estética y la programación, teniendo en cuenta quiénes son los interlocutores y la

⁷¹ GERBALDO, J. , LOPEZ, FORERO F., ROSAS A. y Equipo Latinoamericano de Formación. El camino y los andares. Sistematización de la experiencia del Proyecto Político Comunicativo PPC. Una experiencia de formación en América Latina. ALER. Febrero de 2009.

⁷² Villamayor, Claudia y Lamas, Ernesto. Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana. FES, AMARC ALC, Quito, 1998



inserción de la radio en el marco de los demás medios locales, nacionales o regionales, de modo que encuentre un lugar propio.

3.- aspecto administrativo económico, en el que se analicen los modos de financiación, las cuestiones administrativas, la composición de la planta y las diferentes formas de contratación.

Este es sin duda uno de los niveles más complejos, porque aquí interviene el presupuesto de la Universidad, los intereses de los trabajadores, los representantes sindicales de los mismos, las relaciones con los contratados, becados y alumnos que hacen pasantías.

Lograr que estas tres dimensiones alcancen cierta coherencia y organización es la clave para lograr una gestión democrática, en la que los trabajadores y los diferentes sectores de la comunidad universitaria se sientan parte del proyecto comunicacional de la radio.

Otra mirada posible y no excluyente es la que plantea Judith Gerbaldo en el libro “Todas las Voces Todos”⁷³, en el que se invita a abordar el estudio de la sostenibilidad de una emisora en un sentido amplio: sostenibilidad organizativa, sostenibilidad social y sostenibilidad económica.

Cuando hablamos de sostenibilidad organizativa nos referimos a los aspectos internos de la emisora: la división técnica del trabajo: los roles, las funciones, los mecanismos de coordinación, de organización y de manejo del personal; el uso de los recursos tecnológicos, la capacitación de los trabajadores. En síntesis, tiene que ver con los procedimientos y relaciones humanas y laborales al interior de la emisora, es decir, la democracia interna, los mecanismos de toma de decisiones y la transparencia de la gestión. Analizar esta dimensión supone también indagar en la comunicación interna y externa, en el manejo de las relaciones interpersonales y de trabajo, en la visibilidad pública del proyecto y las relaciones con los actores sociales, así como los comportamientos y actitudes del equipo.

La sostenibilidad social se basa en dos ejes: la visibilidad y reconocimiento social, y la credibilidad social. Una radio es reconocida socialmente cuando es identificada por la sociedad como una entidad que conoce y tra-

⁷³ GERBALDO, Judith. “Todas las voces Todos”. Programa Federal de Capacitación y Fortalecimiento para radios comunitarias, escolares, interculturales y de frontera. Editado por AFSCA, FARCO y Ministerio de Desarrollo Social de la nación, 2010, Buenos Aires, Pág. 43 y ss.



baja en un ámbito determinado. La credibilidad es más difícil de lograr, ya que implica que el imaginario social valore la trayectoria de la emisora, es decir, la presencia, trabajo y opinión de una institución, que se desarrolla en un ámbito determinado, en relación al resto de la sociedad. Para ello, una institución ha generado procesos de identidad, de reconocimiento por su saber y su accionar, su ser y su poder. Consecuentemente, en este plano confluyen identidades políticas, sociales o económicas en una suerte de validación social, que se denomina “credibilidad”.

Y cuando hablamos de la sostenibilidad económica nos referimos a la capacidad que posee la radio de gestionar los recursos económicos necesarios para el funcionamiento y para llevar adelante su proyecto comunicacional. Si bien una radio universitaria no tiene fines de lucro, tampoco tiene fines de pérdida. Es decir, necesita recursos para pagar los servicios, sostener a sus empleados y técnicos, y materiales para salir al aire. Para todo esto hay que recurrir a diferentes fuentes de recursos. Por eso la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual permite que las emisoras universitarias puedan tener publicidad, cuestión que antes se excepcionaba con sucesivos decretos presidenciales, no exentos de discusión, tal como hemos visto.

En este aspecto habría que analizar los recursos con los que cuenta, como se distribuye el presupuesto, si alcanza y para qué, qué estrategias se da la radio para generar nuevos ingresos y cuál es el sentido del desarrollo y fortalecimiento de la radio.

También resulta interesante recuperar el sentido de la Universidad en diálogo con la sociedad en la que se inserta. La universidad tiene la posibilidad de coprotagonizar procesos de cambio social. Puede asumir un nuevo rol ante los procesos de cambio que se propone la comunidad. Desde la producción de conocimiento, la formación de profesionales y la elaboración de estrategias concretas de transformación social, puede aportar a la creación de nuevas realidades. Con la comunicación concebida como estrategia, hace posible la búsqueda de los sentidos propios de la transformación”⁷⁴.

74 ARRÚA, Vanesa; CERASO, Cecilia y RETOLA, Germán. “Los diálogos universidad/pueblo”, en Documentos de trabajo. Departamento de Ciencias Sociales. Redes para el cambio social. Debates comunicacionales interuniversitarios. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, julio de 2009. Pág. 130.



“El rol de las universidades en los procesos de comunicación para el cambio social puede ser organizado en torno a tres líneas de trabajo: la gestión de redes de relaciones, la promoción de diálogos de saberes y la integración de trayectos formativos (...) creemos que el diálogo entre la universidad y la comunidad es fundamental en este proceso. Las universidades tienen un alto potencial creador y transformador. Cuentan con conocimientos, tecnologías y recursos que, puestos en diálogo con la comunidad, permiten fortalecer las estrategias de transformación que se proponen en forma conjunta”⁷⁵.

El debate pendiente no solo debe darse al interior de la Radio, lo que es necesario y resultará muy útil para mejorar el funcionamiento de la emisora, sino que debe ser más amplio e involucrar a la Universidad como institución.

La sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual marcó un antes y un después en historia de las comunicaciones en nuestro país, no solo por su contenido reconocido en todo el mundo, sino por la metodología con que se discutió antes de llegar la Congreso para su tratamiento parlamentario.

La Universidad debe recoger el guante y darse el debate amplio sobre sus medios, incluyendo a todos sus claustros y a la comunidad en la que está inserta, para ser, al decir de Rodolfo Puiggrós, parte integrante de la gran labor de construcción de una nueva Argentina, que vaya forjando un nuevo ser argentino, en todos sus aspectos⁷⁶.

Esperamos que el recorrido de este trabajo pueda aportar al menos algunas ideas para enfrentar este desafío.

⁷⁵ ARRUÁ y otros. Ob. Cit. Pág. 131.

⁷⁶ PUIGGRÓS RODOLFO La Universidad del pueblo. Ed. Crisis, Buenos Aires. (1974).



IX. Bibliografía

ALONSO, LUIS MARÍA Y PAULI MARIA CRISTINA “LR11 radio Universidad de la Plata” Trabajo final del Seminario de Gestión y planificación de programación, emisiones y contenido de y para radio. FPyCS. UNLP .La Plata, diciembre 2003.

ARRÚA, VANESA; CERASO, CECILIA Y RETOLA, GERMÁN. “Los diálogos universidad/pueblo” en Documentos de trabajo. Departamento de Ciencias Sociales. Redes para el cambio social. Debates comunicacionales interuniversitarios. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, julio de 2009.

BARANCHUCK MARIANA Y RODRIGUEZ USE JAVIER (compiladores) “Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual” AFSCA UNLZ. 2011.

BERRI, MIGUEL. “La autonomía universitaria en la Constitución Nacional” publicado en La Ley, Viernes 26 de junio de 1998. Año LXII N° 120.

CAMARA DE DIPUTADOS DE LA NACION. SESIONES ORDINARIAS 2009. PROYECTO DE LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. APARTADO I Reproducción textual de los documentos presentados y receptadas por el plenario de las comisiones de comunicaciones e informática, de presupuesto y hacienda y de libertad de expresión en el marco de la audiencia pública desarrollada entre los días 8 y 11 de septiembre de 2009 (artículo 114 bis del Reglamento)

CARO SANCHEZ, M.A, “La radio del siglo XXI. Un servicio público en la economía global” Editorial Fragua, Madrid, 2000.

CERASO, Cecilia e INCHAURRONGO, Mariana. Comunicación y Educación Ambiental, “Nada se mueve sin la complicidad del todo” en “Comunicar el ambiente” Ediciones de Periodismo y Comunicación N° 41. La Plata, julio de 2009.

DÍAZ LARRAÑAGA, NANCY. Qué profesionales para qué medios: formación, comunicación y cambio social, en “Medios de Comunicación en la Argentina. Diagnóstico y prospectiva. Tomo II. Alejandro Verano (editor). Prometeo Libros y EPC – FPyCS – UNLP., La Plata. 2009.

DIDO, JUAN CARLOS Y BARBERIS SERGIO (2006) “Radios universitarias. Principios, funciones, objetivos. Universidad Nacional de la Matanza.

DOCUMENTO DE LAS IX JORNADAS DE ARUNA, Radios de Universidades Nacionales Argentinas Paraná, junio de 2005.

ELÍADES, ANALIA. “El derecho a comunicar y la actividad radiodifusora” EPC – FPyCS – UNLP., La Plata. 2009.

ENZ, Angélica y FANTÍN, Roxana. Comunicar para el cambio social, La Crujía, ediciones, Buenos Aires, 2006.

FREIRE, PAULO. ¿Extensión o Comunicación? La concientización en el medio rural. Editorial Siglo XXI. 1985. Montevideo.

GERBALDO, JUDITH. “Todas las voces Todos” Programa Federal de Capacitación y Fortalecimiento para radios comunitarias, escolares, interculturales y de frontera. Editado por AFSCA, FARCO y Ministerio de Desarrollo Social de la nación, 2010, Buenos Aires.

GERBALDO, J, LOPEZ, FORERO F, ROSAS A. y Equipo Latinoamericano de Formación. El camino y los andares. Sistematización de la experiencia del Proyecto Político Comunicativo PPC. Una experiencia de formación en América Latina. ALER. Febrero de 2009.



GIL DOMÍNGUEZ, Andrés. "Autonomía universitaria: la evanescencia consumada", en La Ley, Miércoles 14 de mayo de 1997. Pág. 6. Buenos Aires, Año LXI N° 92.

KAPLÚN, Mario. El comunicador popular, Lumen Humanitas, Buenos Aires, 1996

Ley N° 23.054. Boletín Oficial: 27 de marzo de 1984.

Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Boletín Oficial: 10 de octubre de 2009.

MATA, María Cristina. Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva, Educación para la Comunicación, La Crujía, Buenos Aires, 1990.

MORZILLI ELIDA. Ponencia XII Congreso de la REDCOM ¿Una nueva radio universitaria? Aportes para la discusión a partir del análisis de tres radios de Universidades Nacionales: La Plata, Luján y La Matanza. Mendoza. Octubre 2010.

MUÑOZ, MARCOS. Medios y extensión universitaria. Suplemento La Ventana. Diario Página 12 4/7/2012.

NOGUER, JORGE, Radiodifusión en la Argentina. Editorial Bien Común. 1985.

OC-5/85 DE LA CORTE INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS. www.adh.org

PASCUALI, ANTONIO. Comunicación y Cultura de masas. Teoría de la Comunicación: las implicaciones sociológicas entre información y cultura de masas. Definiciones. Editorial Monteavila. 1972.

PAULI Cristina. "Radio Universidad: ¿es posible la democratización?" trabajo final para el Seminario de Historia de la legislación radial en Argentina, en el marco de la Especialización en comunicación radiofónica de la FPyCS UNLP. 2006

PRIETO CASTILO, DANIEL. Las emisoras Universitarias frente a las transformaciones de fin de siglo .Ponencia presentada en el I Festival Centroamericano de la radio. Costa Rica, Octubre, 1996.

PRIETO CASTILLO, DANIEL. Comunicación, Universidad y Desarrollo, Colección: Investigaciones de la PLANGESCO, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina, 2000.

SAHADE, CARLOS Y PAULI MARIA CRISTINA."La radio estatal de Mercado" ponencia en las III Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación "Comunicación: campos de investigación y prácticas" Mendoza.1998

SCHIFER, CLAUDIO – PORTO, RICARDO. "Radiodifusión. Marco Regulatorio" El Derecho, Universitas S.R.L. Buenos Aires, 2006.

SEAN MACBRIDE Y OTROS. Un solo mundo, voces múltiples. Unesco. Comunicación e Información en nuestro tiempo. Fondo de Cultura Económica, México/UNESCO, París. 1980.

ULANOVSKY, CARLOS; MERKIN, MARTA; PANNO, JUAN J. Y TIJMAN, GABRIELA. "Días de Radio" (1920-1959). Historia de los Medios de Comunicación en Argentina, Emecé, Buenos Aires, 2004.

VILLAMAYOR, CLAUDIA Y LAMAS, ERNESTO. Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana. FES, AMARC ALC, Quito, 1998.



ANEXO 1

Coalición para una Radiodifusión Democrática

21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación

- 1.- *Toda persona tiene derecho a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura previa, a través de la radio y la televisión, en el marco del respeto al Estado de derecho democrático y los derechos humanos.*
- 2.- *La radiodifusión es una forma de ejercicio del derecho a la información y la cultura y no un simple negocio comercial. La radiodifusión es un servicio de carácter esencial para el desarrollo social, cultural y educativo de la población, por el que se ejerce el derecho a la información.*
- 3.- *Se garantizará la independencia de los medios de comunicación. La ley deberá impedir cualquier forma de presión, ventajas o castigos a los comunicadores o empresas o instituciones prestadoras en función de sus opiniones, línea informativa o editorial, en el marco del respeto al estado de derecho democrático y los derechos humanos. También estará prohibida por ley la asignación arbitraria o discriminatoria de publicidad oficial, créditos oficiales o prebendas.*
- 4.- *Las frecuencias radioeléctricas no deben transferirse, venderse ni subastarse. Nadie debe apropiarse de las frecuencias. Las frecuencias radioeléctricas pertenecen a la comunidad, son patrimonio común de la humanidad, y están sujetas por su naturaleza y principios a legislaciones nacionales así como a tratados internacionales. Deben ser administradas por el Estado con criterios democráticos y adjudicadas por períodos de tiempo determinado a quienes ofrezcan prestar un mejor servicio. La renovación de las licencias estará sujeta a audiencia pública vinculante.*
- 5.- *La promoción de la diversidad y el pluralismo debe ser el objetivo primordial de la reglamentación de la radiodifusión. El Estado tiene el derecho y el deber de ejercer su rol soberano que garanticen la diversidad cultural y pluralismo comunicacional. Eso implica igualdad de género e igualdad de oportunidades para el acceso y participación de todos los sectores de la sociedad a la titularidad y gestión de los servicios de radiodifusión.*
- 6.- *Si unos pocos controlan la información no es posible la democracia. Deben adoptarse políticas efectivas para evitar la concentración de la propiedad de los medios de comunicación. La propiedad y control de los servicios de radiodifusión deben estar sujetos a normas antimonopólicas por cuanto los monopolios y oligopolios conspiran contra la democracia, al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la cultura y a la información de los ciudadanos.*
- 7.- *El público tendrá derecho a acceder a una información plural, así como a la diversidad cultural. Para ello se deberá garantizar la indemnidad intelectual y estética de los trabajadores de la comunicación y de todos aquellos que participan en la producción de bienes culturales.*
- 8.- *En los casos de una integración vertical u horizontal de actividades ligadas, o no, a la comunicación social, se deberán establecer regulaciones que promuevan el pluralismo, respeten las incumbencias profesionales y derechos intelectuales de los artistas y demás trabajadores de la comunicación y el espectáculo.*
- 9.- *Deberá mantenerse un registro público y abierto de licencias. El registro deberá contener los datos que identifiquen fehacientemente a los titulares de cada licencia, y los integrantes de sus órganos de administración además de las condiciones bajo las cuales fue asignada la frecuencia. Las localizaciones radioeléctricas no previstas en los planes técnicos deberán ser puestas en disponibilidad a pedido de parte con la sola demostración de su viabilidad técnica.*
- 10.- *No podrán ser titulares de licencias de servicios de radiodifusión ni integrantes de sus órganos directivos, quienes ocupen cargos electivos oficiales nacionales, provinciales o municipales, funcionarios públicos de los distintos poderes, miembros de las Fuerzas Armadas y de seguridad, como así tampoco aquellos que hayan tenido participación comprometida con violaciones a los derechos humanos.*
- 11.- *Existen tres tipos de prestadores de servicios de radiodifusión: públicos, comerciales y comunitarios de organizaciones de la Sociedad Civil sin fines de lucro. Quedará prohibido todo tipo de discriminación o cercenamiento a causa de la naturaleza jurídica de la organización propietaria, en cuanto a potencia, cantidad de frecuencias disponibles o limitaciones a los contenidos. Todos los servicios de radiodifusión podrán contratar publicidad en igualdad de condiciones, ya que así se respetan los derechos humanos económicos, sociales y culturales.*
- 12.- *Los medios estatales deberán ser públicos y no gubernamentales. Deberán proveer una*



amplia variedad de programación informativa, educativa, cultural, de ficción y de entretenimiento garantizando la participación ciudadana y la atención a las necesidades de la población. En todas las regiones del país se destinará una frecuencia a la recepción gratuita del canal de TV pública nacional y de Radio Nacional; y de igual forma se reservará al menos una frecuencia para una radio y una emisora de TV provincial y una emisora de FM municipal. Los servicios de la radiodifusión universitaria constituyen un sistema público de gestión autónoma y se reservará no menos de una frecuencia de radiodifusión a cada una de las Universidades públicas nacionales.

13.- Los planes técnicos deberán reservar al menos el 33% de frecuencias, en todas las bandas, para entidades sin fines de lucro. En estos casos tendrá que prevalecer como criterio de asignación de frecuencias el plan de servicios y la inserción de las entidades en su comunidad.

14.- La ley establecerá cuotas que garanticen la difusión sonora y audiovisual de contenidos de producción local, nacional y propia. Esto implica producción realizada por actores, músicos, directores, periodistas, artistas, investigadores y técnicos argentinos, y reglamentará la obligación de inversión en producción propia y en la compra de derecho de antena de películas nacionales.

15.- La explotación de los servicios de radiodifusión es indelegable y debe ser prestada por el propio titular de la licencia.

16.- Las repetidoras y cadenas deben ser una excepción a la regla de modo tal de priorizar el pluralismo y la producción propia y local, salvo para las emisoras estatales de servicio público o la emisión de acontecimientos de carácter excepcional.

17. La publicidad sonora y audiovisual será de total producción nacional y deberá siempre diferenciarse de los contenidos de la programación, no estará incluida en esta, se difundirá en tandas claramente identificadas al inicio y al final por la señal distintiva del medio y no inducirá a estafas y engaños a la comunidad.

18. Los sistemas de distribución de señales deberán incluir en su grilla de canales las emisoras de TV de aire de la localidad, el canal público nacional y un canal con producción informativa local y propia.

19. La autoridad de aplicación deberá respetar en su constitución el sistema federal y estará integrada además por organizaciones de la sociedad civil no licenciatarias y por representantes de las entidades representativas de los trabajadores de los medios y de las artes audiovisuales.

20.- Se creará la figura de la "Defensoría del público", con delegaciones en las provincias, que recibirá y canalizará las inquietudes de los habitantes de la Nación. Deberá incluirse un capítulo que garantice los derechos del público. Estos podrán ser ejercidos directamente por los habitantes de la Nación o a través de la defensoría del público.

21. En la nueva ley se deberá contemplar la normalización de los servicios de radiodifusión atendiendo a las necesidades de aquellos impedidos de acceder a una licencia por las exclusiones históricas de la ley 22.285 y la administración arbitraria de las frecuencias por parte del Estado nacional.



ANEXO 2

DOCUMENTO DE LAS IX JORNADAS DE RADIOS DE UNIVERSIDADES NACIONALES ARGENTINAS PARANÁ, JUNIO DE 2005.

Los representantes de Radios de Universidades Nacionales Argentinas nucleadas en ARUNA (Asociación de Radios de Universidades nacionales argentinas) reunidos en Paraná, provincia de Entre Ríos, levantamos nuestras voces ante la crisis que supone un cambalache sonoro y visual carente de valores a los que se habitúa el público por la conocida práctica de que la basura, aunque sea sonora o visual, también se vende.

Lamentablemente vemos un Estado ausente que transige con la prepotencia de algunos medios.

Los radiodifusores universitarios nucleados en ARUNA defendemos la libertad de informar, de comunicar y difundir los productos culturales que se generan en nuestras casas de estudios. Somos las voces que extendemos la actividad de nuestras universidades. Integramos, por lo tanto, medios estatales autónomos. sin embargo nuestras radiodifusoras están privadas, casi totalmente, del amparo del propio Estado para cumplir con las funciones que tenemos comprometidas. Somos el escenario de muchas otras voces, las voces profundas del conocimiento, de la ciencia y de las artes. Somos también la mirada, la palabra, el lugar de exposición de las voces de la Argentina profunda que emerge en las comunidades a las que pertenecemos a lo largo de toda nuestra patria.

Reclamamos hoy, como hace cinco años una nueva ley de radiodifusión que contemple los reclamos de la radiodifusión universitaria contenidos en el Acuerdo Plenario del CIN (Consejo Interuniversitario Nacional) 384/00.

El reconocimiento de la actividad de las radios universitarias significa revalidar su papel en la extensión cultural, en la difusión de valores, en el fortalecimiento de la democracia y en la propia democratización de los medios de comunicación.

Que las radios universitarias sean dotadas de los recursos materiales, de las frecuencias que garanticen potencias efectivas de emisión, nos permitirá colaborar como sistema público de gestión autónoma con las líneas conceptuales para las que distintos organismos y funcionarios nacionales solicitaron y solicitan nuestra colaboración: la resignificación, a través de nuevas prácticas, de valores, del concepto de nación en pro de intereses colectivos y en la construcción de nuevas políticas de Estado que le garanticen una mayor calidad institucional.

Veintidós años de democracia, innumerable cantidad de proyectos de ley de radiodifusión en el camino, nuestra propia propuesta de Capítulo de radios Universitarias para esos proyectos, un espectro radioeléctrico caótico, organismos técnicos que no logran cumplir con su poder de policía cuando los problemas son nuestros pero callan cuando las transgresiones provienen de grandes grupos que "venden", "alquilan" o "negocian" señales y frecuencias de radiodifusión. Esto nos hace suponer que la política en materia de radiodifusión sigue siendo una NO POLITICA, para que todo siga igual. Pocas esperanzas nos deja la prórroga de licencias de radio y televisión, pocas esperanzas en que nuestros legisladores se atrevan a sancionar una nueva ley de radiodifusión.

Una norma que sea capaz de contemplar a todos los actores sociales y no sólo a las entidades con fines de lucro.

Hoy, en este escenario reclamamos la modificación del Art. 107 de la Ley 22.285 para que sea reemplazado por nuestro proyecto de capítulo de Sistema Nacional Universitario de Radiodifusión Pública contenido en el Acuerdo Plenario CIN 384/00.

Seguiremos caminando junto a las radios comunitarias, cooperativas, escolares y con todas aquellas radiodifusoras que compartan principios solidarios y que entiendan a la comunicación como Derecho Humano y como bien social.

Continuaremos en nuestra tarea de contribuir con nuestros mensajes a la sociedad de la cual nos nutrimos y a la cual servimos.

ESTE ES NUESTRO DEBER, QUE EL ESTADO QUE INTEGAMOS NOS AMPARE Y CUMPLA CON SU PARTE.



ANEXO 3

PONENCIA DEL LICENCIADO OMAR ENRIQUE TURCONI PRESIDENTE DE ARUNA, ASOCIACIÓN DE RADIODIFUSORAS UNIVERSI- TARIAS NACIONALES ARGENTINAS EN LA AUDIENCIA PÚBLICA DE LA COMISIONES DE COMUNICACIONES E INFORMÁTICA, DE PRESUPUESTO Y HACIENDA Y DE LIBERTAD DE EXPRESIÓN DE LA CAMARA DE DIPUTADOS DE LA NACION (8 AL 11 DE SETIEMBRE DE 2009)

La Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales Argentinas, ARUNA, entidad que nuclear a todas las emisoras pertenecientes al sistema universitario público nacional, incluidos los institutos universitarios, interpreta que el envío del proyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual al Congreso de la Nación y su inmediato tratamiento implica una auténtica victoria del campo popular.

Decimos esto porque desde nuestro nacimiento como organización hemos sido parte y testigo de la lucha de las organizaciones sociales comprometidas con el desarrollo de sus respectivas comunidades por una legislación más democrática, federal, auténticamente plural y manifiestamente comprometida con los valores de la justicia y la libertad.

Por eso no dudamos en suscribir en el año 2004 los 21 Puntos de la Iniciativa para una Radiodifusión Más Democrática. Eran 21 puntos porque llevábamos veintiún años regidos –en democracia – por una ley dictatorial que obligó incluso a los gobierno más autoproclamados democráticos a mantener intervenido el COMFER, a regular la libertad de expresión desde la ley de Videla y Harguindeguy , y a administrar las licencias bajo el estigma de un decreto que privilegiaba a los poderosos y callaba a los más humildes.

Somos honestos: hace cinco años que pensábamos que ya nada nos iba a detener. Que esos 21 Puntos iban a representar el último documento que firmaríamos antes de la sanción de una nueva ley. Nos equivocábamos. No medimos la fuerza de los intereses del adversario. Cinco años después de aquel momento que nos parecía prefundacional, recién estamos aquí, felices –es cierto – pero también angustiados porque aún hay quienes dicen que el tiempo es mañana. Señores legisladores: hasta 26 años nos vienen diciendo que mañana será mejor. En este período se consolidaron aún más los monopolios, se fortalecieron los grupos extranjeros, se concentró en pocas manos el 80 por ciento de todo lo que se consume en información en el país y hasta se ha llegado al absurdo de pensar que el destino político de muchos políticos –electos por la voluntad popular – depende ahora de que no queden mal con los oligopolios mediáticos. Desde el llano, el verdadero llano que representan las universidades nacionales, venimos entonces a ratificar, en primer lugar, nuestro compromiso, como radios universitarias, de aceptar, promover y participar del debate, introduciendo o proponiendo introducir las reformas que estimamos convenientes.

Como ya lo señalamos en los foros de debate –muchos de los cuales fueron cobijados por nuestras universidades – este compromiso lo asumimos como docentes, no docentes, alumnos y comunicadores de las casas de estudios públicas. Es que como universitarios mal podríamos negarnos a debatir luego de haber bregado por generar esta instancia durante años. Pero el debate no puede ser estéril: tiene que dar sus frutos ya. Además, no es ésta la génesis del mismo. Hemos recorrido el país para defender nuestros principios. Nadie podrá decirnos ni a nosotros ni a ninguna de las entidades que firmaron los 21 Puntos que no hemos dado la discusión.

Es absurdo que se pretenda desde algún sector ignorar lo evidente. Si alguno no quiso recibirnos o tiro al cesto de la basura las invitaciones que las propias universidades públicas suscribieron para dar garantías de pluralidad al debate, allá él. Para nosotros esto no empieza hoy. Empezó en el mismo momento en que la dictadura más cruel de la historia argentina firmó aquel decreto ley.

Peleamos con un simple argumento: dicha “ley”, y algunas de sus posteriores modificaciones favorecen aún más la concentración de medios en pocas manos y resultan obsoletas con respecto a los desarrollos tecnológicos de los últimos treinta años.

Como prueba de lo que decimos basta con señalar que el 80 por ciento de la información que se distribuye a través de los medios de comunicación en toda la Argentina tiene como fuente



no más de cuatro grandes grupos multimediales, que en la mayoría de las ciudades medianas del interior del país –Río Cuarto, San Rafael y Comodoro Rivadavia, por citar sólo algunos ejemplos– los monopolios comunicacionales han impedido desde siempre el libre acceso a señales radiales y televisivas de las organizaciones sin fines de lucro y que la norma vigente es anterior al fax, las radios FM, Internet y la telefonía celular. Por tal motivo, como universitarios creemos en el espíritu de este proyecto porque lo sabemos hijo de nuestras demandas más caras.

En síntesis, queremos una ley que ampare

- a) El acceso democrático a la información por parte de todos los sectores de la sociedad.
- b) La manifestación de la diversidad social, cultural, política, religiosa, étnica; y regional en la producción de contenidos.
- c) Criterios socioculturales, no sólo económicos, para el acceso a las licencias.
- d) El fortalecimiento de los medios públicos.

Desde la perspectiva universitaria, frente a la propuesta lanzada, nos corresponde saludar y a la vez reclamar:

A) Saludamos: el reconocimiento expreso a las universidades nacionales para que estas puedan ser titulares del derecho para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión. Pero a la vez reclamamos que los institutos universitarios sean incluidos en la iniciativa junto a con las universidades pues forman parte del sistema y no hay ninguna razón para no equipararlos a ellas frente a una ley de medios audiovisuales

B) Saludamos la favorable acogida que ha tenido en el proyecto la iniciativa del CIN y de ARUNA tendiente a garantizar nuevas fuentes de ingreso para el sostén de los medios de comunicación universitarios. De cualquier manera, por el rol social que cumplen y por sus características intrínsecas, reclamamos que el texto final brinde garantías de que el Estado nacional y los respectivos estados provinciales y municipales aportarán recursos específicos para su mantenimiento y desarrollo, ya sea a través de la publicidad oficial o a través de la participación del sector en el reparto de los recaudado por los nuevos impuestos. Como se ha dicho insistentemente que este no es el momento de discutir pautas publicitarias, si pretendemos que en el texto figure, al menor, entre las facultades de nuestras emisoras, la posibilidad de obtener recursos a través de la propaganda oficial.

Saludamos la expresa autorización a las universidades para que puedan constituir redes permanentes de programación entre sí o con emisoras de gestión estatal al efecto de cumplir adecuadamente con sus objetivos

Saludamos también que se establezca por ley el rol específico que deben cumplir los medios universitarios en el marco de la autonomía que les garantiza a las universidades la propia de la Constitución Nacional.

Saludamos, por su valor institucional, el explícito reconocimiento al aporte que pueden brindar al sistema las carreras de comunicación. Ello se traduce en la integración de las carreras de periodismo y comunicación al debate y el seguimiento de las políticas públicas de comunicación, a través del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual y del Consejo Asesor Honorario de Medios Públicos.

Por otra parte, también es una buena noticia la limitación del tamaño y las características de las redes radiales y televisivas que –como queda dicho– no sólo establecieron la agenda mediática nacional durante años sino que también fueron pilares en los procesos de eliminación de personal propio en las emisoras y teleemisoras locales.

Y finalmente, reclamamos –como en el espíritu del proyecto de ley anida la idea de equiparar en materia impositiva a los medios universitarios con los demás medios del Estado– la inclusión de los medios universitarios

en el artículo 127 de la manera que se propone a continuación:

“Artículo 127.– Las emisoras de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado y las emisoras radiales y televisivas pertenecientes a las universidades nacionales estarán exentas del pago de los gravámenes y/ o tasas establecidas en la presente ley”.

Si se interpreta –por razones de técnica legal– que no es conveniente incluir la exención solicitada en este artículo, habrá que redactar uno similar en el apartado de medios universitarios.



ANEXO 4

PONENCIA DE LOS PROFESORES EDUARDO SEMINARA, VICERRECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO Y FABIÁN BICCIRÉ, DECANO FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y RELACIONES INTERNACIONALES DE LA UNR, PRESIDENTE DE LA RED DE CARRERAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA EN LA AUDIENCIA PÚBLICA DE LA COMISIONES DE COMUNICACIONES E INFORMÁTICA, DE PRESUPUESTO Y HACIENDA Y DE LIBERTAD DE EXPRESIÓN DE LA CAMARA DE DIPUTADOS DE LA NACION (8 AL 11 DE SETIEMBRE DE 2009)

Ley de servicios de comunicación audiovisual: esencial para el fortalecimiento de la democracia

El derecho a la comunicación

La comunicación como derecho humano incluye el derecho a recibir y transmitir información, quebrando en cierto modo, la linealidad del proceso comunicativo impuesto por el poder de los grandes medios. Para que este derecho sea respetado, es menester, según el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que el público pueda utilizar los elementos de: infraestructura, tecnología, normativos, jurídicos e institucionales necesarios para tal fin.

“La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter esencial para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones.

La explotación de los servicios de comunicación audiovisual podrá ser efectuada por prestadores de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro, los que deberán tener capacidad de operar y tener acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponible”³

En la actualidad existe un importante consenso –entre académicos, políticos y periodistas – que la industria cultural y mediática conforman la cultura predominante, y la que más organiza la vida simbólica en nuestras sociedades.

La comunicación política mediática es importante en la construcción de la cultura democrática en la actualidad, no habrá democracia plena sin una comunicación democrática.

Concentración grupos mediáticos y rol del Estado

Las democracias actuales que se perfeccionan y profundizan, son el resultado de una combinación compleja y, a veces tensa, pero sumamente positivas de múltiples formas de producción, administración y gestión. En estas formas conviven el Estado, lo público no-estatal (organizaciones del denominado tercer

sector) y el mercado. En nuestro país el sistema mediático expresa la antítesis de éstas conjunciones enriquecedoras. Cada día se produce una mayor expansión, concentración y centralización de grandes corporaciones en el campo de la comunicación.

La propuesta de ley “Servicios de Comunicación audiovisual” establece contundentes disposiciones para revertir dichas manifestaciones concentradoras. “Previo a la adjudicación de licencias o a la autorización para la cesión de acciones o cuotas partes, se deberá verificar la existencia de vínculos societarios que exhiban procesos de integración vertical u horizontal de actividades ligadas, o no, a la comunicación social.

El régimen de multiplicidad de licencias previsto en esta ley no podrá alegarse como derecho adquirido frente a las normas generales que, en materia de desregulación, desmonopolización o defensa de la competencia, se establezcan ahora o en el futuro. Se considera incompatible la titularidad de licencias de distintas clases de servicios entre sí cuando no den cumplimiento a los límites establecidos en los artículos 38, 39 y concordantes de la presente ley”⁴

La concentración fenomenal del sistema comunicativo en la Argentina, limita y condiciona profundamente: el derecho a la información, a una concepción de la comunicación más plural y participativa, a la libertad de expresión, al pluralismo informativo, a la multiplicidad de las fuentes de información, y a las distintas manifestaciones de las diversidades culturales y sociales del



sistema a nivel regional y nacional. La Relatoría reitera que la existencia de prácticas monopólicas y oligopólicas en la propiedad de los medios de comunicación social afecta seriamente la libertad de expresión y el derecho de información de los ciudadanos de los Estados miembros, y no son compatibles con el ejercicio del derecho a la libertad de expresión en una sociedad democrática".¹

Es decir, todo este proceso cultural y político-ideológico, limita nítidamente el funcionamiento pleno de la democracia.

La democracia tiene una enorme asignatura pendiente en la materia, aún sigue vigente la Ley de Radiodifusión 22.285 de la última dictadura militar. Los distintos gobiernos desde la apertura democrática en 1983, plantearon cambios y reformas parciales, que mayoritariamente beneficiaron a los grandes grupos concentrados del universo comunicacional argentino.

Servicios de comunicación audiovisual: un complejo universo

La propuesta del Poder Ejecutivo establece claramente la importancia de la llamada "sociedad de la información" en los tiempos históricos actuales.

"Reconocemos que la educación, el conocimiento, la información y la comunicación son esenciales para el progreso, la iniciativa y el bienestar de los seres humanos. Por otra parte, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) tienen inmensas repercusiones en prácticamente todos los aspectos de nuestras vidas. El rápido progreso de estas tecnologías brinda oportunidades sin precedentes para alcanzar niveles más elevados de desarrollo. Gracias a la capacidad de las TIC para reducir las consecuencias de muchos obstáculos tradicionales, especialmente el tiempo y la distancia, por primera vez en la historia se puede utilizar el vasto potencial de estas tecnologías en beneficio de millones de personas en todo el mundo".²

La comunicación y la información constituyen factores cruciales en la "sociedad del conocimiento".³

El PSCA recupera e integra en forma estratégica en toda su arquitectura legal a los 21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación (Iniciativa ciudadana. Coalición por una Radiodifusión Democrática), propuesta que postula entre algunos de sus aspectos centrales, los siguientes enunciados: la comunicación es un derecho humano fundamental; la problemática de la comunicación es un tema del conjunto de la ciudadanía; una nueva legislación en la materia debe garantizar el pluralismo informativo y cultural; sin exclusión de ningún sector; y reclama por la necesidad de medios públicos fuertes no gubernamentales y al servicio de todos los ciudadanos. Es un proyecto que fundamenta cada uno de sus artículos con notas al pie de página, que constituyen sólidas reflexiones sobre la temática, citando jurisprudencia internacional de distintos países del mundo.

Es destacable la recuperación de aspectos legislativos que tienden a desconcentrar y desmonopolizar el sistema. De esta manera, hay numerosas apelaciones a legislaciones de Estados Unidos, Francia, Canadá, Brasil, España, Australia, India e Inglaterra y otros países de la Unión Europea. También es constante la mención a los distintos tratados internacionales en materia de derechos humanos. La planeación de políticas de Estado puede ser un horizonte estratégico en la materia, que requerirá un fuerte compromiso político y social de los gobiernos y la sociedad civil. Será sustancial crear las suficientes capacidades institucionales y organizacionales para hacer sostenibles las políticas a lo largo del tiempo.

Sistemas y formas de propiedad: acerca de las licencias

Es fundamental que la nueva legislación tenga en cuenta que las frecuencias radioeléctricas nos pertenecen a todos, son patrimonio de la comunidad, teniendo el Estado un rol crucial en la administración de las mismas. De este modo, el Estado podrá administrarla con un criterio amplio, participativo y plural. Se debe garantizar la diversidad de actores en el sistema, ampliar las voces, promoviendo la gestión pública y social de emisoras de radio y televisión.

"La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, deberá observar al momento de elaborar el Plan Técnico de Frecuencias, las siguientes pautas y realizar las siguientes reservas de frecuencias:

"El treinta y tres por ciento (33 %) de las localizaciones planificadas, para personas de existencia ideal sin fines de lucro".⁴

El proyecto contempla plenamente estos conceptos, por lo que propone la existencia básicamente de tres (3) tipos de prestadores: gestión estatal, gestión privada con fines de lucro y gestión privada sin fines de lucro.⁵



El tema de la cantidad de licencias que puede tener una persona física y/ o jurídica o grupos de individuos, es un aspecto muy controvertible y de enorme debate en los ámbitos políticos y legislativos de la comunicación y los medios, tanto a nivel nacional como internacional.

El PSCA postula un criterio atinado dado el tipo de actividad y apelando a numerosas experiencias de países avanzados en la materia.

“Sólo se podrán tener 10 licencias de servicios abiertos. Las licencias de T.V. paga estarán limitadas en número y en cuotas de mercado. Se exigirá a los medios que mantengan una carpeta de acceso público donde figure toda la información relevante del licenciatario, como la ordenada por la FCC de los Estados Unidos. Se regularán las señales de T.V. Se prevé que las responsabilidades sean asumidas por los titulares de los contenidos y no de quienes sólo prestan facilidades de acceso. Desde el punto de vista de los

avances tecnológicos se justifica dada la aparición de nuevos actores en la cadena de valor.

Para ser titular de una licencia se ponderarán criterios de idoneidad y de arraigo en la actividad. Se excluirá de la posibilidad de ser titular a quienes hayan sido funcionarios jerárquicos de gobiernos de facto, atendiendo a la importancia de los medios en la construcción del Estado de derecho y la vida democrática.

Se promoverá un régimen de transparencia de titularidad de propiedad de las licencias. Se adoptarán medidas para la desconcentración de la explotación monopólica de derechos de exhibición tal como existen en Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea. Se restringirá la propiedad conjunta de licencias de TV y empresas productoras de señales de contenido.”¹

Prestadores y desarrollo de la industria cultural nacional

Un artículo crucial en el desarrollo de la industria cultural nacional, es el artículo 56, algunos de sus principales aspectos se detallan a continuación: “Los titulares de licencias o autorizaciones para prestar servicios de radiodifusión deberán cumplir con las siguientes pautas respecto al contenido de su

programación diaria: ”1. Los servicios de radiodifusión sonora:

Privados:

”–Deberán emitir un mínimo de setenta por ciento (70 %) de producción nacional.

”–Como mínimo el treinta por ciento (30 %) de la música emitida deberá ser de origen nacional, sea de autores o intérpretes nacionales, cualquiera sea el tipo de música de que se trate por cada media jornada de transmisión.

”–Deberán emitir un mínimo del cincuenta por ciento (50 %) de producción propia que incluya noticieros o informativos locales.

”2. Los servicios de radiodifusión televisiva abierta: ”–Deberán emitir un mínimo del sesenta por ciento (60 %) de producción nacional.

”–Deberá emitir un mínimo del treinta por ciento (30 %) de producción propia que incluya informativos locales

”–Deberá emitir un mínimo del diez por ciento (10 %) de producción local independiente

”3. Los servicios de televisión por suscripción de recepción fija:

”–Deberán incluir sin codificar las emisiones y señales de Radio Televisión Argentina Sociedad del Estado y todas las emisoras y señales públicas del Estado Nacional.

”–Los servicios de televisión por suscripción no satelital, deberán incluir como mínimo una (1) señal de producción local propia que satisfaga las mismas condiciones que esta ley establece para las emisiones de televisión abierta, por cada licencia o área jurisdiccional que autorice el tendido.

”–Los servicios de televisión por suscripción deberán incluir en su grilla de canales un mínimo de señales de origen nacional y de países del Mercosur

que determine la autoridad de aplicación teniendo en consideración aquellas señales inscriptas en el registro previsto de esta ley. El Poder Ejecutivo nacional establecerá las condiciones pertinentes en la materia objeto de este artículo para el servicio de televisión móvil.”²

“Los prestadores de servicios de radiodifusión por suscripción a título oneroso, deberán disponer de una tarifa social implementada en las condiciones que fije la reglamentación, previa audiencia pública y mediante un proceso de elaboración participativa de normas”³

Un nuevo concepto de los medios públicos

Entre los objetivos centrales de una política pública de comunicación y, particularmente, de una



nueva cultura de uso de los medios públicos, se encuentra el de promover la información necesaria sobre el país y sus regiones. Las formas de expresión, los géneros y formatos culturales, pueden ser de muy variadas características. A través de noticieros, documentales, deportes, humor y toda la gama de posibilidades, por medio de distintos soportes comunicacionales. Lo importante es reinformarnos sobre: nuestros recursos, diferentes formas de vida social y cultura, historias, trabajos, tradiciones, valores, expresiones artísticas, geografías y aspiraciones de futuro. “La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, deberá observar al momento de elaborar el Plan Técnico de Frecuencias, las siguientes pautas y realizar las siguientes reservas de frecuencias:

–Para el Estado nacional: las frecuencias asignadas a Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA S.E.), sus repetidoras operativas, y las repetidoras necesarias a fin de cubrir todo el territorio nacional. ”

–Para cada estado provincial y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires una (1) estación de radiodifusión sonora por modulación de amplitud (AM), una (1) estación de radiodifusión sonora por modulación de frecuencia (FM) y una (1) estación de televisión abierta, con más las repetidoras necesarias a fin de cubrir todo el territorio propio.

–Para cada estado municipal una (1) estación de radiodifusión sonora por modulación de frecuencia (FM)”¹

Medios públicos universitarios. Particularidades

En el contexto de los medios públicos el proyecto contiene un profundo reconocimiento a los medios de comunicación universitarios.

En el plan técnico de frecuencias está explícitamente manifestado:

“En cada localización donde esté la sede central de una universidad nacional, una (1) estación de televisión abierta, una (1) frecuencia para emisoras de radiodifusión sonora. La autoridad de aplicación podrá autorizar mediante resolución fundada la operación de frecuencias adicionales para fines educativos, científicos, culturales o de investigación que soliciten las universidades nacionales”²

“Las universidades nacionales podrán ser titulares de autorizaciones para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión

”La autoridad de aplicación otorgará en forma directa la correspondiente autorización”³

Las políticas de extensión conforman una de las funciones más importantes de la gestión en el ámbito de la educación superior. El uso de los medios de comunicación universitarios tienen un rol trascendente en la interacción de la universidad con el medio social.

“Las emisoras universitarias deberán dedicar espacios relevantes de su programación a la divulgación del conocimiento científico, a la extensión universitaria y a la creación y experimentación artística y cultura.

”Las radios universitarias deberán incluir en su programación un mínimo del sesenta por ciento (60 %) de producción propia”⁴

Una de las tareas imperiosas es lograr que el sistema de medios públicos pueda emitir programación en todo el territorio nacional, así entrarían en vigencia los derechos a la libre expresión de las ideas y el acceso a una información básica al conjunto de la ciudadanía.

Contenidos. El sentido de los bienes culturales

Uno de los propósitos fundamentales de una política pública de comunicación, debe ser el de crear las condiciones-como lo planteamos en el punto anterior“-

para que existan en el sistema comunicacional un amplio espectro de actores. La heterogeneidad de actores (social, cultural, económica, regional, etc.) es la más conveniente política para diversificar los contenidos y plasmar efectivamente la existencia de distintas opiniones en el sistema.

El Estado debe promover políticas que regulen la inclusión en el sistema de personas con capacidades diferentes. Una ecología de medios de naturaleza inclusiva debe contemplar al conjunto de los ciudadanos.⁵

Un sector sumamente importante a considerar es el segmento de los niños y los adolescentes. Las nuevas generaciones constituyen su personalidad con una fuerte impronta de los contenidos y formatos de los dispositivos tecnológicos.

“La reglamentación determinará la existencia de una cantidad mínima de horas de producción y transmisión de material audiovisual específico para niños y niñas en todos los canales de televi-



sión abierta, cuyo origen sea como mínimo el cincuenta por ciento (50 %) de producción nacional y establecerá las condiciones para la inserción de una advertencia explícita previa cuando por necesidad de brindar información a la audiencia (noticieros / flashes) pueden vulnerarse los principios de protección al menor en horarios no reservados para un público adulto".⁶

Una legislación en materia de servicios de comunicación audiovisual –para garantizar efectivamente el derecho universal a la comunicación – debe contemplar el acceso masivo a ciertos contenidos de interés relevante para el ciudadano, cualquiera sea su condición socio-económica, cultural, étnica y su ubicación geográfica. Los artículos 65, 66, 67 y 68 son un ejemplo cabal de la filosofía comunicacional enunciada anteriormente.

“La presente ley tiene por objeto crear las medidas necesarias para garantizar el derecho al acceso universal –a través de los medios de comunicación audiovisuales o sonoros – a los contenidos informativos de interés relevante y de acontecimientos deportivos de encuentros futbolísticos u otro género o especialidad”.⁷

Existe un significativo número de artistas locales, productores culturales y comunicadores independientes, que hacen festivales, talleres, videos, cine y largometrajes, cuyas formas de financiamiento son por medio de fundaciones, universidades y productoras independientes. La falta de recursos impide que sus producciones lleguen a plasmarse en los medios masivos de comunicación. El Estado –especialmente a través de sus medios públicos – debe propiciar los espacios adecuados para que tales manifestaciones puedan expresarse.

En la propuesta analizada se plantea una política clara en este aspecto, así lo certifican los objetivos y misiones del organismo Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado.¹

También es otra forma de apuntalar las producciones locales, regionales y nacionales, la fijación de cuotas mínimas de: tiempo de pantalla, emisión de radio, y de otros bienes culturales nacionales y latinoamericanos.

“Los servicios de radiodifusión que emitan señales de televisión deberán cumplir la siguiente cuota de pantalla en beneficio de las películas:

Los licenciatarios de servicios de televisión abierta o por suscripción deberán exhibir en estreno televisivo en sus respectivas áreas de cobertura, y por año calendario, seis (6) películas, pudiendo optar por incluir en la misma cantidad hasta dos (2) telefilmes, en ambos casos producidos mayoritariamente por productoras independientes, cuyos derechos de antena hubieran sido adquiridos con anterioridad a la iniciación del rodaje.”

Organos de aplicación y control: esenciales para la implementación de la ley

Es sumamente importante que las autoridades y los órganos de control del sistema, tenga una clara composición diversa en lo político, económico, social y regional.

Debe darse un papel sustantivo a los distintos estamentos de la sociedad civil, y es fundamental, que en su composición se manifieste la diversidad regional de la Argentina en toda su dimensión geográfica.

La PSCA del Poder Ejecutivo nacional propone la creación como autoridad de aplicación de la ley a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación

Audiovisual. La integración de dicho organismo es de naturaleza diversa y plural: será ejercida por un directorio integrado por 5 (cinco) miembros designados por el Poder Ejecutivo nacional, 2 (dos) de ellos a propuesta de la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual. “Los directores correspondientes a la referida comisión bicameral, serán seleccionados por ésta a propuesta de los bloques parlamentarios de los partidos políticos, 1 (uno) en representación de la segunda minoría y el restante en representación de la tercera minoría. El presidente del directorio será designado por el Poder Ejecutivo nacional.³

La comisión tendrá funciones de contralor, seguimiento y podrá realizar propuestas que mejoren el funcionamiento integral del sistema.

La nueva propuesta de ley contempla la creación del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, cuya integración es plural en términos políticos, sociales, profesionales y académicos. Habrá representantes de las provincias; las entidades de prestadores privados de origen comercial; los organismos que agrupan a los prestadores sin fines de lucro; representantes de las



*emisoras universitarias y de las carreras de comunicación social; representantes de los medios públicos de todos los niveles y representantes de los trabajadores de los medios de comunicación.*⁴

*En los tiempos actuales los medios de comunicación tienen una importancia sustancial en la formación de los niños y jóvenes, conforman un escenario crucial en la constitución de las subjetividades culturales. La conformación de un Consejo Asesor del Audiovisual y la Infancia es un hecho trascendente del anteproyecto de ley. Su constitución será multidisciplinaria y pluralista, integrado por personas y organizaciones sociales de reconocida trayectoria, y también por representantes de niños, niñas y adolescentes.*⁵

Un objetivo central es la independencia de los medios públicos. El Congreso no puede ser ajeno a la formulación y lineamientos estratégicos de los medios públicos.

El PSCA establece que la dirección y administración de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado estará a cargo de un directorio integrado por un

(1) presidente y cuatro (4) directores. Los integrantes del directorio serán designados por el Poder Ejecutivo nacional, dos (2) de ellos a propuesta de la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación

*Audiovisual. Los directores correspondientes a la referida comisión bicameral serán seleccionados por ésta a propuesta de los bloques parlamentarios de los partidos políticos, uno (1) en representación de la segunda minoría y el restante en representación de la tercera minoría.”*⁶

*El control en la gestión es un factor significativo a considerar. En un sistema democrático esta tarea puede ser encargada a los órganos legislativos, y también pensar en mecanismos de control ciudadanos. La creación de la figura del Defensor del Público puede servir a este propósito. El anteproyecto propone la creación de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, cuya misión central será atender las demandas, reclamos, propuestas y todo tipo de consultas de la ciudadanía.*¹

La cuestión tecnológica: nuevas formas de configurar sentidos

En el tiempo histórico que vivimos hablar de políticas y legislación en comunicación, y omitir el tema de los adelantos técnicos y la convergencia tecnológica, sería no sólo utópico y ahistórico, sino absurdo, anacrónico

y reaccionario. Es necesario pensar en el desarrollo tecnológico y en su influencia en las formas de las relaciones sociales y culturales. Las llamadas tecnologías de la comunicación y la información (TIC) generan nuevas formas de configuración de las relaciones humanas, modifican los modos de percepción y cognición de las personas, es decir, están muy lejos de ser sólo meros instrumentos técnicos. Por supuesto, que es imprescindible apropiarse de estas tecnologías desde nuestra realidad histórica y cultural, y enmarcarlas

en una política de para qué y por qué usarlas.

*“El concepto de medios de comunicación debe definirse de nuevo debido a la convergencia, la interoperabilidad y la mundialización; sin embargo, la convergencia tecnológica y el aumento de los servicios a través de Internet, los medios digitales, por satélite, por cable y otros medios no deben tener como resultado una ‘convergencia’ de contenidos; los aspectos esenciales son la libertad de elección del consumidor y el pluralismo de los contenidos, más que el pluralismo de la propiedad o los servicios.”*²

El proceso de transición del sistema analógico al digital, es una dimensión medular para el desarrollo de políticas públicas y democráticas de comunicación.

La Declaración sobre Diversidad en la Radiodifusión de 2007 de la Relatoría de Libertad de Expresión sostiene: “Como la digitalización multiplica la capacidad de canales disponibles en números del 5 al 10, el mayor punto de preocupación desde una perspectiva de la competencia debe ser transformar este medio ambiente multicarrier en una verdaderamente más ancha opción para los usuarios. En pocas palabras, la digitalización debe llevarnos a más actores en el mercado y no menos.

*”Durante la transición nosotros debemos fortalecer el pluralismo y las estructuras pro competitivas.”*³

Financiamiento y publicidad

Las fuentes de financiamiento de los titulares de servicios comerciales de radiodifusión provienen del mercado publicitario. En este rubro es necesario regular el financiamiento, garantizando



y promoviendo la producción nacional, y controlando que el tiempo de emisión no interfiera en los contenidos programáticos de las transmisiones.

“Los servicios previstos en esta ley implican derecho a emitir publicidad, bajo las siguientes condiciones:

”–Los avisos publicitarios deberán ser de producción nacional cuando fueran emitidos por televisión o radiodifusión abierta o en los canales o señales propios de los servicios por suscripción o insertos en las señales nacionales;

”–En el caso de servicios de televisión por suscripción, sólo podrán insertar publicidad en la/s señal/es propias”⁴

En cuando al sistema de medios públicos en un país como el nuestro con múltiples necesidades de vastos sectores de su población, es necesario imaginar un sistema de medios públicos cuyo financiamiento no

sea limitado al tesoro nacional. Un sistema mixto de financiamiento puede ser el más ajustado en este momento histórico. Los aportes del presupuesto público son insoslayables, pero en esta etapa, es imperioso anudar una serie de mecanismos. Es posible pensar formas de financiamiento múltiples, donde haya recursos provenientes del: presupuesto nacional; porcentajes pautados de la publicidad oficial; contribuciones transparentes y auspicios de empresas y fundaciones; recursos surgidos por la producción de contenidos culturales en calidad de coproducción, con el sector privado y organizaciones civiles de la comunidad; cuotas derivadas de los porcentajes que los titulares de los servicios de radiodifusión abonan al Comité Federal de Radiodifusión (COMFER); y finalmente, todo tipo de donaciones y subsidios claros y transparentes, que no alteren el funcionamiento autónomo de los medios públicos.⁵

Un acontecimiento histórico que no debe esperar

El momento para la discusión es ahora, los distintos foros realizados a lo largo y ancho del país así lo demostraron. Este Congreso tiene toda la legalidad y legitimidad para hacerlo, producto de la expresión libre y democrática del pueblo argentino.

“El Congreso debe abrir hoy un amplio debate público con amplia participación ciudadana que concrete una nueva radiodifusión como servicio esencial para el desarrollo social, cultural y educativo de la población, y no que la misma resulte sólo negocios para unos pocos.

En una sociedad democrática, la comunicación desempeña una función trascendente para garantizar la libertad de expresión, la libertad de prensa y el derecho a la información, derechos humanos consagrados en la Constitución Nacional”⁶

Las voces que adjudican a este proyecto como un intento manifiesto de controlar, atacar y amordazar a los medios, reflejan exclusivamente su tasa de rentabilidad y un profundo desprecio por la institucionalidad democrática, degradando la comunicación a un mero bien del mercado. Nunca les interesó debatir de cara a la sociedad cualquier marco regulador de los servicios de comunicación audiovisual.

Hacemos nuestras las palabras de Alejandro Dolina y Eduardo Aliverti cuando señalan respectivamente: “¿Qué pasará cuando aparezcan algunos monopolios que van a ser perjudicados por la nueva ley? Es una cosa que alcanzo a imaginarme y me da un poco de miedo” “Lo que no tengo dudas es que los grandes medios de nuestro país presionarán para que esto no salga”

Una democracia con más calidad y densidad institucional, debe tener entre sus pilares esenciales: el concepto de comunicación como un bien público y social;

la vigencia del derecho a la comunicación como fundamental para constituir ciudadanía en el siglo XXI; y un sistema mediático público, social y privado, que se caracterice por su diversidad, pluralidad y calidad.



ANEXO 5

PONENCIA DE LA PROFESORA ELIZABETH MARTÍNEZ DE AGUIRRE, DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL(UNR), EN LA AUDIENCIA PÚBLICA DE LA COMISIONES DE COMUNICACIONES E IN- FORMÁTICA, DE PRESUPUESTO Y HACIENDA Y DE LIBERTAD DE EXPRE- SIÓN DE LACAMARA DE DIPUTADOS DE LA NACION (8 AL 11 DE SETIEMBRE DE 2009)

Apuntes para la defensa de una ecología comunicacional

La inminente discusión del proyecto para la sanción de una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual enviado por el Poder Ejecutivo nacional al Congreso hace algunos días ha desatado una oleada de controversias (y operaciones) mediáticas cuya dimensión parece directamente proporcional a la exasperación que manifiestan los concentrados intereses empresariales –y sus aliados políticos– que viene a examinar. Porque de esto se trata, de revisar crítica y democráticamente las condiciones en las cuales se ha organizado la industria de la comunicación en nuestro país desde los tiempos de la última dictadura cívico-militar (que encontró en el decreto Ley de Radiodifusión 22.285 una de sus principales herramientas de opresión y disciplinamiento social) cuyos efectos tóxicos se proyectan hasta la actualidad; a pesar de las enmiendas, correcciones y reformulaciones que se han ido incorporando sobre todo en tiempos de democracia post-menemista.

Entre las secuelas más evidentes de este proceso se destaca la perdurabilidad de aquellos criterios que tienden a naturalizar la concepción de la comunicación y la información como una mercancía y no un como derecho. Claramente, este rasgo mercantilista ha sido una de las consecuencias necesarias de una normativa dictatorial que impulsaba un modelo comunicacional –afín y funcional al neoliberalismo– en el cual la radiodifusión era pensada exclusivamente como una actividad lucrativa: recordemos que fue recién en el año 2005 cuando el Congreso Nacional permitió a las personas jurídicas sin fines de lucro ser titulares de licencias de radiodifusión, aunque con algunas restricciones.

En este escenario, los principales motores de la gestión comunicacional han sido una progresiva concentración monopólica de medios (donde convergen diferentes tecnologías de la información) y una concomitante conformación de oligopolios enunciativos que, conjugados, no podrían dar otro resultado más que el empobrecimiento y la estandarización de los lenguajes y las prácticas comunicacionales, además de las inequidades económicas, institucionales y geopolíticas que conocemos: un clima de univocidad cuyas férreas reglas han sido confirmadas por las excepcionales y tenaces manifestaciones de una prensa alternativa.

Los pilares centrales de este entramado –holding, márketing, desing, lobby, aplicados a la información– son los que tenemos que revisar colectivamente para profundizar una concepción renovada de la comunicación como uno de los derechos inalienables de la ciudadanía. El próximo debate sobre la sanción de una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual constituye una gran oportunidad para hacerlo, que no podemos darnos el lujo de desaprovechar: retomar el análisis de la importancia de los medios públicos, de la producción de contenidos plurales, de la reglamentación del espacio publicitario o del impulso al federalismo, por citar sólo algunos de los aspectos que el proyecto de ley del Ejecutivo contempla y que será debatido junto a los otros proyectos (seis en total) presentados hasta ahora en la Cámara de Diputados.

En suma, se trata considerar las consecuencias que ha tenido la prolongada vigencia de una ley dictatorial para el establecimiento de una ecología comunicacional saludable y democrática que preserve la pluralidad y diversidad de voces como garantes del derecho a la información y a la comunicación.

El reloj de arena

Uno de los cuestionamientos más repetidos que se han escuchado en los últimos días se refiere a los tiempos del debate que deberían ser tenidos en cuenta a la hora de discutir el proyecto de una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Temporalidades en pugna, lo que se objeta es el tiempo parlamentario –¿antes del 10 de diciembre?– o la (in) adecuación temporal –¿por qué discutirlo ahora?– o las temporalidades



hipotéticas –¿cuánto tiempo tendremos para discutirlo?– y lo que se omite es el arduo trabajo que a través de los años vienen realizando diferentes sectores de las sociedad argentina a favor del saneamiento del ecosistema mediático.

Un ejemplo claro de la historia que acompaña y respalda el debate de este proyecto de ley está en la tarea articuladora que a través de los años ha desarrollado la Coalición por una Radiodifusión Democrática, organización multisectorial que viene trabajando desde fines del 2003 y que –en consonancia con los gremios de la comunicación de la CGT y de la CTA, las universidades nacionales, las organizaciones sociales, cooperativas y organismos de derechos humanos – ha logrado llevar a término del acuerdo de los 21 Puntos por el Derecho a la Comunicación, documento que fue presentado públicamente el 27 de agosto de 2004, y entregado en aquel momento al Congreso Nacional y al Poder Ejecutivo. A su vez, este documento ha sido retomado e incluido en el proyecto que ahora se presenta y ambos han sido tratados en los numerosos foros de discusión que se han realizado en distintos puntos del país desde principios de este año y de los cuales han participado representantes de todos los ámbitos vinculados a la comunicación, desde los empresariales hasta los educativos.

De modo que una instancia extendida del diálogo alrededor de la cuestión de la legislación en materia de comunicaciones ha estado y está presente, asumiendo que sólo recientemente se han dado las condiciones socio-políticas que hacen posible el tratamiento de una nueva ley. Hubo intentos anteriores para hacerlo pero no fue posible concretarlos. Pero, como también sabemos, las condiciones socio-culturales para llevar adelante una reflexión sostenida sobre el tema –que habilitara la formulación de un nuevo régimen de comunicaciones y, por lo tanto, la apertura hacia una nueva etapa – estaban dadas desde mucho antes. A mediados de 1983 Mattelart y Schmucler publicaban un libro anticipatorio: América Latina en la encrucijada telemática. La síntesis de sus preocupaciones/premoniciones podría expresarse en una de las hipótesis centrales que ellos plantearon ante la llegada de los entonces innovadores sistemas globales de comunicación e información: “El desarrollo acelerado de los nuevos sistemas de información pone a la orden del día la cuestión de la transferencia de las tecnologías culturales. Es preciso subrayar el hecho esencial de que la transferencia de estas tecnologías de la información, más quizá que otro campo, equivale cada vez más a una transferencia de modelos globales de organización del poder”.

Ahora, veintiséis años después de la recuperación de la democracia y la publicación de aquel texto, la sociedad argentina en su conjunto se encuentra en condiciones de reflexionar y tomar decisiones sobre la forma de organización de la cultura mediática y del poder medial. En tanto, mientras un reloj de arena marcaba el tiempo de los debates, la aceleración de la maquinaria tecno cultural y los flujos informáticos ordenaban nuestra vida cotidiana... ¿Cuánto más habría que esperar para analizar estas cuestiones y proponernos el comienzo de una transformación?

La universidad y los medios públicos

En el marco de una reconstrucción de nuestro ecosistema comunicacional, el rol y la importancia que adquieren los medios públicos es decisiva porque su fortalecimiento permite, entre otras cosas, extender y profundizar la conciencia democrática en términos bastante realistas: por un lado, generando espacios y estrategias comunicacionales que se presentan como alternativas a la concentración monopólica de medios, un fenómeno característico del actual proceso de globalización que, además, en América Latina –tal como lo visualizaron tempranamente Mattelart y Schmucler– transcurre con los matices propios de la periferia... En este sentido y en nuestro país, el desarrollo de un nuevo concepto de los medios públicos facilitaría el ejercicio del derecho a la comunicación a través de la federalización creciente del uso social y del acceso a los medios. Como saben muy bien quienes trabajan y administran Radio Nacional, el papel que cumple la emisora en una ciudad como Río Turbio no es el mismo que le atribuiríamos en Rosario o en Buenos Aires y esto nos habla tanto de la diversidad socio-cultural y como de las diferentes necesidades comunicacionales que aparecen asociadas a ellas.

Entonces, si confluyen estas dos vertientes en nuevas políticas públicas de medios –que necesariamente deben acompañar el desarrollo de los medios públicos – seguramente estaremos acercándonos a esos objetivos de información, entretenimiento y formación que muchos de nosotros mantenemos como posibles dentro del universo mediático, en esta sociedad mediatizada... De manera idealista, dicen algunos, pero creo podemos explorar nuevos modos de gestión comunicacional en los medios públicos que nos aproximen a un escenario más plural e integrador; en suma, más democrático. En directa relación con lo anterior, la explícita incorporación de



los medios de comunicación universitarios (sin restricciones ni obligación de ser sociedades comerciales, como exigía la normativa anterior) al sistema de medios que promueve este proyecto va delineando un nuevo horizonte de apertura informativa y comunicacional.

Por ejemplo, el rol estratégico que podrían desempeñar tanto la radio universitaria como la televisión universitaria en este nuevo esquema merece una mención especial: justamente, se trata de instancias comunicacionales que se conciben como medios públicos y de allí deriva su importancia socio-cultural que consiste en plasmar la articulación entre el medio universitario y el medio social. En este sentido, es prioritario su mantenimiento y fortalecimiento ya que ambas pueden vehiculizar el tratamiento de temas que hacen al interés colectivo a través de una mirada universitaria.

Y esto es muy significativo desde el punto de vista social porque no se trata solamente de una cuestión de agenda que podría resolverse respondiendo a la pregunta ¿de qué vamos a hablar? sino que lo que está en juego es algo más complejo y que nos compromete más profundamente como comunidad académica porque el interrogante de fondo es: ¿cómo vamos a hablar de estos temas? Y en este punto se concentra el desafío y la interpelación a los saberes, científicos y disciplinares de los universitarios, que respaldarán las potenciales respuestas y a nuestra responsabilidad y creatividad para comunicarlas. Asimismo, la ubicación de la universidad como interlocutora en el debate es algo novedoso, que no tiene antecedentes, y nos va a permitir avanzar en la elaboración de políticas públicas sobre medios y abrir el camino hacia la elaboración de nuevas vinculaciones entre medios, educación y políticas educativas.

Una deuda ecológica

Por último, el examen del funcionamiento social de los medios –y la legislación que los regula es parte de ese funcionamiento – pone en evidencia el estado de las relaciones de poder que atraviesa a la sociedad en un determinado momento. En este momento, ese funcionamiento puede cifrarse en la idea de la industria de la comunicación: no produce los temidos gases de efecto invernadero, perseguidos implacablemente por el Protocolo de Kyoto, pero genera daños en la semiosfera, esa atmósfera de signos que constituye nuestra naturaleza cultural. Cuidarla es una tarea colectiva, compleja y que no se resuelve solamente en los marcos legislativos pero si no asumimos la necesidad imperiosa mantener una unidad de criterio para generar nuevas condiciones normativas que contengan las bases para el sostenimiento de una nueva concepción de la comunicación y la información como un derecho inalienable de la ciudadanía habremos perdido otra oportunidad de avanzar en el camino de la emancipación y la consolidación de nuestra soberanía



ANEXO 6

PONENCIA DE CONADU, FEDERACIÓN NACIONAL DE DOCENTES UNIVERSITARIOS EN LA AUDIENCIA PÚBLICA DE LA COMISIONES DE COMUNICACIONES E INFORMÁTICA, DE PRESUPUESTO Y HACIENDA Y DE LIBERTAD DE EXPRESIÓN DE LA CAMARA DE DIPUTADOS DE LA NACION (8 AL 11 DE SETIEMBRE DE 2009)

Ante la discusión sobre la Ley de Servicios Audiovisuales, desde la CONADU, Federación Nacional de Docentes Universitarios, consideramos importante sentar posición política, sin perjuicio de las discusiones técnicas que deban desarrollarse en los ámbitos específicos.

La Ley de Medios se ha constituido en una de las deudas morales con nuestro pasado, nuestros desaparecidos y todos los argentinos sojuzgados en medio de espantosos procesos de desreorganización nacional, dictaduras militares y la enajenación del patrimonio nacional en favor de intereses transnacionales.

(Dónde estaban los medios en ese momento, con quién, con Videla, con Martínez de Hoz, ¿con quién?, por favor, ¿con quién? Por esto mismo la ley se constituye tanto en un acto de justicia reparadora hacia el pasado, como en un compromiso ético y un acto de justicia proyectiva hacia el futuro.

La Ley de Medios supone fundamentalmente una profundización de la democracia, ya que implica un avance en la regulación pública de, por lo menos, tres aspectos centrales de la vida política, social y cultural de nuestro país

En primer lugar, implica un avance en la regulación de una actividad económica que, sujeta al “libre juego de la oferta y la demanda”, ha resultado en un alto nivel de concentración que determina posiciones dominantes y excluyentes en el mercado. Por ello, en esta actividad como en cualquiera, reivindicamos la capacidad regulatoria del Estado y la participación del conjunto de la sociedad en los procesos económicos como reaseguro de su orientación en función de las necesidades del conjunto y no del enriquecimiento de unos pocos. En segundo lugar, implica la reformulación y la democratización del campo de la comunicación política en la Argentina, constituido desde 1983 con una fuerte presencia del capital concentrado: como bien lo saben los trabajadores de la prensa, no todos los periodistas opinan, no todos los analistas aparecen y no todos los políticos intervienen.

Como se dijo, las empresas multimédios son parte de los sectores concentrados de la economía y no resignarán jamás una pequeña porción de su capital y sus beneficios en función de modelos inclusivos y justos de sociedad. Pero también hay que decir que es necesaria una redistribución de la palabra, una redistribución del poder comunicativo dentro de la sociedad.

Por eso hace falta un marco regulatorio que resguarde y promueva el derecho a contar con información variada y de calidad y que permitan la expresión de muchísimos sectores que no cuentan con los recursos, las licencias, las capacidades para hacer oír sus ideas y demandas acerca del país que quieren.

En tercer lugar, una nueva ley de medios es condición de la democratización de la lucha política en el seno de nuestra sociedad.

La lucha política se libra en el escenario mediático, donde no todos aparecen, que tiene protagonistas que nadie eligió y cuya lógica favorece una forma de politización más atenta a los gestos que a las palabras, a los tonos que a los contenidos, a las figuras que a los colectivos.

Esta nueva realidad demanda, en lo inmediato, equilibrar las cargas y multiplicar las voces, los discursos, las imágenes para que los sectores populares participen también de la arena mediática.

La llamada crisis de representación política no está saldada, y queda aún como tarea pendiente la construcción de un nuevo sujeto político que potencie lo alcanzado y plantee los debates pendientes para avanzar en un modelo de justicia social, independencia económica, soberanía nacional e integración latinoamericana. Para esa tarea, también hace falta democratizar los medios.

Por estas tres razones, y por muchas otras, saludamos desde CONADU la discusión, y venimos alentando este debate en la sociedad y en el seno de las universidades nacionales, espacio



de producción del conocimiento público que también debe ser democratizado y que espera la sanción de una ley al respecto.

Porque la producción y la circulación del conocimiento deben estar al servicio de las necesidades de las grandes mayorías.

Por ello, el no tratamiento de esta ley, ¡sí! es un crimen, contra la justicia, la libertad y la democracia.

Por favor ante esta injustificada y sobredimensionada reacción observada en algunos sectores, la única garantía que existe en el campo popular y nacional que consideramos existe, es el tratamiento de la ley ya.

Consideramos como federación, como gremio, como docentes, como argentinos y como todo, que el proyecto de ley presentado es básicamente correcto. Que es infinitamente superador de la realidad actual.

Y que por historia y experiencia no creemos en ninguno de los motivos enunciados para su no tratamiento.

Aclarando que todo esto está dicho y expresado desde una postura no oficialista, sin ninguna otra condicionalidad.

Por favor, ¡a todos los legisladores de los partidos con raíz popular y nacional!, que, por supuesto, ¡sí! , existen, discutan e introduzcan todas las modificaciones que quieran, pero por favor ¡trátenla! Traten la ley. Asumamos los compromisos de la historia y seamos justos, libres y soberanos. Gracias por poder expresarme.



ANEXO 7

PONENCIA DEL ARQUITECTO JAIME SORIN, DECANO FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO-UBA, EX VICERRECTOR UBA EN LA AUDIENCIA PÚBLICA DE LA COMISIONES DE COMUNICACIONES E INFORMÁTICA, DE PRESUPUESTO Y HACIENDA Y DE LIBERTAD DE EXPRESIÓN DE LA CAMARA DE DIPUTADOS DE LA NACION

(8 AL 11 DE SETIEMBRE DE 2009)

En la Conferencia Regional de la Educación Superior en América Latina y el Caribe-CRES 2008– las Universidades de la región declararon que “La Educación Superior es un bien público social, un derecho humano y universal y un deber del Estado” enfrentando las presiones de los países centrales para su incorporación como un servicio comercial en el marco de la Organización Mundial de Comercio (OMC).

Se declaró también que “Esas políticas deben apuntar al horizonte de una Educación Superior para todos y todas, teniendo como meta el logro de una mayor cobertura social con calidad, equidad y compromiso con nuestros pueblos; deben inducir el desarrollo de alternativas e innovaciones en las propuestas educativas, en la producción y transferencia de conocimientos y aprendizajes, así como promover el establecimiento y consolidación de alianzas estratégicas entre gobiernos, sector productivo, organizaciones de la sociedad civil e instituciones de Educación Superior, Ciencia y Tecnología. Deben también tomar en cuenta la riqueza de la historia, de las culturas, las literaturas y las artes del Caribe y favorecer la movilización de las competencias y de los valores universitarios de esta parte de nuestra región, para edificar una sociedad latinoamericana y caribeña diversa, fuerte, solidaria y perfectamente integrada. Esas políticas deben apuntar al horizonte de una Educación Superior para todos y todas, teniendo como meta el logro de una mayor cobertura social con calidad, equidad y compromiso con nuestros pueblos; deben inducir el desarrollo de alternativas e innovaciones en las propuestas educativas, en la producción y transferencia de conocimientos y aprendizajes, así como promover el establecimiento y consolidación de alianzas estratégicas entre gobiernos, sector productivo, organizaciones de la sociedad civil e instituciones de Educación Superior, Ciencia y Tecnología. Deben también tomar en cuenta la riqueza de la historia, de las culturas, las literaturas y las artes del Caribe y favorecer la movilización de las competencias y de los valores universitarios de esta parte de nuestra región, para edificar una sociedad latinoamericana y caribeña diversa, fuerte, solidaria y perfectamente integrada.”

En este marco es que compartimos la oportunidad y necesidad de reemplazar el decreto de la Dictadura que implantó una Ley de Radiodifusión que la calificó como un negocio y sus modificaciones de la década del 90 que permitieron una alarmante concentración de la propiedad de las empresas de medios en nuestro país, convirtiendo a la comunicación en un emprendimiento comercial en desmedro de su condición de Bien Social y confundiendo libertad de expresión con libertad de comercio.

Así como en el caso de la educación con la Ley General de Educación, sostenemos la necesidad de que el Estado establezca políticas públicas regulatorias promoviendo el derecho a la información en los marcos de una actividad social de interés público, garantizando el pluralismo y la diversidad de voces y visiones en el acceso a los medios de comunicación.

Desde las universidades nacionales y las 23 radios universitarias hemos acompañado con foros, discusiones de cátedra y grupos de difusión el amplio proceso de intercambio de opiniones que precedió al envío del proyecto de ley al Parlamento y entendemos que no hay razones que justifiquen priorizar diferencias por sobre posibles acuerdos que seguramente pueden alcanzarse tal como lo hicieron cantidad de organizaciones sociales, de derechos humanos, estudiantiles, sindicales y comunitarias que firmaron los 21 Puntos por una Radiodifusión Democrática que respaldan el texto.

Como miembros de una comunidad educativa comprometida con la democracia y los derechos humanos y que reivindica la defensa de toda forma de democratización de la cultura, impulsada por la Reforma Universitaria de 1918, vemos representada en este proyecto la frase del Manifiesto Liminar: “Desde hoy contamos para el país una vergüenza menos y una libertad más”

A la vez que sostenemos los aspectos centrales del proyecto que ha enviado el Poder Ejecutivo



en todo aquello que contribuya a la desmonopolización de los medios audiovisuales, reivindicamos en el texto del proyecto la presencia de puntos centrales que hacen a nuestro quehacer: La inclusión de un representante de las universidades nacionales y uno de las emisoras universitarias en el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, lugar de definición de las políticas públicas en el ámbito, reclamando que sus resoluciones sean vinculantes para la autoridad de aplicación. El otorgamiento de autorizaciones a personas de existencia ideal de derecho público estatal, como las universidades nacionales y los establecimientos educativos de gestión estatal, afirmada en los artículos 31 y 140 y en el artículo 136, junto a la posibilidad de constituir redes y de comercializar su producción propia poniendo acento en los contenidos educativos.

Insistimos en la necesidad de contar con recursos presupuestarios genuinos que permitan su existencia en términos de competitividad. La obligación de emitir un mínimo de producción nacional y local junto a la promoción y defensa de la industria audiovisual nacional, que multiplicará las posibilidades de inserción laboral de nuestros egresados.

El reconocimiento de la existencia de un espacio de prestación de servicios de comunicación audiovisual diferenciado y en igualdad de condiciones con el privado comercial y el público estatal y no estatal al sector social o de las organizaciones privadas sin fines de lucro. Apoyamos los reclamos para que se aseguren formas de sustentabilidad económica que permitan su subsistencia independiente.

La cuota de pantalla para el cine y artes audiovisuales nacionales.

El fortalecimiento de los contenidos y de las producciones locales y la protección de los bienes culturales afirmando la regionalización de los contenidos frente a la mundialización promovida por los capitales concentrados



ANEXO 8

ALEJANDRO VERANO LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL. DOCENTE E INVESTIGADOR DE LA FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNLP LA UNLP. EX DECANO DE LA FPYCS DE LA UNLP. DIRECTOR DE RADIO Y TELEVISIÓN ARGENTINA (RTA)

Hay que reconocer que has trabajado mucho en función de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, desde tu lugar de docente universitario, El libro “Ley 26.522 hacia un nuevo paradigma en comunicación social”, que reúne a varios autores entre los que te encontrás, evidencia estos aportes...

No se si mucho en términos personales; si hemos hecho, todos los que desde distintos lugares tuvimos algún tipo de posibilidad, ejercer alguna representación, un aporte humilde, pero creo imprescindible como todos para que la ley pudiera salir adelante. El libro en ese sentido intenta dar cuenta de un proceso muy rico, que sin dudas puede ser visto desde distintos planos; desde lo histórico, desde lo comunicacional, desde lo jurídico, por su puesto desde lo político y me parece que en las páginas del libro, que esta hecho con la misma pasión militante diría yo con la cual se encaró el trabajo de la ley. Saludo y celebro el trabajo de muchos colegas que dan cuenta de muchos procesos distintos. Este libro viene no sólo presentándose en este momento en distintos lugares, sobre todo universidades, sino también viene testimoniando lo que es un recorrido la Ley 26. 522, que tiene que ver con la historia de los medios en Argentina, con el lugar de las universidades, de los medios públicos, con el sentido de la participación como herramienta central y estructural desde el cual se pensó la búsqueda de una comunicación más democrática, y de alguna forma es un homenaje a todos aquellos luchadores anónimos y compañeros que durante muchísimos años, desde la recuperación de la democracia hasta acá diría yo se comprometieron, comprometieron su acción, su palabra y su práctica cotidiana en el esfuerzo de democratizar la comunicación el país y el continente.

Si tuviéramos que precisar el aporte que hizo el sector universitario a esta ley: ¿cuál es tu mirada sobre esto?

No quiero ser exagerado pero creo que las universidades en general, nuestra carrera de comunicación en particular, no sólo han hecho un aporte central al proceso de la ley desde el punto de vista de la producción de conocimientos sino que han tenido sino que también han tenido en la letra final de la ley un nivel de reconocimiento como nunca antes las carreras de comunicación habíamos tenido, la pertinencia de la inclusión de representantes de estas carreras en los directorios por ejemplo de los organismos que están llevando adelante en estos momentos la ejecución de la ley es una de las referencias aunque no la única de lo que te digo. En principio decir que las universidades durante muchísimos años, desde los 90 para acá, nos hemos transformado sobre todos sus carreras de comunicación en usinas permanentes no solamente de denuncia sino de declaración de conocimiento válido en torno a las condiciones de asimetría y de desigualdad que ha producido la comunicación en el país. Y en segundo lugar decir que todo ese conocimiento producido durante esos años centrales en el momento de construir la letra escrita de la ley, pero básicamente en ese espíritu militante que también miles y miles de jóvenes alumnos, y de no tan jóvenes docentes que participamos activamente participamos en el proceso de elaboración de las mismas.

Una de las cuestiones que vos abordas es el resurgimiento de la comunicación audiovisual pública, pensando esto desde los medios universitarios. ¿En qué cambia la mirada de los medios universitarios esta nueva ley con un nuevo paradigma de comunicación?

En principio, desde el punto de vista cuantitativo, les asigna a cada universidad una frecuencia automática para instalar un canal de televisión en el área de cobertura de cada una de las universidades del país; esto es un cambio impresionante, tengamos en cuenta que este es un derecho que pueden acceder desde los medios públicos, la señal nacional ls 82 TV canal 7 y después una frecuencia a cada gobierno provincial y una frecuencia a cada universidad. Es



decir que va a haber más frecuencias universitarias cuando la ley termine de implementarse en televisión, en cuanto medios públicos, que en la del resto de los poderes públicos del país, o sea que el nuevo rol de las universidades, que va a ser complementario al de las tradicionales radios universitarias, que además han sido reconocidas en pleno derecho, con sus frecuencias de amplitud de AM y FM, digamos el nivel de reconocimiento en letra escrita, el rol de las universidades como productoras, generadoras y también difusoras de medios propios en la comunicación pública es no sólo un reconocimiento a la historia, que fundamentalmente las radios universitarias, muchas veces como bien sabemos todos los que trabajamos dentro de las universidades construidas y llevada adelante con mucho esfuerzo y a pulmón, no solamente el reconocimiento de esa trayectoria de las radios universitarias, sino también la nueva perspectiva que le da capacidad de implementación y de instalación de señales de radio y televisión en todo el país

¿Están hoy las universidades en condiciones de hacerse cargo de todo esto?

En paralelo a la implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el Ministerio de Planificación de la Nación ha tomado una decisión estratégica muy relevante del desarrollo de una serie de programas que tienden a fomentar y estimular la producción audiovisual en el país en términos federales, y ha conveniado con las universidades, con el Consejo Interuniversitario Nacional como brazo ejecutor de esta política. El programa, por ejemplo, de Polos y Nodos audiovisuales ha permitido en un par de años de implementación el reequipamiento tecnológico de la mayoría de los centros audiovisuales internos en las universidades y recursos genuinos para financiar producciones. Tiene que ver con que las universidades sean espacios de coordinación en las distintas experiencias sociales y culturales que se desarrollan en cada región, en términos de producción audiovisual, y me parece que hasta ahora el desarrollo de estas iniciativas va dotando a cada universidad de recursos técnicos, humanos, de experiencia de trabajo y sin duda de una mayor calificación como para pensar en paralelo la instancia de instrumentación de un canal; un canal que en este momento, digamos que tampoco estamos hablando de una inversión desproporcionada para los presupuestos que las universidades manejan, aún en condiciones de que se intente instalar e instrumentar en su totalidad esto es transmisor, antena, estudios para producir y transmitir etc. Son recursos que nuestras universidades pueden hacer frente incluso pueden encontrar la forma de conveniar con otras asociaciones para costear esos recursos, pero también las universidades pueden pensarse como señales que construyen contenidos diarios, que puedan ser transportados o reproducidos mediante el sistema de televisión digital por otros canales, es decir, la expectativa es muy ambiciosa pero también las condiciones de posibilidad en las cuales las universidades hoy encarar su producción audiovisual, que ya no tiene que ver con la vieja idea de un pequeño equipo de audiovisuales o de videos, sino que tiene que ver con una inmensa capacidad de compromiso y penetración en un área territorial, como para poder reflejar con la capacidad que la herramienta audiovisual nos brinda, un momento social y cultural de una región. Yo creo que sin duda este objetivo de la ley, dialoga con un presente en el cual las universidades son actores privilegiados para poder hacerse cargo de este desafío.

Y esperemos que a partir de los canales universitarios dejemos de ver en todo el país que pasa con el corte en la 9 de Julio y podamos ver, con esta nueva mirada de la comunicación, desde otro lugar, integrando a los distintos actores sociales. Pensar esta nueva forma de dialogar y de plantear la comunicación.

Sin duda; yo creo que no es casual que las universidades tengamos el lugar que tenemos porque este proyecto de democratización de la comunicación, entre otras dimensiones, está pensado en términos de federalizar algo, como expresaste vos recién está absolutamente concentrado en la Capital Federal como es el mercado de producción de contenidos audiovisuales. Esta descentralización, esta federalización en la ley, está diseñada instrumentando las universidades como nuevos espacios de representación federal con una enorme capacidad de ejecución, y por supuesto no solamente por el optimismo estructural con el que uno tiene que encarar estos desafíos, sino también por las condiciones de posibilidad existente creemos que esto va a poder darse.



ANEXO 9

ENTREVISTA A VERÓNICA BETHENCOURT, SECRETARIA GENERAL DE LA ASOCIACIÓN DE DOCENTES DE LA UNLP (ADULP) AGOSTO 2010

¿Qué opinión tienen de la radio?

Creemos que la radio no está aprovechada en función de las posibilidades que tiene, somos de las pocas UNLP que poseemos una radio AM y no es escuchada en la ciudad como debería, hay razones técnicas y otras que tienen que ver con la propuesta que sale al aire. Además creemos que debería estar más presente la UNLP en cuanto a los contenidos

Como sector organizado ¿han pensado algún proyecto o tienen una postura acerca de cómo debería ser la radio?

Nosotros aportamos a partir de nuestro programa cátedra pendiente, cuyo espíritu justamente es dar cuenta a la comunidad de los que hacen los docentes e investigadores. En ese marco también hemos montado una radio web para poner a disposición e conocimiento producido por los trabajadores de la UNLP

¿Cuál creen que debe ser la misión de la emisora?

Básicamente la emisora debe ser un puente entre la UNLP y la comunidad y la verdad es que tenemos profesionales de todo tipo para poder hacerlo

¿Creen que su sector debe tener participación en la gestión, de qué modo? Un modelo que nos parece razonable es un directorio compartido, como tiene la DSS en la que hay representación de la UNLP, de los docentes ADULP y de los no docentes ATULP. En este caso también deberían participar los estudiantes representados en LA FULP.



ANEXO 10

ENTREVISTA A LA PERIODISTA NELY BUSCAGLIA, JEFA DE PROGRAMACIÓN Y CONDUCTORA DEL PROGRAMA BU LU LU EN RADIO UNIVERSIDAD DE LA PLATA. AGOSTO 2010

¿Qué opinión tiene de la radio?

La radio es parte de mi vida llevo 40 años trabajando aquí, lo que soy como periodista lo aprendí aquí y hasta mi pareja de toda la vida fue operador y nos conocimos aquí, con los cual me cuesta tomar distancia para opinar

Creo que la universidad no le da el valor y la importancia que tiene

¿Como se decide la programación, cuáles son los criterios y como han ido cambiando en las diferentes gestiones?

Yo soy jefa de programación pero no tengo ninguna influencia en las decisiones, cada director decide según su criterio

¿Cómo es el funcionamiento de las áreas administrativas? ¿Cómo han ido cambiando en las diferentes gestiones?

Cada director tiene su estilo, algunos mas atentos otros menos. El problema es que no se valora mucho la experiencia de quienes trabajan

¿Cómo periodista que lineamientos recibís de la radio? ¿Cómo ha evolucionado esto en las diferentes gestiones?

Nunca he tenido ningún tipo de censura, tampoco me dicho hace esto o entrevista a tal o cual, pero tampoco han realizado un gran apoyo a mi trabajo poniendo productores o rentando personal. "Hace pero arréglate solo"

¿Cuáles son los criterios que utilizas en la propuestas de tu programa "Bu lu lu"?

Este programa es una continuación de lo durante años fue mediodía, un programa periodístico, cultural muy impregnado de la temática de los DDHH



ANEXO 11

ENTREVISTA A CARLOS CARRIZO, PERIODISTA DEL DEPARTAMENTO INFORMATIVO Y CONDUCTOR DEL PROGRAMA CONTACTO UNIVERSITARIO EN RADIO UNIVERSIDAD DE LA PLATA. JULIO 2010

¿Qué opinión tiene de la radio?

Radio Universidad atraviesa un momento de cambio debido al cambio de autoridades. Durante los últimos 6 años, la radio entró en una situación a la que podría denominar como "crítica". Se intentó generar un clima de "paz social" (anteriormente se habían originado protestas gremiales que a las autoridades de la UNLP parecía no convenirles.

Si bien esas protestas no llegaban a hacerse notar al aire, la programación y sobre todo el servicio informativo entraron en un letargo del que parecía no poder salir.

Se dejaron de emitir boletines los fines de semana, no se renovó la artística, los programas no tuvieron difusión en la misma emisora.

La gestión se encargó de "mostrarse" y no de hacer conocer la radio y su programación.

¿Cómo periodista que lineamientos recibís de la radio? ¿Cómo ha evolucionado esto en las diferentes gestiones?

Los lineamientos recibidos en mi caso han sido pocos. Siempre trabajé con libertad. Lo cual no siempre es del todo bueno, ya que muchas veces la libertad significó tener que pagar de mi bolsillo un productor o tarjetas de teléfono para hacer las entrevistas al aire.

Cuando se me presionó sobre los contenidos periodísticos que generaba, o el tratamiento de algún tema en especial (por ejemplo no poder sacar la opinión de la FULP porque habían participado de lo que las autoridades consideraron un intento de toma de la emisora) me fui por un tiempo a una FM de la ciudad. Prioricé la libertad de expresión a tener que estar sujeto a tener que repetir un discurso político que beneficiaba a la gestión de turno.

En la actual gestión se han impartido algunas pautas respecto al informativo. Más de estilo y de respetar algunos términos, los que creo sirven, hasta el momento, para unificar criterios en los distintos turnos de las noticias.

¿Cuales son los criterios que utilizas en la propuestas de tu programa contacto universitario?

Trato de llegar a la mayor cantidad de oyentes posibles. Busco la variedad de los temas, y trato de equilibrar pensando en el oyente que conoce los temas universitarios y la comunidad en general, para que se interese y conozca lo que hace a diario las universidades del país. Me preocupo en que se escuchen todas las voces, en generar debates y buscarle una vuelta para que no se piense que lo universitario tiene que ser aburrido.

¿Cómo vez la cuestión técnica, esta acorde a las necesidades?

Durante años la cuestión técnica fue y sigue siendo un gran problema para la radio. El poco equipamiento con el que se cuenta perjudica la calidad de salida y puesta al aire de los programas y los informativos. Recién este año se empezó a dotar de algunos equipos mínimos para el registro de notas, edición periodística, etc. Si bien falta mucho, ya que fueron años y años de no invertir, comienza a notarse que se puede trabajar un poco mejor. Se incorporó un registro de cinta testigo, lo que ayuda a rector entrevistas para poder editarlas y difundirlas. Espero que la Universidad acompañe con el aporte de nueva tecnología, lo que redundaría en un crecimiento de la emisora.

¿Cómo es la rutina del informativo?

En trabajo en el informativo lo comparto con el armado a diario del programa.

Somos dos periodistas para realizar boletines desde las 13 a las 19 (incluyendo un panorama a las 19 con un resumen de la mañana y la tarde).

Trabajamos en la redacción de las notas, la edición de los audios y generamos notas propias para los boletines y el panorama.

Además trabajamos en la producción del programa que está al aire de 15 a 16 (Contacto Universitario) y damos apoyo periodístico además a los programas que están al aire hasta las



19. También generamos boletines para la FM

¿Cómo es la planta del área?

La planta del informativo está compuesta por periodistas que además cumplen la función de conducir programas en la AM y La FM. Por ese motivo es que a la hora de cumplir con los turnos se origina una faltante de personal. Un ejemplo claro de esto son los fines de semana, en donde para cubrirlos el periodista que hace el turno debería tener un compensatorio, lo que complica el trabajo durante la semana. Además se observa que está sobredimensionado el turno mañana en el que (hay más de cinco periodistas) en comparación con la tarde que hay dos y con la noche en la que solo hay uno



ANEXO 12

ENTREVISTA AL LICENCIADO OMAR TURCONI DIRECTOR DE RADIO UNIVERSIDAD DE LA PLATA (JULIO 2006)

¿En su gestión como director de la radio tuvo condicionamientos?

Cuando me designaron tuve una entrevista con el arquitecto Aspiazu, que era el presidente, quien me vinculó con Extensión, y a partir de allí yo hago lo que me creo conveniente, cada dos meses me reúno con la Secretaría de Extensión, con la que tenemos un estrecho contacto, y cada seis meses entrego un informe de gestión para la Presidencia.

¿Cómo es la cuestión presupuestaria?

Los sueldos del personal de planta los paga la Universidad, y la radio depende del presupuesto de la secretaria de extensión, la verdad es que gestioné gran parte de los recursos, inclusive cuando se quemaron los equipos de radio en el año 2005, tuve que recurrir a sus contactos políticos con la Provincia de Buenos Aires para gestionar un subsidio para comprarlos, ya que la UNLP no destinó fondos a tal fin.

¿Cómo está el tema del personal?

Estamos trabajando en la planta de la FM porque son todos contratados, o tienen becas de experiencia laboral, la idea es tener la planta permanente en la FM.

¿Cómo ve la programación?

La FM tiene más inserción que la AM, porque es una radio más definida en su perfil, apunta a un público joven, rockero, da lugar a las bandas platenses y es reconocida por la sociedad. La AM en cambio tiene muchos espacios fragmentados, cedidos a diferentes organizaciones de la comunidad, pero creo que tienen que estar, porque si no están en esta radio no tienen voz, no tienen dónde estar...

¿Cómo piensa la radio?

La radio no debe competir con otras emisoras, porque no tienen condiciones técnicas ni el personal necesario para hacerlo, es una radio en la que deben estar todos los sectores de la comunidad, organismos de derechos humanos, alumnos avanzados de la Facultad de Periodismo, colectividades, etc. Pero la realidad es que nadie de la comunidad universitaria participa en la discusión del proyecto comunicacional.