



Tedesco, Marcelo

# La radio es el aula más grande de la universidad : política y políticas de comunicación en la radiodifusión universitaria: el caso de am 1240 radio universidad nacional del sur



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

*Cita recomendada:*

Tedesco, M. (2018). *La radio es el aula más grande de la universidad: política y políticas de comunicación en la radiodifusión universitaria : el caso de am 1240 radio universidad nacional del sur. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes*  
<http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/783>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

## **“La radio es el aula más grande de la universidad”: política y políticas de comunicación en la radiodifusión universitaria: el caso de am 1240 radio universidad nacional del sur**

*TESIS DE MAESTRÍA*

**Marcelo César Tedesco**

mtedesco@uns.edu.ar

### **Resumen**

La radiodifusión en Argentina se estableció siguiendo el modelo estadounidense (Mastrini, 2011), en el cual se consideraba prioritariamente el lucro comercial como principio regulador. Sin embargo, este país cuenta con la primera emisora universitaria del mundo, y desde su creación en 1924 se han puesto al aire más de medio centenar de radios de universidades nacionales. A pesar de encontrarse distribuidas por todo el territorio argentino, de ser en muchos lugares las únicas radios públicas, y de encontrarse asociadas a los ámbitos donde se produce y comparte el conocimiento, los estudios sobre ellas son escasos, y particularmente sobre las políticas de comunicación en el sector, son inexistentes. También es posible ver que son escasos los estudios sobre las consecuencias de tales políticas en ámbitos regionales o locales en la Argentina, sobre los tipos de medios y de producción en el campo de las industrias culturales que dichas medidas configuran, así como análisis cualitativos sobre dimensiones institucionales que, consideradas también como políticas, contribuyen a la configuración del espacio simbólico por el que circula gran parte de la construcción social de la realidad.

Por ello, la propuesta de investigación de esta tesis se orienta a analizar el caso de AM 1240 Radio Universidad Nacional del Sur (UNS) desde el campo de las políticas de comunicación, enfocando como problema de estudio qué tipo de medio de comunicación y qué experiencias comunicacionales definieron las políticas y prácticas relacionadas con el proceso de creación y organización de dicha emisora, y considerando como hipótesis del trabajo que **el medio resultante fue configurado por la tensión entre la generación de un nuevo paradigma comunicacional en el país, por las singularidades de la universidad donde se inserta, y por el interés institucional por la puesta en marcha de un determinado proyecto de gestión política de la comunicación.**

**Director:** Dr. Guillermo Mastrini

Tesis para acceder al título de  
Magister en Ciencias Sociales y Humanidades  
Mención Comunicación



**Política y políticas de comunicación en la  
radiodifusión universitaria:  
el caso de AM 1240  
Radio Universidad Nacional del Sur**

**Autor: Marcelo C. Tedesco**

**Director: Guillermo Mastrini**

Noviembre de 2015

## **ÍNDICE**

<b>Agradecimientos y palabras preliminares.....</b>	<b>4</b>
<b>Abreviaturas .....</b>	<b>6</b>
<b>Introducción, definición del problema y objetivos.....</b>	<b>7</b>
<b>Estado del arte y enfoque conceptual.....</b>	<b>14</b>
<b>Marco jurídico de la radiodifusión universitaria .....</b>	<b>25</b>
<b>El contexto institucional y los antecedentes del objeto de estudio.....</b>	<b>43</b>
<b>Un proyecto de acceso y participación a la comunicación radiofónica.....</b>	<b>66</b>
<b>Políticas de comunicación en el aire.....</b>	<b>85</b>
<b>Consideraciones finales.....</b>	<b>98</b>
<b>Anexo documental .....</b>	<b>113</b>
<b>Bibliografía y fuentes documentales.....</b>	<b>147</b>

## **Agradecimientos y palabras preliminares**

Esta tesis es fruto de una aspiración personal madurada a lo largo de muchos años. Conjuga un interés intrínseco por el saber, con circunstancias de la vida que me pusieron en un lugar que diez o doce años atrás no hubiera imaginado. Todo el trabajo aquí escrito fue materializado en soledad, en el sentido de que no se trata de una tesis elaborada dentro de un grupo de investigación mayor, ni fue financiada por una beca o subsidio. Sin embargo, como una cosa es “materializar” y otra es “hacer”, creo que nunca nadie hace nada solo en su vida. Menos en el mundo de la ciencia y las ideas donde somos, como dijo Bernard de Chartres, “enanos en hombros de gigantes”.

Por eso, el primer agradecimiento y las primeras personas a quienes está dedicado este trabajo es a mi esposa Inés y a mis hijos Felicitas y Felipe, porque me devolvieron con amor las horas robadas a su compañía para hacer este posgrado y esta tesis.

También es una deuda de honor agradecer a mis compañeros de la Dirección de Comunicación Institucional y de AM 1240 Radio Universidad Nacional del Sur, y a todos los productores de programas, miembros del Consejo de Programación y autoridades de la UNS, por creer y apoyar un proyecto de radiodifusión diferente.

Especialmente, cabe un enorme agradecimiento a mi director, Guillermo Mastrini. Mi primer contacto con él fue a través de su obra, hace casi 15 años, cuando yo era un joven profesor viajero en una desaparecida materia de la UNS llamada “Industrias Culturales y Comunicación” y pude acceder gracias a la web a algunas de sus publicaciones. Así conocí que existía un campo llamado “políticas de comunicación”, que un novel licenciado en Historia con pocos años de graduado y algunos más de periodista de oficio ni sabía que existía. Diez años después tuve el placer de ser su alumno y el privilegio de ser su tesista. Como buen maestro, Guillermo enmendó mis errores con su paciencia, su experiencia y su consejo.

A Aldo Rotman -ejemplo, colega y amigo-, y a todos los compañeros de la Asociación de Radios de Universidades Nacionales (ARUNA), voces diferentes en un mundo cada vez más uniforme, porque con cada encuentro y cada charla fueron germinando en mí la necesidad de llenar un vacío –o intentarlo, al menos- en la literatura sobre nuestros tan particulares medios, reuniendo mi profesión como comunicador con mi interés como investigador

Un agradecimiento debo también a la universidad pública, que toma forma en mí como la Universidad Nacional del Sur. Camino por sus pasillos desde que aprendí a caminar, y a ella debo gran parte de lo que soy y lo que puedo. Junto a ella, a la Universidad Nacional de Quilmes, donde comencé un recorrido alejado de mi carrera de grado, que pude sortear gracias a mis docentes y compañeros de la Maestría en Ciencias Sociales. Todos ellos, pero sobre todo Martín Becerra, Adriana Valobra, Fernando Jaime,

Nadia Koziner y Diego Flaherty tienen mérito (si tiene alguno) por este trabajo, aunque ellos no lo sepan.

Y el último agradecimiento es a mis hermanos Ale y Lore, también sostenes y compañeros; a mis viejos, "Carozo" y "Kuky", y a Graciela. Ellos tres me abrieron las puertas del periodismo, y con ellos llegó mi amor por esta profesión.

## **ABREVIATURAS**

AFSCA: Autoridad Federal de Comunicación Audiovisual

AM: Amplitud Modulada

AMUNS: Archivo de la Memoria de la UNS

ARUNA: Asociación de Radios de Universidades Nacionales

AATRAC: Asociación Argentina de Trabajadores de las Comunicaciones

CIN: Consejo Interuniversitario Nacional

CNC: Comisión Nacional de Comunicaciones

CNPHV: Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas

CONEAU: Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria

COMFER: Comité Federal de Radiodifusión

CSU: Consejo Superior Universitario

DNSE: Dirección Nacional de Servicios Estadísticos

ENACOM: Ente Nacional de Comunicaciones

FM: Frecuencia Modulada

LSCA: Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual

LNP: Diario La Nueva Provincia

ME: Ministerio de Educación

PNC: Políticas Nacionales de Comunicación

RUN: Radios Universitarias Nacionales o Radios de Universidades Nacionales

SPU: Secretaría de Políticas Universitarias

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

UNS: Universidad Nacional del Sur

UNL: Universidad Nacional del Litoral

UNLP: Universidad Nacional de La Plata

## CAPÍTULO 1

### Introducción, definición del problema y objetivos

#### Introducción

Por más de siete décadas, la UNESCO ha proclamado la necesidad e importancia de contar en las sociedades modernas con medios libres, independientes y plurales para la consolidación de las democracias y la promoción y protección de los derechos humanos de todos y todas. Alcanzar ese ecosistema mediático, según la propia UNESCO, es un “rompecabeza complejo”. En los Indicadores de Desarrollo Mediático que dicha organización editó en 2008, está señalado que “este ecosistema debe contar con medios públicos, privados y comunitarios. Al contrario de lo que ha pasado con otras regiones del mundo, en América Latina, los medios, en la mayoría de los casos, nacieron privados y, en gran medida, continúan siéndolo”. Hay, no obstante, a lo largo de los últimos años “un robusto movimiento en muchos de los países de la región para cambiar este escenario. Nuevas institucionalidades fueron creadas y un conjunto de medios, llamados públicos, ocupan el espectro electromagnético por primera vez o de una manera mucho más fuerte comparada con lo que existía antes de estas transformaciones”. (BRITO, L., en BECERRA y WAISBORD, 2015)

Como se ha señalado, el lucro económico fue la piedra angular sobre la cual se estructuró el mercado de la radiodifusión en Argentina. Como sostienen Hallin y Mancini, “América Latina, hasta el momento, ha sido la única región del mundo, exceptuando a América del Norte, donde la radiodifusión se ha desarrollado como un proyecto fundamentalmente comercial” (2008: 93). Pauli (2013), al respecto, agrega que “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”. Si bien esta concepción del mercado de la comunicación audiovisual se sostuvo por décadas para el común de la población, que interpretaba a la comunicación como una actividad esencialmente con fines de lucro, en otros países la situación es claramente diferente. En efecto, el servicio público audiovisual, gestionado por entes públicos no gubernamentales se ha revelado durante décadas en otras latitudes (Europa, Canadá, Japón, Australia y, más recientemente, en Sudáfrica) como un virtuoso reaseguro de pluralidad ante la lógica puramente lucrativa de los operadores comerciales del sistema de medios (ver DE MATEO y BERGÈS, 2009 y FUENZALIDA, 2000, Cit. en BECERRA y WAISBORD, 2015)



Argentina cuenta con la primera emisora universitaria del mundo, y desde su creación en 1924 se han puesto al aire casi sesenta radios de universidades nacionales. A pesar de encontrarse distribuidas por todo el país y ser en muchos casos la única oferta en materia de radiodifusión pública, los estudios sobre ellas son escasos, y particularmente sobre las políticas de comunicación en el sector, son inexistentes. Como señala Uranga (2013), “todo planteo sobre políticas de comunicación desata polémicas, despierta controversias, porque compromete intereses y juegos de poder, pero también porque la cuestión entraña un alto grado de complejidad que alimenta las perspectivas diversas, las aproximaciones desde distintos ángulos para buscar respuestas ajenas al conformismo y a las simplificaciones”.

En este sentido, se considera que dichas relaciones ponen de manifiesto un conjunto de rasgos que se busca interpretar en el marco del campo que constituyen, caracterizado por los imperativos epocales en materia política comunicacional, por la trama configurada por la tensión entre la autonomía universitaria y los diferentes momentos políticos del país, y por las resultantes institucionales de la puesta en marcha de un determinado proyecto comunicacional; ya que según expresa Ayala Espino (1997), “la elección de una política es un asunto político pero también ético, sobre el cual el tomador de decisiones difícilmente podría mantenerse neutral. Sus decisiones están fundadas en algún modelo teórico y en el análisis empírico, pero es indudable que también influirá su visión de la sociedad”.

La revisión bibliográfica realizada permite apreciar numerosas fuentes bibliográficas en las cuales este trabajo puede abreviar para sostener supuestos teóricos, marcos de referencia, periodizaciones y otras herramientas conceptuales. Las periodizaciones esbozadas por los autores “clásicos” en el campo de las políticas de comunicación, los estudios que listan la normativa legal, los estudios sobre su acción pedagógica o educativa, etc. son elementos que colaboran a construir un objeto de estudio poco explorado, sirven como puntos de partida y aportan conceptos capaces de enriquecer el análisis. Sin embargo, ninguno se ha dedicado a las políticas de comunicación en el campo de la radiodifusión universitaria en ninguno de sus niveles: desde las más altas agencias del Estado hasta la normativa particular de cada casa de altos estudios. Aquí se destaca la carencia de investigaciones dedicadas a la temática como la que esta tesis propone.

Ahora, luego de un momento de valorización de los medios públicos por parte del Estado Nacional –que se puso de manifiesto, entre otras medidas, en la sanción de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, en la financiación y potenciación de la producción de canales como la Televisión Pública y Radio Nacional, en los programas de apoyo a la producción de contenidos y financiamiento para las radios universitarias- y de reconocimiento de la potencialidad de la comunicación audiovisual por parte de las instituciones de educación superior, la realización de estudios como el que aquí se sugiere

pretende llenar un vacío en la literatura académica y científica. Así, se busca sumar un aporte al conocimiento para facilitar la comprensión de las realidades, particularidades y posibilidades de las radios universitarias.

#### Definición del problema:

La revisión sobre la legislación de la comunicación en Argentina permite apreciar que desde la Ley Nacional 750  $\frac{1}{2}$  que regulaba el sistema de telégrafos, hasta la Ley Federal de Radiodifusión N° 22.285, vigente hasta 2009, la radiodifusión en este país se estableció siguiendo un modelo en el cual el lucro comercial fue el eje ordenador del sistema. Las sucesivas normas emitidas a lo largo de los años, como expresión de determinadas orientaciones políticas y de gestión de los poderes de turno reforzaron esta condición, hasta desembocar en procesos de re-regulación que permitieron un índice de concentración de las industrias infocomunicacionales superior a la media de los países latinoamericanos (BECERRA y MASTRINI, 2006, 2007 y 2009).

Como se explicará, el caso de AM 1240 Radio UNS es muy original en el contexto de la radiodifusión universitaria, y se considera de gran interés para revelar las tramas que configuraron los diferentes contextos, intereses, normativas y actores en materia de políticas de comunicación en la institución a lo largo de casi seis décadas, y la influencia de los procesos nacionales e internacionales en ellas.

La frecuencia para transmitir en 1240 khz de amplitud modulada fue otorgada en 1958 por el gobierno de Pedro Eugenio Aramburu como parte de un plan de transferencia de emisoras de radio a todas las universidades nacionales. Así comenzó en la UNS un largo proceso de desarrollo de la emisora que no escapó a avatares relacionados con los vaivenes políticos del país, y su correlato dentro de las instituciones universitarias: intervenciones militares y civiles, procesos de normalización con los gobiernos democráticos, recurrentes crisis presupuestarias, etc. La radio salió finalmente al aire en 2012 regida por un proyecto fuertemente justificado en tres ejes fundamentales: el derecho a la comunicación de toda la sociedad, el sentido público de los medios universitarios y la participación de la comunidad en la construcción de la propuesta programática. Así nació una forma de emisora altamente novedosa en el contexto de la radiofonía bahiense, y aún dentro de sus colegas radios universitarias, en lo que constituye un caso singular que justifica su estudio en todo el marco temporal que comprende desde sus prolegómenos hasta su definitiva salida al aire y los primeros cuatro años de funcionamiento. Como señalan Oszlak y O'Donnell (1981) "las *políticas públicas* son el conjunto de acciones u omisiones que manifiestan una determinada modalidad de intervención del Estado en relación a una cuestión, que concita el interés, la atención y movilización de otros actores sociales". Se cree aquí, coincidiendo con ellos, que la política estatal no constituye ni un

acto reflejo ni una respuesta aislada, sino más bien un conjunto de iniciativas y respuestas, manifiestas o implícitas, que observadas en un momento histórico y en un contexto determinados permiten inferir la posición -agregaríamos, predominante- del Estado frente a una cuestión que atañe a sectores significativos de la sociedad.

Cabe recordar lo citado de Ayala Espino (1997), cuando menciona que las decisiones políticas no son neutrales, y que –fundadas en un modelo teórico o ejercidas sobre la praxis- también revelan una determinada visión de la sociedad. En este aspecto, las discusiones sobre políticas de comunicación en América Latina se actualizaron y revitalizaron, sobre todo a partir de procesos de democratización impulsados por gobiernos y por organizaciones sociales, en especial aquellas dedicadas prioritariamente al campo comunicacional (Cfr. URANGA, 2015).

**Por ello, esta tesis circunscribe su problema de investigación a estudiar las políticas de comunicación resultantes de las relaciones entre los actores, las dinámicas institucionales y las normativas. El caso sobre las que trabajaremos estos vínculos es la radio de la UNS.**

En este sentido, se considera que las relaciones entre actores gubernamentales y universitarios, las dinámicas institucionales y las normativas involucradas en el caso a estudiar ponen de manifiesto un conjunto de rasgos que se busca interpretar en el marco de sus imperativos epocales en materia política y específicamente comunicacional, en la trama configurada por la tensión entre la autonomía universitaria y los diferentes momentos políticos del país, y en las resultantes institucionales de la puesta en marcha de un determinado proyecto comunicacional.

Las radios universitarias poseen un amplio capital simbólico como posibles agentes de construcción de la realidad social, porque su contexto de pertenencia las convierte en actoras capaces de aportar visiones calificadas sobre casi todos los temas; porque su audiencia primordial está constituida por sectores que -ya sean más o menos considerables numéricamente- detentan un amplio poder simbólico y la función legítima de transmitir las visiones autorizadas del mundo; y porque su marginalidad de la racionalidad económica que prima en los medios de comunicación comerciales les permite mayores espacios de experimentación, construcción de nuevas agendas de temas, revalorización de voces y enfoques alternativos, etc.

Sin embargo, a pesar de lo mencionado, no se han realizado hasta el momento investigaciones que articulen el campo de las decisiones en políticas de comunicación con estos agentes de construcción de la realidad social interpretándolos en sus contextos geográficos e históricos. A pesar de pertenecer a los ámbitos donde naturalmente se crea y discute el conocimiento, las radios universitarias argentinas son un objeto sobre el cual prácticamente no existe literatura científica, con la excepción de pocas tesinas de grado de alumnos de licenciaturas en Periodismo o Comunicación, relevamientos realizados por la

propia Asociación de Radios de Universidades Nacionales (ARUNA, la entidad que las nuclea), y obras de divulgación encaradas por algunos docentes relacionados con la radiodifusión universitaria.

Otro factor de interés está dado porque se trata de un sector con realidades muy particulares, que lo alejan de las características propias de otras industrias culturales, sobre todo las de carácter comercial; y porque conforman un espacio de producción simbólica referencial en sus entornos geográficos, al significar en muchos casos para el público “la voz de la universidad” sobre los temas y problemas que abordan en su programación. Este sector –el de la radiodifusión universitaria- se inserta en un contexto comunicacional argentino marcado por una estructura del sistema de radiodifusión caracterizada como fuertemente concentrada en cuanto a la propiedad de los medios, centralizada en la producción, y de ausencia de medios públicos no-gubernamentales (MARINO, 2005; MASTRINI y BECERRA, 2006, 2007 y 2009).

Mientras que los especialistas reconocen que “uno de los mayores desafíos de la actualidad para quienes diseñan políticas de comunicación con un sentido democrático es cómo preservar los servicios públicos en el nuevo ecosistema comunicacional que se presenta con una creciente tendencia mercadocéntrica” (MASTRINI, 2011) el estado del arte demuestra escasos trabajos sobre los medios públicos no estatales capaces de aportar elementos a la discusión, así como una notoria inexistencia de estudios sobre las políticas de comunicación en el campo que este trabajo propone. Por ello se aprecia la importancia de una investigación de este tipo, como forma de colaborar a la comprensión de un fenómeno tan particular y extendido como es el de la radiodifusión universitaria en Argentina, atendiendo a las particularidades regionales e institucionales en que se inserta. Coincidiendo con Buenfil Burgos (1992)

“parto del supuesto de que el proceso de construcción de conocimiento está atravesado de lado a lado y en todo momento, por una serie de intereses explícitos o implícitos, de carácter político en el más amplio sentido del término: desde la elección de la problemática central hasta el tipo de conclusiones, desde la elección de los autores hasta la organización de los períodos que se analizan”.

#### Objetivos de la investigación y metodología:

El objetivo general de esta tesis es analizar las políticas de comunicación que permitieron la creación y desarrollo de AM 1240 Radio Nacional del Sur, con especial énfasis en las dinámicas institucionales y normativas emanadas de la Universidad, y el tipo de medio que definieron con su aplicación.

Para ello, se definieron como objetivos particulares interpretar el proceso de creación de la radio en el contexto de las orientaciones nacionales en materia de política y políticas

de comunicación; caracterizar qué tipo de medio de comunicación definió del sistema adoptado para el gobierno y organización de la Radio de la UNS; y conceptualizar sobre las prácticas que los actores involucrados llevan a cabo en la radio interpretándolas como expresión de determinadas concepciones y políticas comunicacionales.

#### Metodología:

Esta investigación se llevará a cabo mediante estrategias de abordaje cuali y cuantitativas de manera combinada y complementaria. La revisión cuantitativa estará centrada en el análisis concreto de cuestiones delimitadas y específicas, que permitan la elaboración de indicadores considerando factores esencialmente numéricos como la relación entre proyectos presentados y aprobados, la cantidad de participantes en las producciones de la radio, los plazos y períodos de realización, la formación de las grillas de programación, etc. Facilitará correlacionar información para obtener una perspectiva general sobre tendencias, orientaciones, modelos, etc. que aporten datos para la caracterización del medio de comunicación, su organización, funcionamiento y los roles del colectivo que interviene en él

La estrategia cualitativa brindará una perspectiva más general, y está basada en el análisis de legislación y normativa, las entrevistas que se realizaron a las autoridades de la UNS, al personal de la radio y a participantes de los programas, en la lectura de los proyectos de programa presentados en las cuatro convocatorias llevadas a cabo entre 2012 y 2015, en las actas del Consejo de Programación entre 2012 y 2015, y en las expresiones públicas de diferentes actores sobre la emisora (discursos, notas periodísticas, etc.) y de otras fuentes que aporten a una mejor comprensión del problema planteado. Mediante la recolección de datos no estandarizados y aplicando en términos de Neumann (1994, en H. SAMPIERI, 2006) “una perspectiva holística”, se podrá conocer con mayor profundidad la realidad subjetiva de los sujetos involucrados, las motivaciones, las transformaciones, las aspiraciones y los objetivos pretendidos y alcanzados con la puesta en funcionamiento de la emisora. Esta etapa del trabajo de investigación buscará, como afirma Gallart (1993), “el estudio de los contextos, de la definición de la situación, de la comprensión de los sentidos que confieren a la acción los actores y de su interacción”. La suma de ambos enfoques permitirá elaborar consideraciones que se orienten a la consecución de los objetivos planteados anteriormente.

Como dimensiones de las políticas de comunicación utilizaré las orientaciones normativas que revelan y los principios ordenadores del sistema que proponen las diferentes medidas analizadas. Los indicadores se construirán en base a la cantidad,

implicancia y alcance de cada una de ellas, o de las expresiones públicas de los diferentes actores a analizar.

Para analizar qué tipo de medio de comunicación definieron las políticas adoptadas utilizaré como dimensiones centrales las formas de acceso y participación en la comunicación (ROSSI, 2006) del colectivo involucrado que define el sistema asumido. Los indicadores se construirán en base a la relación entre proyectos presentados y aceptados, los plazos de renovación de los proyectos y la forma de inclusión en el sistema de toma de decisiones de los miembros de la comunidad universitaria (docentes, no docentes y alumnos). Se considera que de esta manera se podrá caracterizar al tipo de medio de acuerdo a la literatura existente sobre medios públicos y medios universitarios.

Para conceptualizar sobre las prácticas comunicacionales desarrolladas en la radio en tanto expresiones de determinadas políticas, se analizarán como dimensiones generales la conformación de las diferentes grillas de programación y las unidades de programación; y como las dimensiones particulares la selección de la agenda de temas a abordar, la motivación que manifiesten los actores en sus proyectos de solicitud de espacios de programa y en las entrevistas, los resultados que definan en las evaluaciones de sus actividades, y la valoración que realicen de su paso por la radio a lo largo del período de duración de su proyecto.

## CAPÍTULO 2

### Estado del arte y enfoque conceptual

#### Estado del arte

El objeto de este estudio tiene su marco disciplinar en el campo de las políticas de comunicación en general, y en la Argentina en particular. Si bien se desarrollará haciendo énfasis en éste por tratarse de un estudio comunicacional, y cómo estas políticas influyeron en el caso de una emisora universitaria, es necesario coincidir con Martín-Barbero (2008) cuando señala que es imposible investigar sobre políticas de comunicación aisladamente de lo que ocurre en la política. Aquí se agrega además, como señala Solesbury (en PARSONS, 2007) que es imposible hacerlo aisladamente del contexto institucional en que se insertan. Esto ocurre porque las instituciones en tanto estructura aparecen como el marco donde se definen el abanico de estrategias y oportunidades de las que disponen los actores. Junto a Badillo y Marenghi, Mastrini (2015) señala que

“no se conocen trabajos académicos que aborden de manera sistemática el desarrollo histórico de las políticas de comunicación en América Latina, pero sí existen algunos trabajos importantes que han concentrado una sumatoria de análisis particulares de la estructura de medios de cada país (FOX, 1989; FOX & WAISBORD, 2002); que dan cuenta de la participación de los sistemas de medios de América Latina en la globalización (Sinclair, 1999); que se han enfocado en el propio concepto de políticas públicas de comunicación (EXENI, 1998), o se limitan a analizar las políticas de comunicación en un determinado país (BECERRA y MASTRINI, 2009)”.

Los primeros trabajos sobre políticas de comunicación en América Latina surgieron en la década de 1970 de la mano de investigadores como Luis Ramiro Beltrán, quien elaboró algunas de las primeras definiciones sobre este campo, al conceptualizar las Políticas Nacionales de Comunicación y las políticas parciales de comunicación. A estos primeros aportes se sumaron otros como los de Uranga quien las enfoca desde la conformación de las industrias culturales.

Estas políticas no se interpretan aquí como un proceso en fases o etapas sucesivas y complementarias sino en muchos casos como una “red de decisiones” en la cual los principales actores/agentes participan a través del análisis de sus comportamientos, sus reglas de juego, sus incentivos, sus recursos de poder y sus resultados; en muchos casos de manera confrontativa o contradictoria. En este sentido, varios autores (BELTRÁN, 1976; MASTRINI, 2009, etc.) coinciden en que el campo particular de las políticas de comunicación está conformado por las decisiones que, en diferentes niveles del sector

público, van delineando la configuración del sector, su estructura económica y la participación de los actores sociales y la ciudadanía en ellos.

Los estudios sobre políticas de comunicación, medios públicos y otros temas relacionados de Beltrán (cit), Pasquali (1991) y otros autores, considerados “clásicos” de la especialidad, se han revitalizado desde hace unos años en contextos de transnacionalización y re-regulación de los mercados comunicacionales; y de redefinición de las formas de intervención de los gobiernos en el campo comunicacional. En esta línea se inscriben las obras de autores europeos como Ramón Zallo (1992), Vincent Mosco (1996) y Armand Mattelart (1998), entre otros. Como señala Mastrini (2009) sobre ellos, “los estudios de economía política de la comunicación recuperan, aún con críticas, la tradición de la escuela crítica latinoamericana en la lucha por la democratización del ecosistema comunicacional y el establecimiento de políticas nacionales de comunicación”.

En este contexto internacional que se está reseñando, el importante cúmulo de investigaciones producidas en el campo ha hecho que Van Cuilenburg y McQuail (2003) y otros hayan comenzado a hablar de la redefinición de paradigmas, en el marco de estudios que proponen miradas de largo plazo para encontrar puntos comunes en diferentes procesos históricos y ensayar una periodización que relacione políticas con modelos de Estado. Ambos investigadores señalan que históricamente las políticas de comunicación se han dividido en dos campos de acción: las políticas de medios y las políticas de telecomunicaciones. Las políticas de medios están vinculadas a la regulación de los contenidos y los problemas culturales, y las de telecomunicaciones al desarrollo de la infraestructura y al mercado. Esta división también se aprecia en las aproximaciones que los investigadores de diversas corrientes han realizado al campo, considerando los diversos tipos de abordaje que se pueden realizar sobre el fenómeno comunicacional: social, cultural, semiológico, tecnológico... A esas dos líneas debe agregarse una tercera corriente, nutrida con aportes del derecho y la vinculada a la legislación de la comunicación.

A grandes rasgos, se interpreta en ellos a las medidas estatales o supra estatales de los organismos internacionales de regulación como reflejo de posicionamientos políticos, ideológicos y económicos, y su resultante en el campo de la cultura. Como corolario de estos enfoques se han alimentado nuevas miradas sobre viejos y nuevos objetos de estudio: desde la radio –próxima a cumplir un siglo de vida- hasta el fenómeno de la red de redes y la conexión global satelital.

En el ámbito nacional, los estudios sobre políticas de comunicación también son un campo rico en debates y producción intelectual. Quizás “Mucho ruido, pocas leyes” (MASTRINI, 2009) sea la compilación más accesible de trabajos sobre el tema, puesto que plantea un recorrido por los diferentes momentos históricos en la materia. Cada capítulo es elaborado por un investigador o conjunto de investigadores dedicados a la temática, en el



que condensan el desarrollo de la teleradiodifusión en Argentina, su estructura económica y el papel del Estado en los diferentes regímenes políticos del siglo XX.

Junto a esta compilación, pueden contarse numerosos trabajos del mismo núcleo de autores, encabezados por el propio Mastrini (1996, 2006, 2009), de Mastrini y Becerra (2006, 2007 y 2009), de Marino (2010 I y II), que abordan casos particulares como el proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina, la concentración de medios o los desafíos pendientes en materia de democratización de la comunicación. Por su relación con el foco de esta tesis, cabe señalar de estos autores (Mastrini, 2011: Marino, Mastrini y Becerra, 2009) varios trabajos dedicados a los medios públicos en Argentina, por las importantes conceptualizaciones que realizan al definirlos y la revisión que llevan a cabo de literatura internacional, lo que permite contextualizar su historia y actualidad en Latinoamérica y Europa.

Este trabajo también abrevará en otra corriente de abordaje de la radiodifusión desde el ámbito científico, como son las investigaciones sobre la legislación de la comunicación. Esta existe desde hace más de medio siglo, presentando desde trabajos clásicos surgidos desde el ámbito del Derecho como los de Arturo Pelet Lastra (1970), hasta las más recientes colaboraciones de Schiffer y Porto (2006) y especialmente Loreti (1995, 2006), que cruzan el campo legal con consideraciones más propias de las ciencias de la comunicación.

Si bien en general se tratan de trabajos de análisis de normativa y sus alcances y limitaciones, enmarcados propiamente dentro de la cuestión jurídica, es importante tener en cuenta que no se puede analizar políticas de comunicación –en este caso hacia un sector en particular, pero vale la afirmación para todo el campo- sin prestar especial atención a la legislación, como expresión normativa de determinadas políticas públicas que son, a su vez, reflejo de diversas orientaciones políticas y culturales de los gobiernos y las agencias estatales en los diferentes momentos en que son puestas en práctica.

Puesto que esta no es una investigación estrictamente legal, es particularmente útil para el análisis que se buscará llevar a cabo el trabajo de Elíades (2004) dedicado a detallar la legislación que fue sucediéndose a lo largo del tiempo desde las primeras normas dedicadas a la radio hasta la sanción del Decreto Ley 22.285, y los pormenores técnico-jurídicos de las mismas. Si bien su análisis es puramente legal y de carácter más descriptivo, ya que no aborda en los procesos de producción simbólica que ellos implican, compendia numerosos trabajos previos en lo que puede considerarse una puerta de acceso para la temática. Junto a él, también es de especial interés el apartado contenido en el libro de Baranchuk y Rodríguez Use (2012) realizado por Eduardo Seminara y dedicado al rol de las universidades nacionales y las emisoras universitarias en el proceso de redacción, discusión y sanción de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación

Audiovisual, donde el autor realiza una caracterización del sistema de radiodifusión universitario y su lugar en la mencionada Ley.

Más allá de ellos, los trabajos existentes hasta el momento sobre radiodifusión universitaria -tanto de autores nacionales como latinoamericanos- se han centrado mayormente en la teorización sobre el papel educativo o sobre las condiciones y los diferentes modelos de producción cultural que pueden elaborarse analizando la programación. Con excepción de Villafaña (2000), quien refiriéndose a las emisoras universitarias mexicanas también analiza en el contexto sociopolítico y normativo en el que nacen y se desarrollan –aunque su trabajo excede ese marco para abordar también sus propuestas programáticas, perfiles culturales, etc.-, son inexistentes los trabajos que propongan un abordaje desde el punto de vista de las políticas de comunicación y su inserción en el marco histórico institucional de pertenencia.

En la literatura sobre el tema en Argentina la línea predominante suele ser el papel cultural de las emisoras universitarias. La mayor parte de ella se han dedicado a la organización y la forma en que debería estructurarse la programación, de acuerdo a los diferentes contextos institucionales y sociales en que se insertan (ASEF y MORENO, 2011) con un sentido más pedagógico o de extensión que de elaboración crítica. En dichas obras o en otras de carácter más específico conceptualizaciones sobre las unidades de programación que integran las grillas de este tipo de emisoras, las particularidades de su producción, y hasta recomendaciones sobre su línea editorial (ASEF y MORENO, cit.; DIDO y BARBERIS, cit.).

Varios de estos trabajos (DIDO, 2009; BARBERIS y DIDO, 2006) suelen tomar los modelos elaborados por Haye para clasificar la programación. Este autor propone como tipos de radios universitarias cuatro clasificaciones: culta, científica, popular y mimética. Cada uno de ellos surge del entrecruzamiento de posibilidades, contextos y objetivos, como forma de producción cultural enfocada en el medio socio-geográfico local y regional, o como respuesta a la notable desigualdad que los flujos comunicacionales exhiben en la Argentina, resultados de políticas que consolidaron la concentración de la propiedad y la centralización geográfica. Fuera de los casos nacionales, el ya citado Villafaña (2000) realiza una tarea similar al analizar las emisoras universitarias mexicanas y agruparlas en seis modelos: comunitario clásico, institucional experimental, institucional alternativo, institucional popular, institucional orgánico e institucional estratégico.

Cabe señalar que hasta hace poco, gran parte de las obras producidas en la Argentina sobre la radiodifusión universitaria no seguían el canon académico. Como ejemplo pueden señalarse los ya citados de Barberis y Dido (2006), Dido (2009), Asef y Moreno (2011) o Liponetzky (2008), ya que no elaboran hipótesis u objetivos y sus respectivas confrontaciones y posteriores conclusiones, sino que más bien presentan un

abordaje descriptivo y concluyen con la exposición de recomendaciones generales o consideraciones que entran en el campo del “deber ser”.

Quizás las obras que más se aproximan al planteo que aquí se proponen son las llevadas a cabo por Giordano, Millito y Vallina (1997) y por Pauli (2012), ambas dedicadas a la radio de la UNLP. La primera es resultante del proyecto de investigación “Políticas de comunicación audiovisual universitaria”. Allí plantean un recorrido por la historia de dicha emisora periodizándolo en base a su programación y la relación de ésta con las diferentes gestiones que estuvieron en la conducción de la Universidad. Se trata fundamentalmente de un trabajo de política institucional, ya que no son muy escasas las relaciones con contextos históricos y políticas comunicacionales nacionales e internacionales. Su mirada de largo plazo les hace sostener la ausencia histórica de políticas institucionales coherentes para la emisora.

La obra de Pauli realiza 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; sosteniendo 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. Luego aborda como caso a la radio de la UNLP para plantear un posible modelo de gestión contemple los avances producidos en las discusiones sobre la democratización de la comunicación, especialmente luego del proceso de debate público y sanción de la Ley de SCA N° 26.522. Finalmente, nuevos trabajos –en base a tesis de posgrado o tesinas de grado- han aparecido para estudiar fenómenos como la digitalización o la convergencia en la radiodifusión universitaria (v.gr. PANOZZO, 2013, en imprenta)

El marco institucional de la Universidad Nacional del Sur en el período abordado por este trabajo, se describe en varias obras que lo analizan ya en su conjunto con una perspectiva de mediano plazo, como Marcilese, Orbe, Tedesco y Cernadas (2006) o Fernández Stacco (2010). De ambas, la primera ofrece la mirada de mayor carácter historiográfico, por la amplitud de las fuentes que utiliza y el entrecruzamiento de lo estrictamente institucional con el contexto sociopolítico y económico del país. Por su parte, la segunda permite obtener testimonios de primera mano a partir de la inclusión de entrevistas a actores protagonistas de diversos procesos, aunque evidencia las falencias de una obra realizada por un historiador vocacional. Junto a ellos, existen numerosos trabajos que abordan aspectos particulares (ORBE, 2003; CERNADAS, 2003) con mayor detalle, pero consecuentemente mayor especificidad en su objeto.

## **Enfoque conceptual**

Este trabajo se desarrollará en el campo disciplinar de las políticas de comunicación en general, y las de la Argentina en particular. Las políticas de comunicación son políticas públicas, y se entenderá aquí a estas últimas bajo la clásica y ya citada definición de Oszlak y O Donnell (1981) cuando las caracterizan como las acciones y omisiones que expresan una cierta modalidad de intervención del Estado en relación con una cuestión que concita la atención, interés o movilización de otros actores en la sociedad civil. Esta acción del Estado denota una cierta direccionalidad y una determinada orientación normativa, que luego –entendiendo a la formulación de políticas como una red de decisiones- afectará el curso del proceso social hasta entonces desarrollado en torno a la cuestión. Como agregan estos investigadores, de lo anterior se desprenden algunas consecuencias: En primer lugar, la política estatal no constituye ni un acto reflejo ni una respuesta aislada, sino más bien un conjunto de iniciativas y respuestas, manifiestas o implícitas, que observadas en un momento histórico y en un contexto determinados permiten inferir la posición -agregaríamos, predominante- del Estado frente a una cuestión que atañe a sectores significativos de la sociedad.

Profundizando las conceptualizaciones en relación al objeto aquí propuesto, según Luis Ramiro Beltrán, “una Política Nacional de Comunicación es un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación en un país”. Además, en su obra agrega que

“las políticas parciales de comunicación son conjuntos de prescripciones de comportamiento aislados que se interesan únicamente por determinadas partes o aspectos del sistema y proceso de comunicación social. Estas políticas son formuladas, fragmentaria e independientemente, por propietarios de medios de comunicación, por profesionales de comunicación y por funcionarios del gobierno, y cada una responde naturalmente a sus intereses respectivos. Como tales, entran a menudo en conflicto entre sí”. (BELTRÁN, 1976)

Otros investigadores dedicados a la cuestión, como Washington Uranga califican a las políticas de comunicación como “el conjunto de decisiones que van perfilando la conformación de las industrias culturales, la estructura económica que las sustenta y los modos y participación de los actores sociales y la ciudadanía. Luego, se convalidan con las normas” (en MASTRINI, 2009)

Exeni (1998) avanza detalladamente sobre la definición de Beltrán al sostener que una Política Nacional de Comunicación es

“una noción que parte identificando una totalidad (conjunto), con tres características esenciales: su estructura global (integrada), su proyección taxativa y obligante (explícita) y su dimensión permanente y sostenida en el tiempo (duradera); es decir, no es ni parcial, ni implícita ni coyuntural. Ahora bien, el instrumento de tal conjunto

es un cuerpo principista y normativo expresado en (la suma de) políticas parciales, las cuales configuran la política global”.

Otros investigadores reseñados por el propio Exeni sostienen las políticas comunicacionales como instrumentos para una estructuración y coherencia de la acción global en este ámbito (MACBRIDE, 1981) o como señala White (1985) quien plantea que deberían "detectar y alentar el crecimiento de nuevos patrones de comunicación" que emerjan del proceso social orientado a una redistribución del poder social. También deben mencionarse las visiones, como las de Roncagliolo y Avila (1985), que ven en las políticas comunicacionales modos funcionales de organización y desorganización de la comunicación.

Sin embargo, más allá de la valoración que realiza del trabajo de Beltrán, Exeni propone abandonar la noción de Política Nacional de Comunicación y sugiere el término Políticas Públicas para la Comunicación Pública (PPCP), a las que definió como un conjunto de principios, normas, aspiraciones y respuestas de tipo jurídico, moral y social fijadas a partir de intereses colectivos y de situaciones socialmente problematizadas. La diferencia radica en que dichas políticas públicas pueden ser también motorizadas por distintos actores sociales y grupos de interés y no únicamente por el Estado, aunque sea éste el responsable de definir las características que adoptará su implementación. Exeni agrega que “si bien algunos autores no hablan de conjunto, sino de sistema, de programa o de redes. En todo caso, la lógica de las políticas de comunicación como un todo unitario con partes interrelacionadas es la misma. En ningún caso se las concibe como instrumentos parciales”.

En la misma línea, para Sierra (2005) las políticas de comunicación incluyen “la definición de objetivos, disposiciones y actividades de las instituciones y actores políticos conducentes a organizar y lograr desarrollos específicos con relación a las condiciones de materialización de la comunicación pública moderna” y por ello indica que la investigación en políticas de comunicación debe ser abordada desde una mirada transdisciplinar conformada por la ciencia política, la estructura de la información, la comunicación y el desarrollo, el derecho y la economía política de la comunicación; una perspectiva con la que acuerda Martín-Barbero (2008) al señalar algunas las claves que deben guiar las investigaciones en políticas de comunicación y cultura, y que probablemente ambos recojan de las conclusiones de la Reunión de Expertos sobre la Planificación y las Políticas de la Comunicación en América Latina, realizada en Bogotá en julio de 1974. Al decir de José Luis Exeni (1998), este informe junto al trabajo de Luis Ramiro Beltrán constituye “el punto más alto a nivel propositivo, analítico y conceptual respecto a las políticas nacionales de comunicación”, ya que “los desarrollos posteriores del tema introdujeron básicamente variaciones y profundización de las bases definidas en estos dos documentos”.

Como puede verse, mientras que para Beltrán el rol del Estado era preponderante, y casi hasta excluyente, para Exeni y Sierra las políticas de comunicación pueden surgir de intereses colectivos y materializarse por parte de diversos actores sociales. Asimismo, las definiciones de estos autores confrontan en términos generales con Oszlak y O'Donnell, para quienes existen políticas implícitas, sostenidas no por la acción sino por la omisión.

**En este sentido, se interpretará para este trabajo como políticas de comunicación al conjunto de acciones y omisiones que manifiestan una determinada modalidad de intervención del Estado, sus agencias subalternas o diferentes actores políticos en el campo de la comunicación; que implican el establecimiento de principios ordenadores, normas, aspiraciones y respuestas de tipo jurídico, moral y social a una cuestión socialmente problematizada; y que definen los modos de acceso y participación de diversos sujetos sociales en los intercambios simbólicos que utilizan soportes comunicacionales, especialmente audiovisuales.**

Sobre la comunicación audiovisual, la principal conceptualización normativa que debe realizarse se extrae de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26522. En su artículo 2° señala que “la actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter fundamental 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”. Al hacer referencia a un servicio público, se sigue en este trabajo la definición de Gaetan Tremblay (1988) cuando señala que “el servicio público es una actividad considerada de interés general para la comunidad y como tal reconocida por el Estado. Dicha actividad no puede abandonarse absolutamente a la actividad privada y las leyes del mercado, y por lo tanto el Estado asume su responsabilidad y su control, sometiéndolo si fuera necesario a un régimen jurídico especial”

El caso de estudio de este trabajo es una emisora universitaria. La normativa vigente hace referencia explícita y taxativa para referirse a éstas, ya que como ha definido el Consejo Interuniversitario Nacional en su acuerdo plenario N° 384/00:

“los servicios de radiodifusión universitaria constituyen un sistema público de gestión autónoma. Tendrán 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 de los derechos humanos”, y sigue el artículo segundo de esa resolución mencionando “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”.

Profundizando esta definición, Barberis y Dido (2006) en su libro “Radios universitarias: principios, funciones, objetivos” señalan que su carácter de radios públicas las diferencia de las radios privadas por propiedad y de las comerciales por financiamiento,

y que su pertenencia les implica asumir responsabilidades sociales y culturales no exigibles a las de otro tipo.

Definidas entonces las radios universitarias como medios públicos, cabe reflexionar sobre qué implica esta caracterización dentro de la teoría existente. Al pensar cuáles deberían ser las características concretas de los servicios públicos de radiodifusión, Pasquali (1991) propone que deberían basarse en una doble independencia: económica y política. La independencia económica remite a que los criterios de programación no queden sometidos a una lógica puramente comercial, como ocurre en la mayoría de los medios, que basan sus ingresos en la publicidad. Esto no supone olvidar que hay una economía de la radiodifusión, pero sí que no puede ser el único criterio organizativo. La independencia política refiere a que el servicio público no debe depender del gobierno de turno, para que el servicio público no termine siendo radiodifusión oficialista.

Siguiendo a Paquali, Villafaña (2000) hace una caracterización que no por simple deja de ser efectiva al diferenciar a las radios universitarias de las comerciales: estas son radios cuya autosuficiencia financiera obliga atención privilegiada a lo vendible bajo ciertas condiciones del público consumidor, enfatizando la rentabilidad de la empresa y no la naturaleza del interés público. Las universitarias son garantía de complementariedad y supuesta libertad para diseñar sus propuestas de carácter educativo o cultural sin los condicionamientos que le imponen las leyes de la oferta y la demanda. En este sentido también se refirió Garnham (1990) al señalar que “la radiodifusión pública constituye uno de los intentos más serios por llevar adelante una redistribución más igualitaria de los intercambios simbólicos”.

Una diferenciación interesante para el objeto de este estudio –y que está en la misma línea de lo definido por el Consejo Interuniversitario Nacional para la radiodifusión universitaria en la Argentina- la aporta el colectivo de comunicación brasileño Intervozes, quien profundiza la clasificación al diferenciar a los medios estatales de los medios públicos. Si bien los primeros se encuentran dentro de éstos, no todos los medios públicos son estatales. En este grupo incluyen a los controlados y operados directamente por los poderes públicos (gobierno nacional, provincias, municipios) mientras que las entre las públicas no estatales ubican a las universitarias, comunitarias y las privadas sin fines de lucro.

Por fuera de la clasificación por criterios económicos, López Veneroni (1997) define a la radio pública como

“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 y receptivo de las demandas, inquietudes e

intereses vitales o emocionales de diversas capas de la población, las que no necesariamente se reflejan en términos de rating, en buena medida por su condición marginal o su desdén a ser objetos de encuestas”.

Vale aclarar que en este trabajo se entenderá el concepto de radio pública no sólo en base a la titularidad jurídica que la define o al origen de los recursos que proveen su sustento sino también a la función social que cada emisora desempeña. Como señala Pauli (2013) “lo que convierte de verdad en pública una emisora no es tanto el régimen de propiedad como sus contenidos cuando éstos se orientan verdaderamente a la construcción de ciudadanías”.

En el campo de estudio de las políticas de comunicación, los autores que sostienen la necesidad de una mirada transdisciplinar en su abordaje lo hacen en consonancia con quienes se dedican al análisis de políticas públicas en general. Desde mediados del siglo XX una de las corrientes dominantes abonadas en trabajos clásicos sostiene el análisis de la política pública como proceso (public process o policy-making). Las medidas oficiales en diversos niveles que hayan tenido anteriormente o de modo sostenido influencia sobre el objeto de este estudio, sean específicamente políticas de comunicación o no, se analizarán aquí siguiendo esta línea, para la cual “las políticas públicas son consideradas como arenas de juego en donde distintos actores (públicos y privados, políticos y burócratas, expertos e ignorantes) a partir de reglas (formales e informales, conocidas y no tan conocidas, racionales y no racionales) provocan resultados (estables o inestables, óptimos o sub-óptimos)” (JAIME, 2013). Ello se interpreta así porque las políticas públicas suponen diversos grados de decisión y alcance para los actores encargados de su formulación e implementación, y porque implica un recorte que aquí se considera erróneo la interpretación de medidas específicas (como las políticas específicamente de comunicación) sin su necesaria contextualización o correlación con medidas de otro tipo pero que tengan directa influencia en ellas.

Puesto que este trabajo abordará medidas gubernamentales en diferentes niveles: leyes, decretos, reglamentaciones, resoluciones, etc. emitidas por variadas agencias de los poderes públicos, se hará con una perspectiva sistémica, según la cual

“el Estado puede ser analizado como un grupo multifuncional y heterogéneo de instituciones económicas y políticas, que inciden diferencialmente en el funcionamiento y operación de los distintos sistemas. El análisis sistémico del Estado se preocupa por estudiar las relaciones del Estado con los sistemas económico, político y social como procesos mutuamente interinfluyentes. Estas relaciones son sistémicas, porque los sistemas mantienen determinadas relaciones entre sí, pero, al mismo tiempo, tienen cierta autonomía y se encuentran separados de un entorno determinado” (AYALA ESPINO, 1997).

Esto se fundamenta porque entre los distintos sistemas se establecen relaciones estratégicas, en el sentido que las decisiones de uno afectarán a otro más allá del ámbito del sistema en el cual originalmente se tomó la acción o decisión, lo cual se cree que es de



importancia para una comprensión más acabada de las elecciones públicas y las elecciones colectivas.

Vale destacar en este apartado que se considerará aquí al derecho a la comunicación desde una perspectiva universalista, constitutiva e intrínseca al ser humano, en la línea que plantea el Informe MacBride, “Un solo mundo, voces múltiples”, que ya en 1980 señalaba

“...presentamos una formulación de este derecho, 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”.

Esta definición está en la línea de la expresada por la Convención Americana de los Derechos Humanos, más conocida como el Pacto de San José de Costa Rica, que data de 1969 pero que recién fue ratificada por Ley N° 23.054 de la democracia en Argentina en 1984. Esta norma internacional 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 (cfr. PAULI, 2013).

## CAPÍTULO 3

### Marco jurídico de la radiodifusión universitaria

Este apartado estará dedicado a realizar un repaso de la normativa nacional –leyes, decretos, etc.- hacia el sector de la Radiodifusión Universitaria y a caracterizar la legislación de acuerdo a las orientaciones político-económicas de los actores políticos encargados de su elaboración y puesta en práctica, buscando establecer un contexto de referencia que permita interpretar las dinámicas del proceso bajo análisis. Para ello, se buscará conocer también qué medidas gubernamentales en materias de políticas de comunicación se tomaron en el período estudiado hacia la radiodifusión universitaria, y también qué expresiones se dieron en la institución en dicho marco temporal, relacionadas con la puesta al aire de la radio. Así, se reseñará de manera somera la situación legal de las RUN desde el surgimiento de la primera emisora hasta la actualidad para comprender su lugar en las políticas públicas estatales, y puesto que se considera de especial importancia en la cristalización del proyecto de la radio de la UNS, se analizará particularmente la discusión y sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual Nº 26.522 y su influencia en la creación de una corriente de opinión hacia adentro de la institución favorable a la puesta en marcha de la radio. Dice Villafaña (2000) que

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

Argentina cuenta con la particularidad de ser el primer país del mundo en poner en funcionamiento una radio universitaria. A poco de realizarse las primeras transmisiones de radio comercial en el planeta, el 5 de abril de 1924 se inauguró oficialmente la radio de la Universidad Nacional de La Plata, cuyo objetivo era “contribuir a la labor de extensión que la Universidad realizaba al irradiar las conferencias que se dictaran en el ámbito universitario”.

Cabe señalar que la radiodifusión durante sus años iniciales no contó con un marco normativo propio, sino que se aplicaba la ley Nº 750 ½, de 1875, dedicada al régimen de telégrafos. En 1913, se sancionó la ley 9127 que establece un monopolio estatal sobre las comunicaciones de radio, porque se entendía que esa era la mejor forma en que se protegía la seguridad del Estado, y se legisló sobre la transmisión radioeléctrica relacionada con los faros y los barcos, dando las habilitaciones el Ministerio de Marina.

Fue recién en 1928 cuando el Estado nacional decidió que el servicio esté fiscalizado por una sola autoridad, estableciendo en un decreto del 21 de noviembre que sería el Ministerio del Interior, por medio de la Dirección de Correos y Telégrafos, reglamentando por primera vez en forma integral y exhaustiva el servicio de radiodifusión. Este decreto reafirmó la potestad del Estado a distribuir las frecuencias y ordenó que ninguna estación emisora podía establecerse sin previa autorización de la Dirección mencionada. Al respecto, Elíades (2004) señala que para encuadrar a los nuevos medios, los grupos empresarios, la justicia y el gobierno, interpretaron que el artículo 67 inciso 12 de la Constitución Nacional (actual artículo 75 inciso 13), que faculta al Congreso Federal a reglar el comercio marítimo y terrestre con las naciones extranjeras y de las provincias entre sí, comprende no sólo el intercambio y tráfico de mercaderías, sino también el intercambio de comunicaciones. Partiendo de tal precepto constitucional, el Congreso unas veces y el Poder Ejecutivo otras, regularon todo lo concerniente a la radio y a la televisión a nivel nacional. Y señala la investigadora un apartado no menor en el análisis que aquí se plantea: “ese entendimiento ha llevado a considerar a la radiodifusión en un segundo plano respecto de la libertad de prensa, concepción que lleva a trastocar a la libertad de prensa en libertad de empresa, entendiendo a la actividad radiodifusora como un servicio meramente comercial”.

Más tarde, el 3 de mayo de 1933, el gobierno nacional dictó el Decreto-Ley 21.044 que regló el servicio, y en 1938 el Poder Ejecutivo creó una comisión especial para estudiar la cuestión y emitir recomendaciones. En el informe final se distinguen tres sistemas para la explotación de la radiodifusión: a) Ejecución por medio de concesionarios o permisionarios privados; b) Ejecución directa por el Estado; c) Prestación de estos servicios por sociedades mixtas o semi-oficiales.

Por entonces, como se ha mencionado, ya se encontraba en el aire Radio Universidad de La Plata, que comenzó sus emisiones con el fin de transmitir a todo el país las conferencias y actos académicos realizados en su ámbito, abriendo el camino en materia de radiodifusión universitaria a nivel mundial.

La sanción del Decreto N° 21.044/1933 propiciaba un sistema de radiodifusión privado y centralizado, con intervención directa del Estado. Para ello, se formaría una entidad única con la participación de los permisionarios, que tendrían el monopolio de los servicios. Si bien ya existían radios universitarias en la UNLP y en la Universidad Nacional del Litoral, inaugurada el 18 de agosto de 1931, el documento no hacía referencia a ellas. Estas recomendaciones nunca llegaron a ponerse en práctica, aunque se destaca que ya se apreciaba el rol simbólico del sistema. Afirmaba el decreto que “la nacionalización de los servicios radiotelefónicos representa el sistema ideal por excelencia, porque asegura todas las garantías indispensables para convertirlos **en una fuente propulsora del nacionalismo y la cultura**” (Cfr. ANALES, 1953, el destacado es propio).

Arturo Pellet Lastra (cfr. 1970) criticó el sistema mixto propiciado por tener dos fallas estructurales: En primer lugar, creaba un monopolio que contradice a la Constitución Nacional (Art. 14, sobre libertad de trabajo, comercio y asociación). En segundo lugar, el solo hecho de sumar en un directorio a funcionarios estatales y empresarios privados, limitaba no sólo la libertad de expresión, sino también los objetivos que tenía por ese entonces el servicio oficial de radiodifusión. Como se verá más adelante, esta característica acompañará otras normas relacionadas con el sector.

A poco de acceder a la primera magistratura, Juan Domingo Perón dispuso en 1946 la creación del Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR), revitalizando un proyecto de 1939 elaborado durante la presidencia de Roberto M Ortiz. Mediante esta norma caducaron todas las licencias de las emisoras comerciales privadas, y se impulsó la integración de 3 redes comerciales y una red oficial sin publicidad. También se habilitó en la localidad de General Pacheco la Planta Transmisora de LRA Radio del Estado. (Cfr BORGARELLO, 2007).

En 1953 el Congreso de la Nación dictó la Ley de Radiodifusión 14.241, primera norma para el sector promulgada por un gobierno constitucional. Allí se mantenía el sistema privado de explotación de las emisoras organizadas en tres redes, y se contemplaba el servicio oficial del Estado, pero nuevamente estaban ausentes las radios universitarias.

Si bien en este período se produjeron acontecimientos más importantes que definieron, por ejemplo, el sistema televisivo en la Argentina, se lo menciona aquí porque en él se dictaron las medidas más trascendentes para el sector hasta la sanción de la Ley 26.522: el Decreto ley 15.460/57 -conocido como Ley Nacional de Radiodifusión y Televisión- y el Decreto Ley 5753/58 por el cual el gobierno disponía la transferencia de ocho emisoras de amplitud modulada a otras tantas universidades nacionales.

En el Decreto ley 15.460/57 se estableció que “el servicio oficial de radiodifusión y televisión estará a cargo del Estado Nacional, de las provincias, municipalidades y **universidades nacionales**. Los estados provinciales y los entes jurídicos estatales deberán requerir al Poder Ejecutivo la adjudicación de las frecuencias... para la habilitación de emisoras” (Art. 11). Según destaca Borgarello, este decreto avanzó en la regulación de los servicios de Radiodifusión y Televisión, entendiendo por tales los de radiocomunicaciones cuyas transmisiones estuvieran destinadas a ser recibidas por el público. Esto es, comprendían las transmisiones de sonidos, o por televisión, facsímile y otros medios de emisión. Allí por primera vez se reconoce expresamente en el texto de una ley la facultad de las universidades nacionales para operar servicios de radiodifusión. Además, la norma estableció que sería el Ministerio de Comunicaciones la autoridad para asignar frecuencias, potencias y demás características técnicas de las estaciones de

radiodifusión y televisión, de conformidad con los convenios y reglamentación internacional suscriptos por el país.

Pocos meses después se dictó quizás la medida más significativa directamente relacionada con el sector radiofónico universitario en su conjunto. Fue el Decreto 5753 del 23 de abril de 1958, firmado por el presidente de facto Pedro Aramburu, por el cual el gobierno disponía la transferencia de LR 5 Radio Excelsior a la UBA, LW3 Radio Splendid a la UN de Tucumán, LV8 Radio Libertador a la UN de Cuyo, LR 9 Radio Antártida a la UN de La Plata (que ya tenía LR 11), LT5 Radio Chaco a la UN del Nordeste, LT 8 Radio Rosario a la UN del Litoral (que como se ha mencionado ya poseía una en Santa Fe), LU 7 Radio General San Martín a la UN del Sur y LW 1 Radio Splendid de Córdoba a la UN de Córdoba.

Las emisoras LT5, LV8 y LU 7 eran integrantes de la cadena "Radio El Mundo", de Editorial Haynes. Este emporio mediático editaba además una decena de publicaciones de alta penetración social. Durante la primera presidencia de Juan Perón este multimedio era de orientación filo-peronista, aunque no formó parte de la cadena que el Gobierno en forma directa o a través de testaferros iba creando hasta que en noviembre de 1948 el ex-Presidente del Banco de Crédito Industrial, Orlando Maroglio, adquirió el 51 % de las acciones de la editorial e ingresaron en el directorio como Presidente Miguel Miranda y como Vicepresidente el mayor Carlos Aloé. Meses antes del mencionado decreto, Editorial Haynes SA había comunicado al Poder Ejecutivo su intención de "vender los activos físicos de las emisoras LS 10 Radio Libertad, LT 3 Radio Cerealista, LT 9 Radio Santa Fe, LU 6 Radio Atlántida, LT 5 Radio Chaco, LV 8 Radio Libertador, LV 7 Radio Tucumán, LV 5 Radio Andes y LU 7 Radio General San Martín. Según la empresa, el motivo de la venta era la crítica situación económica de tales medios, que le impedían incluso el pago de los salarios a los empleados. A su vez, el Decreto Ley 16.530 del 14 de diciembre de 1957, estableció que tales medios irían a concurso público, y por ello el Estado nacional dispuso una transferencia de 30 millones de pesos como adelanto de los 85 millones en los que las emisoras mencionadas estaban tasadas, y que debían obtenerse del citado concurso.

En el artículo 2, el Decreto 5753/58 indica que "las universidades deberán conservar la **explotación comercial** de las emisoras manteniendo un mínimo de 16 horas al día de servicios continuados", pero señalaba en sus considerandos que la medida se orientaba a "dotar a las Universidades de **nuevos medios económicos** para que faciliten su autofinanciación". Agrega en otra nota el Director Nacional de Radiodifusión al rector de la UNS: "Las emisoras transferidas, además de cumplir la elevada función cultural que les corresponde, **servirán como medio de producción para sostener y afianzar el presupuesto** de cada universidad, a través de **la explotación comercial** que se realice de ellas" (UNS, 1964, los destacados son propios). Es decir, el fin de la transferencia no era sólo con objetivos culturales, sino también económicos. De todas ellas, sólo Córdoba –

que inició las transmisiones como Radio Universidad apenas 5 días después de notificado el decreto- y la UNS lograron la transferencia, aunque en este último caso la emisora continuó en manos privadas hasta 1976, cuando cerró definitivamente. Dicha casa de estudios logró ponerla al aire en la frecuencia AM 1240 khz recién en 2012.

El decreto consignaba además que el Estado nacional remitiría fondos a las universidades para afrontar los costos de las transferencias, que se haría cargo de las indemnizaciones del personal cuando corresponda, y que los bienes de cada emisora pasarían a manos de las universidades.

Si bien el Decreto 5753 fue ratificado por la Ley 14.467, que validó todos los Decretos Leyes emitidos entre el 23 de septiembre de 1955 y el 3 de abril de 1958, las transferencias no se llevaron a cabo con la excepción de las citadas casas de estudios, y por ello las universidades continuaron las gestiones ante la Secretaría de Comunicaciones de la Nación para obtener las licencias, y reclamaron a administraciones posteriores la cesión de las radiodifusoras. En nota del ingeniero Cortés Colón Solís Plá, rector de la UNL y presidente del Consejo Interuniversitario Nacional del 5 de febrero de 1964 al Secretario de Comunicaciones de la Nación, aquel mencionaba que

“tales radios, en poder de las universidades nacionales **concretarían una ponderable y valiosa política cultural** –que tanta falta hace en esta esfera- al propio tiempo que encauzaría la actividad radiofónica realzando primordialmente los valores de la ciencia y el arte”. Además, agrega “la posesión de una frecuencia destinada a vastos sectores de oyentes implica no sólo la utilización de medios técnicos adecuados sino un paso muy firme **hacia la recuperación de nuestra cultura, problema este de candente actualidad nacional**”. (UNS, 1964, los destacados precedentes son propios).

La normativa referida a la teleradiodifusión continuó modificándose con la sanción en mayo de 1967 de la Ley 17.282, que estableció nuevas condiciones para la concesión de licencias para la explotación y funcionamiento de las emisoras de radio y televisión; y, finalmente, el 22 de agosto de 1972, bajo la presidencia de facto de Alejandro A. Lanusse, se dictó el decreto-ley 19.768 para regular las telecomunicaciones y definir sus diferentes sistemas. Con este decreto se creó el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), un organismo autárquico dependiente del gobierno nacional, que debía encargarse de la adjudicación, caducidad y revocación de licencias y la modificación total o parcial de su titularidad. Estaba integrado por representantes de las Fuerzas Armadas y los concesionarios privados.

En septiembre de 1980 la dictadura cívico-militar autodenominada “Proceso de Reorganización Nacional” promulgó la Ley Federal de Radiodifusión Nº 22.285. Esta norma tampoco reconocía el pleno derecho a la radiodifusión por parte de las universidades nacionales al permitirles el acceso a licencias. Sólo reconocía las que estuvieran en funcionamiento como “de excepción”, señalando en su artículo 107 que

“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”. Este indicaba que era función del Servicio Oficial de Radiodifusión “proporcionar a los destinatarios del servicio la programación orgánica que requiere el nivel cultural de la Nación; difundir, en consecuencia, aquellas expresiones de elevada jerarquía estética que satisfagan las necesidades culturales de la población; asegurar el intercambio cultural entre las distintas regiones del país; e informar a la población acerca de los actos de gobierno”; entre otros.

Loreti (1995) señala que era una norma discriminatoria, en la medida en que sólo comprendía a las radios universitarias como “medios complementarios” junto a la TV por cable, las antenas comunitarias y las televisoras codificadas, facultando sólo a las sociedades comerciales a ser permisionarios de licencias de radiodifusión. Además, impedía a las radios y canales de universidades y otros medios públicos la comercialización de publicidad, restricción que luego fue eliminada con sucesivos decretos durante los gobiernos constitucionales.

Hasta la llegada de la democracia en 1983 sólo funcionaban las emisoras de amplitud modulada de las UN de La Plata, Litoral y Córdoba, mientras que la que legalmente estaba en manos de la UNS seguía sin estar operativa. El fin de la dictadura y el avance tecnológico producido en el campo significó una gran proliferación de radios de frecuencia modulada (FM) y aparecieron así centenares, quizás miles de radios calificadas luego con el adjetivo de “truchas”. Como señala Iglesias (2015), estos medios

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

Las universidades nacionales no fueron ajenas a este fenómeno: en 1984 comenzó sus emisiones la radio de la Universidad Nacional de Tucumán, en 1985 inició sus transmisiones experimentales la dependiente de la facultad Mendoza de la Universidad Tecnológica Nacional, en 1987 lo hacen las dos radios de la Universidad Nacional del Comahue; en 1989 surge la dependiente de la Universidad Nacional de Salta. Todas ellas iniciaron sus emisiones en un marco jurídico difuso. El 2 de junio de 1989, en las últimas instancias de su presidencia, Raúl Alfonsín firmó el decreto 783/1989 por el cual legalizó las frecuencias y categorías de las radios de las universidades nacionales de Jujuy, Lomas de Zamora, Patagonia “San Juan Bosco” (dos emisoras, Comodoro Rivadavia y Trelew), Rosario, Santiago del Estero, Misiones, Entre Ríos (tres emisoras: Paraná, Concordia y

Concepción del Uruguay), Centro (tres, en Olavarría, Azul y Tandil), Catamarca y Salta. Según destaca el decreto, las notas peticionantes de las universidades coincidían en “la necesidad de emisoras que den prioridad a los aspectos culturales y educativos, al realizar actividades ligadas tanto a la transmisión y formación de conocimiento, cuanto a la difusión por parte de sus programas de educación a distancia”. Como puede apreciarse, persistía en la fundamentación una mirada de la radio como prolongación de la actividad áulica en su función pedagógica. Luego, el decreto presidencial 821/1989 autoriza a LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata a instalar y poner en funcionamiento un servicio de radiodifusión con modulación de frecuencia”. Con estas medidas, 16 radios obtuvieron su reconocimiento y quedaron encuadradas legalmente, al menos de manera formal ya que algunas no comenzaron sus transmisiones hasta muchos años más tarde.

Tal como detalla uno de los periódicos informes de ARUNA, “entre 1989y el final del primer mandato menemista en 1995 surgieron no menos de 15 emisoras, lo cual implicó la potenciación (al menos, numérica) de la experiencia radial universitaria. Incluso en la actualidad, ese número representa una tercera parte del total de las señales universitarias operativas”. De cualquier manera, el dato contrasta con lo sucedido durante el segundo mandato del mismo presidente, época en la que resultó excepcional el lanzamiento de nuevas emisoras. Analizando esta situación, Seminara (en BARANCHUK y USÉ, 2011) explica que la falta de regulación coherente “generó un desarrollo *desigual, asistemático y voluntarista* de todo el sistema, donde conviven diversas figuras legales con distintas formas de gestión, que generalmente coincidían con los distintos modelos de gestión en las universidades” (el destacado está en el original).

Por otro lado, el fin de la dictadura también marcó el surgimiento de algunas iniciativas legislativas para generar nueva regulación en la comunicación audiovisual. En una mirada retrospectiva, Mariana Branchuk señala que “varios de estos planes surgían de iniciativas personales o subgrupos, y no respondían a una política de comunicación centralizada. Es así que legisladores del mismo partido presentaban proyectos que respondían a matrices opuestas. Ninguno de éstos llegó a ser considerado en sesión plenaria en la Cámara de Diputados” (BARANCHUK y USÉ, 2011, p. 19).

Durante la última década del siglo XX, motivado por las medidas de gobierno del presidente Carlos Menem en sus dos mandatos, se instaló en Argentina un modelo socioeconómico de fuerte carácter neoliberal. En el mercado de las telecomunicaciones el menemismo introdujo reformas a la Ley 22.285 que alteraron fuertemente el campo de las industrias audiovisuales, y que si bien no alcanzaron directamente a las radios universitarias, modificaron considerablemente el mercado infocomunicacional en el que se insertan. Las reformas multiplicaron por 6 la cantidad de frecuencias por titular (de 4 a 24), permitieron la conformación de redes repetidoras en todo el territorio nacional y el ingreso de capitales extranjeros, así como la propiedad de licencias audiovisuales (de radio y TV)



para las empresas de medios gráficos, entre otras (cfr. IGLESIAS, 2015).Mastrini y Mestman (1996) caracterizaron este período como de “re-regulación”, señalando que

“En la utilización del concepto desregulación encontramos el intento de disfrazar la nueva dirección en la intervención encarada por una gran cantidad de gobiernos nacional. Sostenemos que el uso del concepto de desregulación constituye una falacia construida a partir de presentar Estados en retirada, cuando por el contrario dichos Estados se encuentran en la primera línea de batalla, generando un volumen de dispositivos legales, en muchos casos mayor que los previos, destinados a establecer reglas de juego acordes con los intereses de los grupos oligopólicos”.

Una de las grietas del sistema establecido bajo este modelo comercial por casi ocho décadas surgió con el fallo de la Corte Suprema de Justicia de la Nación “Asociación Mutual Carlos Mujica c/ Estado Nacional (PEN-Comfer) s/ amparo” de septiembre de 2003. En él, la Corte declaró inconstitucional el art. 45 de la ley de 22.285, por considerarlo violatorio de los artículos 14, 16, 28 y 75 inc. 22 de la Constitución Nacional y del art.13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, y cumpliendo con dicho fallo lo prescripto por la Corte Interamericana de Derechos Humanos a través de su Opinión Consultiva 5/85, que sostiene, entre otros conceptos:

“Así, en principio, la libertad de expresión requiere que los medios de comunicación social estén virtualmente abiertos a todos sin discriminación, o, más exactamente, que no haya individuos o grupos que, a priori, estén excluidos del acceso a tales medios, exige igualmente ciertas condiciones respecto de éstos, de manera que, en la práctica, sean verdaderos instrumentos de esa libertad y no vehículos para restringirla” (cfr. BORGARELLO, 2007).

El nuevo escenario planteado por la “re-regulación”, hizo que durante los últimos años de la década de 1990 y los primeros del nuevo milenio, numerosas asociaciones y agrupaciones comenzaran a reclamar por el saldo de la deuda en materia de actualización legal en la comunicación audiovisual. El 7 de julio de 1998 nació la Asociación de Radios de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA), quien en una década y media de existencia fue consolidando su situación jurídica y funcional. Incluso, tuvo una activa participación en la Coalición por una Radiodifusión Democrática –nacida en 2004- y en el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO). El artículo 2 de los Estatutos sociales de ARUNA señala que son sus propósitos “Afianzar los principios y derechos que garanticen la existencia de una radiodifusión de origen universitario libre y estable al servicio del país, que defienda los ideales democráticos y normas constitucionales que regulan la vida de la Nación y estimule la cultura nacional y regional en todas sus expresiones”.

La respuesta política a las demandas de todos esos sectores llegó en marzo de 2009, luego de un crudo enfrentamiento iniciado en 2008 con los sectores rurales por la decisión de crear un sistema de gravámenes móviles (“retenciones”) a las exportaciones

de soja y girasol que dejó al gobierno de Cristina Fernández de Kirchner en su punto más bajo de popularidad y capital político.

En el caso del nuevo proyecto, la presidenta Cristina Fernández se mostró interesada en instalar el tema en la agenda pública, y presentó el problema bajo el argumento del peligro que la concentración de medios representa para la democracia. Sin embargo, esto chocaba directamente con los fuertes intereses corporativos y económicos de las principales empresas de la comunicación, que incluso luego de la aprobación de la Ley 26.522 derivó en un fuerte enfrentamiento judicial. La consolidación de la democracia, los adelantos tecnológicos y las características de la normativa hasta entonces vigente justificaban por demás la sanción de una nueva ley de radiodifusión acorde a las necesidades de toda la sociedad. Como reconocen Marino, Mastrini y Becerra (2012), “por primera vez, desde la recuperación del régimen constitucional en diciembre de 1983, se trató en una sesión plenaria del Congreso un proyecto de ley de medios. Se trata de un hecho casi inédito, ya que habría que remontarse hasta 1953 para encontrar el único antecedente similar”. Este contexto fue descrito por esos autores en otra obra (2015) al señalar que

“cuando la mayor parte de los países de mundo siguen la lógica de que ‘no hay mejor política de comunicación que la que no existe’, o funcionan con medidas liberalizadoras orientadas a modificar las condiciones dinámicas del mercado con nuevas reglas de juego para favorecer a los grandes grupos de comunicación, en América Latina ha surgido en los últimos años un grupo de gobiernos a contracorriente. Como se verá más adelante, aún no hay un consenso en la literatura politológica sobre qué categoría utilizar para definirlos –progresistas, de izquierda, nacional-populares, populistas, etc.– pero todos ellos han hecho o están haciendo reformas regulatorias en el ámbito de la comunicación orientadas a veces a modificar y otras a dismantelar las dinámicas y los sistemas mediáticos heredados de la etapa neoliberal”

De esa forma caracterizaban la llegada al poder ocurrida en los primeros años del siglo XXI de movimientos, partidos o coaliciones que bajo diferentes denominaciones (de izquierda, progresistas, etc.) hicieron resurgir viejos debates sobre el papel del Estado como regulador en numerosos campos sociales, entre ellos el de la comunicación. “Descontentos con ese escenario mediático producto de la hegemonía neoliberal, los gobiernos populistas/progresistas de América Latina lanzaron una ‘original incursión en un territorio que representaba un verdadero tabú en la historia regional: la intención de modificar el sistema comercial de medios a través de una operación simultánea de nueva regulación e injerencia del gobierno como importante actor comunicacional” (BECERRA, 2011, p. 14, en MASTRINI et. al. 2015).

Junto a la técnica legal capaz de traducir en una pieza legislativa el interés en llevar adelante una política pública de carácter estructural para el campo de la comunicación

masiva en Argentina, plausible de diferenciar distintos actores pero integrarlos en un mismo sistema, comenzó también el diseño de un plan de acción para generar el apoyo social y el consenso a favor de la nueva norma. El gobierno debió recurrir a herramientas diferentes de las tradicionales –los medios de comunicación masiva- porque como se ha dicho, este cambio de reglas afectaría fuertemente sus intereses económicos y corporativos. Solesbury (en PARSONS, 2007) postuló que es clave para comprender la formación de la agenda la relación entre los temas y las instituciones. En el caso analizado, la institucionalización, o el anclaje concreto de las acciones a favor de la nueva norma, vino dada principalmente desde el ámbito de las universidades nacionales. Muchas de ellas fueron objeto de foros en los que se buscó discutir, difundir y sensibilizar a la población sobre la importancia del tema, la gravedad del problema y las ventajas del nuevo proyecto de Ley.

Los sectores promotores de la nueva norma, encabezados por el entonces interventor del Comité Federal de Comunicación, Gabriel Mariotto, fueron apoyados por grupos de interés que desde años atrás reclamaban la sanción de una nueva Ley, como la Coalición por una Radiodifusión Democrática, que integran el Foro Argentino de Radios Comunitarias, la Asociación de Radios de Universidades Nacionales, la Red Nacional Audiovisual Universitaria, cooperativas, gremios y otros.

Ya desde 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 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 CIN384/00, 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” (ARUNA, 2005)

En la actualidad, gracias al artículo 145 de la Ley 26.522 todas las universidades nacionales e institutos universitarios tienen la posibilidad de tener una señal radiofónica, y su texto recoge la definición normativa que les ha dado el CIN en el mencionado acuerdo plenario:

ART. 145 “los servicios de radiodifusión universitaria constituyen un sistema público de gestión autónoma. Tendrán 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 de los derechos humanos”; y sigue el artículo segundo de esa resolución mencionando “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”.

Este artículo recoge textualmente la postura que se sostenía desde ARUNA y que había expresado el propio CIN, al calificarlos de “medios públicos de gestión autónoma”. Desde esta Asociación se celebró la inclusión de la Ley como un reconocimiento en primer lugar a la función que deben cumplir las universidades públicas en su medio; luego, a la tarea desplegada durante años, al tener en cuenta en el texto cuestiones como la propiedad, la publicidad, la misión que deben cumplir hacia adentro de sus universidades y con sus públicos, entre otros aspectos.

Sin embargo, la Ley dejó afuera otras propuestas realizadas por el Consejo Interuniversitario Nacional dentro del mismo acuerdo plenario orientadas a incorporarse en el artículo de una futura Ley, como las contenidas en su artículo 5, que señala

“Cada Universidad Nacional o Instituto Universitario Nacional tendrá derecho a que le sean adjudicadas no menos de una localización radioeléctrica analógica o digital en las bandas de FM y de AM, y no menos de, un canal de TV analógico o digital en las bandas de VHF o UHF, con un alcance que cubra la totalidad del área poblada en las que se hallan ubicadas sus sedes y en sus Continuidades demográficas.

Art. 7. Reserva de frecuencias: la autoridad de Aplicación proveerá que el Plan Técnico Nacional de radiodifusión establezca las reservas de frecuencias-categorías-potencias para nuevos medios universitarios en virtud del crecimiento vegetativo. El porcentaje de reservas destinadas al sector universitario estatal, no será menor al 10% del total de las frecuencias de AM y el 4%, de FM contempladas por el Plan Técnico Nacional, o los que en el futuro se sancionen. Las reservas establecidas en virtud de la amplitud territorial de la acción universitaria contemplarán en la proporción que se diseñe categorías acordes a la potencia necesaria para cubrir el área jurisdiccional de cada sede universitaria.

Art. 8: los servicios contemplados en este capítulo se financiarán con: a) aportes del presupuesto universitario, b) publicidad conforme a las disposiciones de la ley; e) **el 8% de los fondos que percibe el Comité Federal de Radiodifusión en concepto de gravamen a la facturación de las emisoras comerciales contempladas en esta ley.** (el destacado es propio, ya que se retomará este aspecto más adelante)

Art. 10: Sobre gravámenes. Las emisoras contempladas en este capítulo quedan eximidas del pago de Impuestos, tasas y gravámenes de orden federal, tanto en lo que atañe a ingresos por publicidad, como a la adquisición de equipamiento nacional o importado.

Sobre todo el proceso de discusión de la Ley 26.522, Marino, Mastrini y Becerra (2012) agregan “otorgó presencia en la superficie de los medios a un tema necesario y oculto (ocultado) por los intereses económicos en pugna y permitió reflexionar sobre el rol

y el carácter de los medios masivos de comunicación”. Esto va en coincidencia con lo expresado por numerosos autores (cfr. PARSONS, 2007) que sostienen que el verdadero poder además también reside en la capacidad de excluir temas de la agenda de las políticas públicas. A su vez, Seminara, en Baranchuk y Usé (2011, 123), expone cómo “la multitudinaria participación en los foros realizados en las distintas universidades nacionales hizo que la toma de posición se trasladara al interior de todas las instituciones y se ampliara el debate a través de los medios de comunicación”. A esto, agrega que “el compromiso de las autoridades del sistema universitario público ya se había hecho explícito en el año 2005, cuando se dieron a conocer los 21 Puntos por una Radiodifusión Democrática”.

Durante el debate de la Ley, en las audiencias públicas realizadas en la Legislatura, 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” (TURCONI, 2009)

Luego de la sanción de la norma, casi dos decenas de casas de altos estudios públicas respondieron al desafío planteado por la Ley y pusieron al aire –o están en proceso de hacerlo- sus emisoras universitarias. Esto significó un incremento de otros tantos nuevos medios respecto a los existentes antes de esta pieza legislativa, incluso en regiones donde la radiodifusión universitaria significa la única posibilidad de acceder a medios públicos.

### **El derecho a la comunicación y las barreras del acceso a la comunicación**

Los aspectos normativos en el ámbito legislativo son claves para comprender la formación de un sector de la comunicación –el de la radiodifusión universitaria- y las características generales de su desarrollo. Se considera aquí que el análisis particular de la realidad de cada emisora excede largamente los objetivos de esta tesis, pero por otro lado, se cree que también es importante hacer foco en decisiones políticas no legislativas que han tenido influencia en el sector en términos de favorecer el derecho a la comunicación de las universidades nacionales mediante el fortalecimiento de sus proyectos radiofónicos.

Como destaca Rossi (2006), “**acceso y participación** fueron conceptos acuñados dentro de los estudios de la sociopolítica de las comunicaciones a mediados de la década de 1970, por investigadores que buscaban indicadores para precisar el estado de la **democratización de la comunicación** dentro de un país determinado”. A su vez, la democratización de la comunicación fue definida ya por Mac Bride (1987, edición original en 1980) como "el proceso mediante el cual 1) el individuo pasa a ser un elemento activo y no un simple objeto de la comunicación; 2) aumenta constantemente la variedad de los mensajes intercambiados; 3) aumenta también el grado y la calidad de la representación social en la comunicación".

Específicamente considerada la participación, es definida por la UNESCO en tres niveles: a) la intervención de la población en la producción de los mensajes, b) la intervención en la toma de decisiones, y c) la contribución para la formulación de planes y políticas de comunicación masiva.

En este aspecto, la Ley 26.522 fue un avance sustantivo en materia de democratización de la comunicación en la Argentina, porque –entre otros logros, como la colegiación de los organismos de decisión, la división del espectro en tercios, o la creación de consejos consultivos- significó levantar la barrera legal y reconocer plenamente el derecho de las universidades nacionales a actuar en el campo de la comunicación radiofónica mediante la adjudicación de licencias. Y cabe señalar que no sólo a las universidades nacionales: Luis Lozano, en el apartado “Libertad de expresión y derecho a la información. Tensiones y desafíos en torno a la democratización de la palabra” (CELS, 2011) agrega a esto que “el imprescindible pluralismo de las comunicaciones demanda avanzar sobre la desconcentración del sistema mediático, impedir la consolidación de nuevas posiciones dominantes y, al mismo tiempo, fortalecer el surgimiento de nuevos actores en las comunicaciones masivas. Sobre el fin de 2010, más de 15.000 nuevos medios de todo el país habían presentado solicitudes para los procesos de entrega de licencias que comenzarán en 2011”. Allí puede verse que el levantamiento de la barrera legal abrió las puertas a una demanda contenida por la imposibilidad del acceso al ejercicio del derecho a la comunicación por parte de numerosos actores sociales.

Pero a diferencia de lo que ocurre con otros medios y organizaciones, la Ley 26.522 no establecía en su texto formas de financiamiento y libera su sostén material a la discrecionalidad de cada casa de altos estudios –ya sea mediante partidas presupuestarias o la comercialización- o a medidas por parte de otros poderes del Estado. Al respecto, cabe señalar que el art. 97 de la citada norma asigna porcentajes de la recaudación por el pago de gravámenes que deben realizar los medios comerciales al Instituto Nacional del Cine y las Artes Audiovisuales, al Instituto Nacional del Teatro, a Radio y Televisión Argentina SE, a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, al Consejo Federal de Comunicación Audiovisual a la Defensoría del Público

de Servicios de Comunicación Audiovisual y a los servicios de comunicación audiovisual comunitarios, de frontera, y de los Pueblos Originarios, con especial atención a la colaboración en los proyectos de digitalización, y al Instituto Nacional de Música. Además, la Ley establece en su artículo 100 que “Los fondos asignados mediante las disposiciones del artículo 97 no podrán en ningún caso ser utilizados para fines distintos al financiamiento de los organismos y entidades previstos o creados por la presente ley o para financiar los objetivos establecidos en ella”, con lo que queda cerrada la posible participación de las radios universitarias en alguna futura distribución de tales fondos.

Por otro lado, cabe reconocer que entre 2010 y 2015 se produjeron enormes avances para permitir a las radios universitarias superar la barrera económica que limita su actuación en el campo audiovisual, mediante significativas líneas de financiamiento – establecidas por la Secretaría de Políticas Universitarias de la Nación y ejecutadas mediante el Consejo Interuniversitario Nacional- para equipamiento, capacitación y producción de contenidos. En numerosas emisoras –sobre todo las más recientes, como la que es objeto de este trabajo- dichos aportes tuvieron un impacto notable en su renovación o instalación tecnológica, en el sostén de su programación y en la actualización y capacitación de su personal. Pero sobre todo, tuvieron un “impacto simbólico” ya que hicieron visible a las autoridades universitarias la importancia asignada a las radios de las universidades nacionales por parte del Ministerio de Educación a través de la SPU, e influyeron en la consideración interna que la institución brinda al medio como “herramienta fundamental en la promoción de las diversas expresiones culturales, la libertad de expresión, garantizando el derecho a la información, la participación ciudadana, la defensa de los principios democráticos y de los derechos humanos” (UNS, 2012) y en el compromiso para su sostén en decisiones presupuestarias futuras.

Sin embargo, este panorama cambió radicalmente a partir de la sanción por parte del Poder Ejecutivo Nacional en diciembre de 2015 del Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) 267/15 firmado por el presidente Mauricio Macri. Esa norma modificó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y dispuso la creación el Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom), que reemplazó y unificó a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y a la Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (AFTIC). El decreto pasó a tener carácter de ley el 6 de abril de 2016, dos días antes de la audiencia pública ante la CIDH, luego de que el Congreso de la Nación le diera la aprobación final

La norma aprobada establece además que "el ENACOM tendrá todas las competencias y funciones" que tanto la Ley de Medios como la de Argentina Digital "asignan, respectivamente, a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y a la Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las

Tecnologías (AFTIC)". Además, el ente "será objeto de control por parte de la Sindicatura General de la Nación" y de la Auditoría General de la Nación".

Otra de las modificaciones que establece el DNU señala que el directorio del ENACOM estará integrado por un presidente y tres directores nombrados por el Poder Ejecutivo, y otros tres que representarán a las tres primeras minorías parlamentarias. Los directores tendrán mandato por cuatro años, con posibilidad de una renovación, aunque podrán ser removidos "en forma directa y sin expresión de causa" por el Poder Ejecutivo. De esta forma, al igual que ocurría con el desaparecido Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) un amplio poder y discrecionalidad en la aplicación de medidas regulatorias del mercado audiovisual volvieron indirectamente al Poder Ejecutivo, disolviéndose los organismos que favorecían la participación de otros actores de la sociedad civil. Además, significó un retroceso en cuanto a límites a la concentración, ya que amplió de 10 a 15 el número de licencias para un mismo operador de televisión abierta y radios AM y FM en todo el país, y de 3 a 4 las licencias dentro de una misma ciudad; eliminó el tope que las señales de radiodifusión privada tenían para que éstas no abarcaran más del 35 por ciento del territorio de todo el país, el que tenía la televisión por cable de llegar a un máximo de 24 localidades, y el que tenían los cableoperadores y los titulares de las licencias de televisión abierta y radio a tener una sola señal. También modificó las prórrogas de las licencias audiovisuales, y estipuló que podrá haber prórrogas sucesivas, una primera automática por cinco años, y las siguientes prórrogas serán por 10 años. Sin embargo, establece que "los licenciatarios anteriores no tendrán derecho adquirido alguno respecto a su licencia".

En la audiencia ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos, realizada el 8 de abril de 2016, el periodista Horacio Verbitsky expresó que

"Con el pretexto de las falencias en la aplicación de esta ley – que muchos de nosotros hemos señalado en distintas oportunidades – y con la promesa de una futura ley de convergencia tecnológica se sustituyó un esquema participativo y multisectorial por otro de regulación y gestión puramente estatal que excluye a la sociedad civil de las autoridades de aplicación y de los consejos federales cuyos integrantes fueron removidos sin seguir los procedimientos legales que los amparaba".

En la misma audiencia, el doctor Martín Becerra ilustró con ejemplos la concentración existente en la Argentina al indicar que casi el 40 por ciento de las licencias de televisión abierta está en manos de dos grupos. En la televisión por pago – que llega al 83 por ciento de los hogares del país – casi el 70 por ciento está controlado por dos grupos. "Sin embargo, las nuevas normas decretadas por el gobierno dan la espalda a este problema: obstaculizan la competencia y por lo tanto potencian la concentración", aseguró Becerra y dio como ejemplos el hecho que se hubiera calificado a la televisión por cable como servicio de telecomunicaciones eliminando contraprestaciones "elementales" como el



'must-carry' (obligación de transmitir) o la prórroga automática de las licencias actualmente abiertas por cinco años con la posibilidad de otros 10 años, que impide la apertura de concursos y manteniendo por fuera a grupos tradicionalmente discriminados", expresó este investigador.

Por su parte, el doctor Damián Loreti –profesor de la cátedra de Derecho de la Comunicación en la Universidad de Buenos Aires, vicepresidente de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias y uno de los redactores de la derogada Ley 26522- hizo referencias a los tres estándares "violentados" con este decreto. El primero tiene que ver con el haber quitado la "autorquía legal a las autoridades" establecidas, el segundo sobre la eliminación de la obligación de transmitir o 'must-carry' y finalmente el de violar el principio de legalidad "porque un Decreto de Necesidad y Urgencia no cumple con los estándares de la opinión consultiva de la Corte Interamericana ni aún refréndandose por el Parlamento" (KNIGHT CENTER, 2016).

En octubre de 2016, el Consejo Interuniversitario Nacional, que nuclea a todos los rectores de universidades públicas, emitió una declaración referida a la discusión de la norma que reemplace a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, impulsada por el Poder Ejecutivo Nacional. Allí señalaron que "es fundamental establecer límites a la concentración", indicando que

"como se plantea con preocupación en organismos supranacionales y se describió recientemente en la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, la concentración de la propiedad es una de las principales amenazas a la libertad de expresión en el continente. En consecuencia, deben establecerse reglas contra el abuso de posiciones dominantes, la propiedad cruzada y la concentración indebida, para promover la diversidad y la pluralidad".

El documento detalla que en la actualidad,

"el sistema de medios de comunicación universitarios está compuesto de más de cincuenta radios en todas las provincias del país, más de diez canales de televisión emitiendo, dos consorcios de universidades y más de diez universidades esperando parámetros técnicos para comenzar sus transmisiones televisivas. Por otro lado, las universidades que no cuentan con canales, tienen productoras que realizan para otras pantallas. En su estructura cuenta con más de veinte Centros de Producción Audiovisual con tecnologías de alta calidad y asimismo, cuenta con una planta de 450 cargos técnicos que dan sustentabilidad a la producción de contenidos audiovisuales federales".

Por ello, reclamaron que "la legislación debe explicitar el reconocimiento de los medios universitarios como medios públicos y actores fundamentales de la comunicación audiovisual, y garantizar las estructuras para su funcionamiento y su inclusión de los medios universitarios en la pauta oficial",

“Desde la perspectiva académica, una red de más de 30 carreras de grado y una amplia oferta de carreras de posgrado en comunicación social dan fundamento científico al desarrollo de los medios públicos universitarios”, sostenían los rectores. Además que, “la presencia del sistema universitario en su territorio mediante políticas de extensión universitaria, transferencia tecnológica, políticas culturales y sociales, no solo garantizan cobertura federal a lo largo y ancho del país, sino también en el propio territorio de cada universidad, que llega mediante sus medios de comunicación a sitios donde ninguna otra institución pública ni privada llegan”.

Por eso, los rectores solicitaron la ratificación del artículo 89 de la Ley 26.522, que contemplaba que “cada Universidad tiene el derecho de ser autorizado a prestar servicios de comunicación audiovisual y que se reserve en cada localización donde esté la sede central de una universidad nacional, una frecuencia de televisión abierta, y una frecuencia para emisoras de radiodifusión sonora”.

También solicitaron la participación de las Universidades con representación plena en todos los organismos de dirección y control que establezca la nueva norma:

“la Ley deberá contar con un miembro en el Directorio del Organismo, un académico representante de las universidades nacionales. Asimismo, Dos miembros a propuesta de las Universidades nacionales y/ o medios universitarios en el contexto del Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos, y dos miembros en el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, debiendo uno de ellos ser un académico representante de las universidades nacionales y uno representante de los medios universitarios”.

Junto a ello, reclamaron que en las modificaciones también se incluya a dos universitarios en el directorio de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, debiendo uno de ellos ser un académico representante de las universidades nacionales y/o de medios universitarios. (CIN, 2016).

Paralelamente, a iniciativa de ARUNA, en septiembre de 2016 comenzó en la Cámara de Diputados de la Nación el tratamiento de una ley para declarar el 5 de abril – día de la fundación de la Radio de la Universidad Nacional de la Plata- como Día de la Radiodifusión Universitaria. Los últimos considerandos del anteproyecto señalan:

Que resulta imprescindible la inclusión de las radios Universitarias, en los marcos regulatorios de las comunicaciones de la R.A. autorizando, permitiendo y protegiendo su desempeño como medios públicos.

Que de sus presupuestos generales las Universidades Públicas deben disponer los recursos específicos destinados a las radios de cada universidad.

Que el presupuesto destinado a la educación superior ha contemplado en forma parcial y desagregada, en los últimos años, un renglón destinado a los medios

universitarios, con montos que se podrían definir como de fomento pero que no inciden en su sustentabilidad.

Que resulta necesario entonces, garantizar la sustentabilidad apuntando a la generación de contenidos radiales, inversión y actualización tecnológica e incorporación de recursos humanos.

En su parte resolutive, el artículo 2 del proyecto que alcanzó dictamen favorable unánime en la Comisión de Educación al momento de finalizar esta tesis, expresaba:

“Declárase de interés público los medios radiales universitarios, los que desarrollarán sus actividades en el marco de la autonomía y autarquía reconocidas por la Constitución Nacional a las Universidades Nacionales, de acuerdo a lo previsto en las Leyes específicas de educación superior y comunicación audiovisual, garantizando la sustentabilidad de las emisoras universitarias”. (ARUNA, 2016)

## CAPÍTULO 4

### El contexto institucional y los antecedentes del objeto de estudio

En este capítulo se realizará una descripción del contexto histórico e institucional en el cual fue creado el nuevo medio de comunicación, en el convencimiento de que las políticas y sus resultados son producto de coyunturas temporales y organizacionales determinadas y su entrecruzamiento en varios niveles, y sin su conocimiento es incompleta la comprensión del fenómeno bajo análisis. También, se incluirán en este apartado los antecedentes en cuanto a las medidas que tomó la UNS y que expresiones tuvo la comunidad universitaria a lo largo del período estudiado, relacionadas con la puesta al aire de la radio, previas a la elaboración y aprobación del proyecto definitivo.

Al integrarse definitivamente el sudoeste bonaerense a los circuitos económicos internacionales, hacia fines del siglo XIX, Bahía Blanca y su región quedaron incorporadas de lleno al modelo agroexportador que regía la economía argentina por entonces. El crecimiento de la ciudad fue tal que entre 1901 y 1914 pasó de tener 25.365 a 70.269 habitantes (LNP, 1928). Este desarrollo socio-económico generó tempranamente en los sectores dirigentes y la ciudadanía de Bahía Blanca el anhelo por contar con una institución de carácter universitario, y ya en febrero de febrero de 1924 el diputado radical Mario Guido presentó un proyecto de ley para la creación de la Universidad Nacional de la Costa Sur, a partir de una estructura académica conformada por tres facultades: Agronomía y Agricultura, Ciencias Económicas y Química Industrial. Los motivos de esta particular selección de disciplinas tenían que ver con el perfil productivo que se pretendía otorgar a la nueva entidad, que se correspondía con las "...modalidades de vida local y regional" (LNP, 3/10/1924), según afirmaba la prensa local.

Si bien la idea no tuvo éxito, sembró el germen para que en 1939 el diputado conservador Samuel Allperín presentara un nuevo proyecto con grandes semejanzas al primero. En él señalaba que "paralelamente a este propósito de valorización espiritual y material del Sur argentino con que fundamento el proyecto de crear una universidad técnico práctica en la ciudad de Bahía Blanca, corre el de desviar la extraordinaria corriente estudiantil hacia los estudios de corte clásico" (UNS, 1978). Así, destacaba la necesidad –a su criterio- de formar universitarios en áreas del conocimiento vinculadas a temáticas económico-productivas, en vez de continuar con la tendencia predominante en la restantes universidades argentinas, que privilegiaban estudios tradicionales tales como Derecho, o Medicina. El proyecto de Allperín tampoco tuvo aprobación parlamentaria, y cerrado ese camino, varias personalidades nucleadas en torno a la sede local del Museo Social Argentino crearon la Universidad del Sur, de carácter no oficial y privado. La institución organizaba sus actividades en tres facultades: Ciencias Económicas, Ingeniería

y Química. Para dotar de reconocimiento a los estudios, en 1941 los fundadores pidieron el aval de la Universidad Nacional de La Plata a los títulos. El Presidente (cargo semejante al rector en el resto de las universidades nacionales argentinas) de esta casa de estudios creó una comisión para analizar el caso, en la que estaba el entonces estudiante de abogacía Miguel López Francés. A pesar de todo, la vida de este emprendimiento fue breve y precaria.

Sin embargo, las negativas no menguaban el interés de la comunidad bahiense por tener una universidad. Tal es así que en 1946 se presentaron otros tres nuevos proyectos legislativos basados en sus antecesores. Todos planteaban una institución que se especialice en “carreras que produzcan un rápido aprovechamiento para la región austral” (UNS, 1966). El tercero fue elaborado por el ya diputado provincial Miguel López Francés, perteneciente al peronismo, y aprobado por unanimidad en ambas cámaras. Luego de la aprobación se firmó un convenio con el Estado Nacional para que la institución bahiense dependa directamente del Ministerio de Instrucción y Justicia y los títulos fueron otorgados por la Universidad Nacional de La Plata. Así se creó el Instituto Tecnológico del Sur, que funcionó organizado en las Escuelas de Ciencias Comerciales, Química Industrial e Ingeniería Industrial. En la Ley N° 5051 se destaca “Créase con sede en la ciudad de Bahía Blanca el Instituto Tecnológico del Sur, cuyo objeto será propender a la *investigación científica y la formación profesional y técnica* contemplando sustancialmente las necesidades del pueblo argentino y de la zona sur en particular, sobre todo en su aspecto económico social” (UNS, 1966) El destacado precedente es propio, y se realiza para enfatizar el perfil con el que nació el antecedente de la UNS, puesto que se considera aquí que ello tuvo influencia en el proceso de puesta al aire de la radio.

En 1948 el presidente Juan D. Perón designó al propio Miguel López Francés como Rector, quien debería adoptar las medidas necesarias para su organización. A la sazón, López Francés era Ministro de Hacienda, Economía y Previsión de la provincia de Buenos Aires. Por un lado, ello permitió al flamante instituto hacerse desde su nacimiento con un importante presupuesto y la cesión de varias propiedades. Por otro, el cargo provincial del Rector motivó que gran parte de las actividades académicas y administrativas recayeran bajo la dirección del vicerrector, el profesor Santiago Bergé Vila.

Desde su creación el Instituto tuvo un perfil tecnológico que lo diferenciaba del resto de los centros universitarios del país. Esta orientación técnica y científica era congruente con el proyecto industrializador del Primer Plan Quinquenal impulsado por el peronismo, que buscaba el desarrollo fabril como una instancia superadora del modelo agroexportador tradicional. Sobre ese aspecto se refirió el gobernador bonaerense Domingo Mercante al inaugurar las clases del flamante instituto universitario:

“Sabemos también que en los temas fundamentales que constituyen la doctrina de nuestro movimiento, es decir la justicia social, la soberanía política y la recuperación económica, este último, que no es el menos importante de todos, no ha de realizarse íntegramente si nuestro país no crea, en breve plazo, un contingente de técnicos de todas las especialidades vinculadas a las grandes fuentes de producción y a todas nuestras industrias madres” (ITS, 1948).

Más allá de estas intenciones, el perfil económico de Bahía Blanca al promediar el siglo XX estaba más próximo al de una ciudad ligada a la actividad mercantil y financiera que a la industria y la producción. El Censo Comercial realizado en 1954 da cuenta de esa característica debido a que Bahía Blanca ocupaba el tercer lugar de la Provincia luego de Avellaneda y Mar del Plata, tanto por la cantidad e importancia de los establecimientos como por el número de personas empleadas. Por entonces la ciudad contaba con 3.389 establecimientos comerciales que ocupaban a 7258 personas (DNSE, 1959), una cifra considerable para una población de poco más de 122 mil habitantes, según el IV Censo General de la Nación de 1954. La propuesta académica inicial de Ingeniería Química, Química Industrial y Contador Público, se complementó en 1951 con la puesta en marcha de la Escuela de Profesorado, que comprendía las especialidades de Electromecánica, Ciencias Físico-Matemáticas, Química, Mineralogía y Geología y Letras.

Las obras dedicadas a la historia de la UNS, tanto en una perspectiva macro (CERNADAS et al, 2006) como enfocadas en procesos particulares (ORBE, 2004) coinciden en destacar que la presencia castrense en el ámbito geográfico de la Universidad, a causa de la proximidad con la Base Naval Puerto Belgrano (la mayor base naval del país) y el Comando del III Cuerpo de Ejército (antes denominado V Cuerpo), junto a asientos de la Prefectura Naval Argentina y la Gendarmería Nacional, conjugada con la existencia de un sector extendido de la sociedad bahiense de carácter fuertemente conservador, fueron gravitantes en la orientación política de la Universidad casi a lo largo de toda su historia, o al menos hasta bien entrada la década de 1980. Junto a ellos, la institución recogió los antecedentes de sus proyectos legislativos y la organización del ITS, y desarrolló su oferta académica como una universidad con marcado predominio de las ingenierías y las ciencias exactas, y un claro perfil científico-técnico, lo que para muchos luego tuvo influencia en el tema de la radio universitaria en particular. Contribuyó a cimentar esta orientación la llegada aún en tiempos del ITS de numerosos profesores europeos –en su mayoría rumanos, alemanes, croatas e italianos- que, expulsados por la economía de posguerra o las condiciones socio-políticas de sus lugares de origen, buscaron en Argentina un campo más promisorio para sus actividades científicas y académicas. Ellos, ya iniciados en la investigación en varias universidades de relevancia, comenzaron rápidamente a desarrollar investigaciones y posgrados en la UNS en áreas como la Economía, la Ingeniería, la Química y la Ingeniería Química. Estos fueron contactados por diversas vías, ya sea a través de organismos internacionales como la

Organización Internacional para Refugiados de la Naciones Unidas, mediante la intervención de las autoridades diplomáticas argentinas en Europa, o por recomendación de sus colegas ya en la institución. Curiosamente, luego de analizarse sus antecedentes, los profesores firmaban un contrato por el cual se comprometían a dedicarse de forma exclusiva a las tareas de docencia e investigación y a mantener absoluta prescindencia política dentro y fuera de sus funciones. Además, dentro de sus especialidades, debían prestar total colaboración con proyectos en otras reparticiones del Estado, y en especial, con las Fuerzas Armadas (CERNADAS et. al. 2006).

El derrocamiento del presidente Juan Perón a manos del golpe cívico-militar de 1955 significó cambios en la educación universitaria bahiense. El Comando Naval de Bahía Blanca designó en septiembre de ese año como interventor interino del Instituto al profesor Pedro González Prieto. También convirtió a la institución en una entidad descentralizada hasta que se le concediera categoría universitaria. El ministro de Educación, Atilio Dell'Oro Maini, envió a Bahía Blanca una comisión para estudiar el ordenamiento legal definitivo del Instituto. En octubre de ese año se formó una comisión local para promover una campaña popular pro universidad. Según señala Marcilese (en CERNADAS et al, 2006), “el nuevo Interventor, aprovechando el apoyo brindado por todos los sectores de la ciudad, decidió, junto con un consejo asesor, cerrar el Instituto como una forma de acelerar la decisión del gobierno”. Finalmente, el 5 de enero de 1956, fue dictado el Decreto-ley 154, por el cual se creaba la Universidad Nacional del Sur. Como dato de la gravitación de los sectores castrenses en dicho momento, vale señalar que a continuación de la ceremonia inaugural, se ofreció una cena íntima para los invitados principales y al día siguiente las autoridades visitaron las obras de la Avenida Alem (donde se construía el principal edificio de la UNS), la Base Naval Puerto Belgrano y el Comando Vº Cuerpo de Ejército.

En el Decreto-ley 154/56, de creación de la Universidad, puede leerse que “tiene por fin *la investigación científica y la formación profesional* en el ámbito de las disciplinas de orden técnico, económico y humanista, relacionadas con los problemas del sur argentino” (UNS 1966, el destacado es propio). En febrero del mismo año de la creación se ponen en funcionamiento los primeros Institutos de Investigación, dedicados a “el estudio de los problemas sociales, económicos, técnicos y profesionales propios de la región que está obligada a servir en primer término, como a la especulación pura en aquellos aspectos en los que, por la jerarquía y capacidad de los investigadores puedan efectuarse aportaciones originales” (UNS, 1966). Los primeros en funcionar fueron los Institutos de Economía, Edafología e Hidrología, Humanidades, Ingeniería, Matemática y Oceanografía.

Junto a este marcado perfil técnico, la institución tuvo una efervescente actividad estudiantil, con alumnos agrupados en dos organizaciones predominantes: la Federación Universitaria del Sur (FUS), que “no adhería directamente a ningún partido, aunque en su seno militaban radicales, anarquistas, comunistas, socialistas e independientes, quienes

además de compartir el ideario reformista, en un principio se identificaron con las fuerzas antiperonistas, para pasar a fragmentarse en dos sectores después de 1955” y la Liga de Estudiantes Humanistas del Sur (LEHS), nacida de esa escisión, y orientada por el humanismo cristiano. (ORBE, 2004)

En este contexto se dio la primera iniciativa para crear en el seno de la UNS una radio. Tuvo lugar en 1958, cuando se conoció el proyecto de creación de una filial bahiense de Radio Nacional. Al tomar estado público esta iniciativa, la Federación Universitaria del Sur se dirigió el 17 de marzo al entonces Rector solicitando “apoyar el pedido de instituir la Radio a manos de la Universidad” (UNS, 1958). La nota de pedido no detalla fundamentos de tal requerimiento, y además el Consejo Provisional de la Universidad –que se encontraba bajo régimen provisorio sin constituir sus autoridades electivas aún- dispuso en su tratamiento el archivo el 7 de mayo de ese año, ya que pocos días antes –el 23 de abril- se había emitido el ya citado Decreto Ley 5753/58 por el cual el presidente de facto Pedro Aramburu disponía la transferencia de ocho emisoras a las universidades nacionales existentes en ese momento, y por el cual se adjudicaba a la UNS la frecuencia de LU 7 Radio General San Martín, integrante de la cadena de radio “El Mundo”.

Como se ha mencionado en un capítulo anterior, según el decreto las transferencias se realizarían inmediatamente y se destacaba que la finalidad de la norma era “dotar a las universidades de nuevos medios económicos para facilitar su autofinanciación”, agregando luego que “las emisoras transferidas, además de cumplir la elevada función cultural que les corresponde, servirán como medio de producción para sostener y afianzar el presupuesto de cada universidad a través de la explotación comercial que se realice de ellas”. (UNS, 1964) Como se aprecia, la intención de dichas transferencias era primordialmente con fines económicos, más que de extensión, culturales o relacionados con la posibilidad de las universidades de colaborar con estos medios al ejercicio del derecho a la comunicación de los integrantes de sus claustros o las comunidades donde se insertaban.

En el caso de la UNS, el nuevo rector provisional, doctor Mario Arata, recibió notificación del Ministerio de Comunicaciones el 24 de abril, informando que directamente al día siguiente se concretaría la transferencia. Este hecho tuvo lugar en la sede de la Radio, en el céntrico local de Alsina 247, el día mencionado a las 20. Sin embargo, como menciona el asesor letrado de la UNS en la sesión del Consejo Universitario del 1 de agosto de ese año,

“a la UNS se le asignó la frecuencia, o sea la onda. Le darían una ubicación en el dial pero no le pudieron dar los elementos técnicos, la infraestructura de la radio, porque estos elementos pertenecen a la Haynes, actual titular y propietaria de esa radio. Evidentemente, para que la UNS pudiera hacerse de la LU 7 sería necesaria una expropiación por ‘utilidad pública’ por parte del Congreso de la Nación. Yo creo que no tenemos más que lo que efectivamente nos dieron, una onda” (UNS, 1958).



En la misma intervención, el propio asesor letrado explicó que el Ministerio del Interior había solicitado a las Universidades no adelantar ningún trámite respecto a la cesión de las radios, ya que el decreto estaba sujeto a la reglamentación y revisión por parte del Congreso Nacional.

En la sesión siguiente, llevada a cabo el 27 de agosto de 1958, uno de los consejeros estudiantiles manifestó su posición con una mirada diferente al tocarse nuevamente el tema del estado de la cesión de la radio, señalando que

“la Universidad no debería mantener una actitud pasiva, porque acá se están moviendo factores que inciden en el mantenimiento de un trust netamente perjudicial no ya para la Universidad sino para el país, que es Haynes. Teniendo en cuenta que existen muchas dudas, inclusive en las Cámaras, este asunto no está bien definido. La Universidad tiene que tomar en firme y no mirar desde el balcón el problema de la radio, que tiene esa gravedad de consolidar el trust Haynes” (UNS, 1958 II)

En este caso puede verse que la problemática de la propiedad de los medios no fue ajena a las discusiones del momento.

Sin embargo, la oposición del propietario de la finca al reclamar un aumento de alquiler, la complejidad burocrática del asunto y el desinterés de las autoridades provisionales de la Universidad por contar con una emisora de radio, junto a la rápida alternancia de funcionarios en el Rectorado (pasaron cuatro rectores entre 1958 y 1961, y sólo logró continuidad en el cargo del doctor Aziz Ur-Rahman, quien fue electo ese año) motivaron que la cesión fuera sólo nominal, y que las gestiones por el traspaso de la emisora entraran en un período de inactividad hasta 1964, lapso durante el cual continuaron las transmisiones de la sociedad comercial que explotaba la frecuencia.

Este hiato no fue casual, sino que es atribuible a dos cuestiones, una externa y la otra interna. En el primer caso, la ejecución del Decreto Ley 5753/58 fue suspendida por sugerencia del Ministerio del Interior del gobierno de Arturo Frondizi. Aun así, la Universidad Nacional de Córdoba había tomado posesión de la emisora adjudicada, y el resto de las universidades habían continuado las gestiones para que las transferencias se hagan efectivas. En el ámbito interno, cabe señalar que por esos años, la incipiente Universidad se encontraba atravesando el proceso de organización institucional, elaborando su estatuto y dedicada a constituir sus propios organismos de gobierno. Además se encontraba sometida a los vaivenes de la política nacional, que significaban la ya mencionada alternancia de rectores, la pérdida de vigencia de los estatutos y el gobierno de claustros, y otros efectos derivados de las azarosas políticas nacionales en el ámbito de la educación superior, cuyo corolario indiscutible fueron la persecución y cesantía de docentes que tuvo su punto culminante el 29 de julio de 1966 cuando ocurrió el desalojo por parte de la Dirección General de Orden Urbano de la Policía Federal Argentina de cinco facultades de la Universidad de Buenos Aires, conocido como la

“Noche de los Bastones Largos”, por los bastones usados por los efectivos policiales para golpear a las autoridades, docentes y estudiantes cuando los hicieron pasar por una doble fila al salir de los edificios, luego de ser detenidos.

Para describir ese clima, cabe la cita de la doctora Nidia Burgos (2006) en ocasión de presentarse el libro con la historia de los primeros cincuenta años de la UNS:

“la vida de la Universidad está indisolublemente atada al destino del país. Así años de bonanza económica establecieron las bases de su futuro desarrollo, como asimismo las depresiones económicas, el agostamiento moral, o la complacencia cínica no podían dejar de sentirse en este órgano delicado de la República. Nacida en el seno de una sociedad ansiosa de modernización y progreso, pero con una sanguinaria tradición de caudillismo, que la ata a aspectos autoritarios y violentos en las conductas, la Universidad no fue ajena a aquellos embates”.

Este proceso de afanes y desencuentros en pos de la creación de una emisora universitaria en un contexto institucional complejo y cambiante bien puede cerrarse con la expresión que el doctor Hernán Zucchi -hoy figura irreprochable, humana y académicamente en el ámbito de la UNS- emitiera ya en 1958, cuando fue compelido a renunciar al rectorado de esa casa de estudios:

“Predomina en nuestra Casa un clima de insatisfacción, descontento, derrotismo y murmuraciones, acerca de todo cuanto se hace y se proyecta. En ningún caso este clima de hipotensión académica se ha concretado en una crítica constructiva, en una indicación esclarecedora. Llegaba a nuestros oídos la crítica sobre lo que habíamos hecho, sobre lo que había que hacerse; nunca la sugerencia sobre el cómo hacerlo. A lo sumo se nos planteaba el problema: la solución corría por cuenta nuestra” (BURGOS, 2006).

En la década de 1960 las autoridades de la UNS adquirieron una fracción de tierras de 130 hectáreas en las afueras de la ciudad pero a escasos tres kilómetros del centro bahiense, con el objetivo de instalar allí una “ciudad universitaria”. Los primeros edificios proyectados a fines de esa década fueron un monoblock de 7300 m<sup>2</sup> y cinco pisos, para residencia estudiantil, con un comedor anexo de 1300 m<sup>2</sup>. Sin embargo, en 1971 se decidió cambiar el destino de las obras, transformando el primero en los laboratorios y dependencias administrativas de los departamentos de Agronomía y Geología, y el restante en aulas y biblioteca. Un año más tarde, a cargo del entonces Laboratorio de Medios Audiovisuales, comienza la compra de los equipos y la construcción de la torre para la antena, que se extienden hasta 1975. En 1973, durante el rectorado del abogado Víctor Benamo, se decide destinar cuatro locales del edificio anexo para la emisora.

En 1975 se crea una comisión que estudia la salida al aire de la emisora en cuanto a personal y presupuesto. Un año más tarde, en 1976, se elabora una propuesta de convenio para firmar con la Secretaría de Prensa y Difusión de la Nación por el cual LU7 Radio General San Martín –la radio comercial que continuaba explotando la frecuencia de

1240 khz en Bahía Blanca- transmitiría desde los estudios y con los equipos de la UNS, la Presidencia de la Nación se haría cargo de los sueldos del personal, y la Universidad se reservaba la Dirección y la conformación de la programación.

A pesar de estas intenciones, la radio nunca llegó a transmitir. Este acuerdo nunca llegó a firmarse a causa del golpe cívico-militar del 24 de marzo de 1976, que derrocó al gobierno de María Estela Martínez de Perón y comenzó una nueva dictadura militar en el país. Paralelamente, la agitada vida política de mediados de la década de 1970 hizo que en el Rectorado se sucedieran varios funcionarios por períodos muy breves hasta que fue designado “encargado de los asuntos de despacho” por el gobierno de María Estela Martínez de Perón el profesor Remus Tetu. Se trataba de un integrista católico profundamente anticomunista, de origen rumano, quien comenzó el profundo plan represivo que vivió la UNS desde mediados de la década de 1970.

En 1976, la caída del gobierno democrático se produjo por la suma de varios factores. La escalada de violencia política y los enfrentamientos sectoriales fueron generando en la sociedad un clima propicio para la instauración de un gobierno de facto. Sumado a ello, la crisis del Poder Ejecutivo tras la muerte de Juan Domingo Perón, generó un consenso quizás sin precedentes para que las Fuerzas Armadas desplieguen una nueva intervención del Estado, bajo el pretexto de una campaña de penetración marxista orquestada por “fuerzas extranjeras y antiargentinas”.

El politólogo Guillermo O'Donnell menciona una de las principales características del nuevo escenario: el “sistemático, continuado y profundo intento de penetrar capilarmente en la sociedad para también desde allí, en todos los contextos en que la larga mano del gobierno alcanzara, implantar el orden y la autoridad; ambos calcados de la visión radicalmente autoritaria, vertical y paternalista en que el propio gobierno militar se concebía a sí mismo”(AA.VV, 1998), y ese fue quizás uno de los rasgos más sobresalientes de la acción desarrollada en las casas de altos estudios.

Cuando las Fuerzas Armadas finalmente tomaron el control del gobierno, la devastación en la UNS ya había comenzado: la intervención de Remus Tetu en 1975 implicó secuestros y personal armado en los pasillos, sino incluso el único caso en el país de un estudiante asesinado a plena luz del día en un pasillo universitario. Este funcionario cesantó a cientos de docentes y no-docentes, prohibió asambleas, juicios académicos y cátedras paralelas, proscribió los centros de estudiantes, fijó cupos de ingreso, eliminó toda intervención comunitaria, cerró carreras e impulsó una campaña de persecución ideológica centrada en los departamentos de Economía y Humanidades.

En las universidades se implementó un cuidadoso dispositivo de control sobre empleados administrativos, docentes y alumnos. Mientras se cerraban carreras, se cambiaban planes de estudio y se modificaban programas de asignaturas, el control casi absoluto y la amenaza latente de encarcelamiento, desaparición o muerte se constituyeron

como la impronta de la dictadura cívico militar al sistema universitario, que significó la finalización definitiva de todo tipo de actividad de índole política partidaria o universitaria.

El 25 de marzo de 1976 asumió como interventor militar de la institución designado por el PEN el capitán de navío Raúl J. González, tras firmar el acta de traspaso con el doctor Julio Reynoso. A su llegada, recorrió el edificio del Rectorado acompañado de otros militares. Se trataba de un oficial de la Marina que no tenía ningún tipo de vinculación con la UNS. En una entrevista realizada por el Archivo de la Memoria de la UNS, un viejo docente de la institución recuerda: “cuando vino el capitán González vino un militar y un militar no sabe gobernar. Un militar está formado para dar órdenes. Entonces, daba órdenes y nada más” (AMBB, entrevista N° 159).

Pocos días después se difundieron las nuevas autoridades de los Departamentos académicos. Sobre esta medida, el diario *La Nueva Provincia* –principal órgano de prensa de la ciudad junto a su emisora LU2, medios profundamente consustanciados con la causa del gobierno militar, y especialmente con la Armada- comentaba: “se trata de funcionarios ideológicamente sanos y de gran nivel académico. Un hecho auspicioso si se recuerda la situación imperante tiempo atrás (...) Era la época del reclutamiento guerrillero en sus claustros, lo peor que le haya tocado transitar a la UNS, convertida en un verdadero Soviet”, y evaluaba lo actuado por el capitán González mencionando “la tarea realizada los primeros días ha sido silenciosa pero excelente. Sin embargo, queda un largo camino por recorrer para erradicar la ‘chantocracia’. Esto sólo se logrará revisando muy a fondo programas, bibliografías y también los currículums del cuerpo docente”. (17/4/1976)

Más allá de esto, como se ha mencionado el año 1976 no marcó el comienzo sino la acentuación de las persecuciones ideológicas en el ámbito universitario, ya que se profundizaron las detenciones a docentes, auxiliares y alumnos de la Casa por su actividad política tanto dentro como fuera de la institución. Particularmente, las investigaciones llevadas adelante en la UNS por parte de las Fuerzas Armadas tuvieron amplísima repercusión en los medios nacionales, y estuvieron comandadas por el general Acdel Vilas. Éste fue uno de los más ensañados persecutores de los sindicatos como “subversivos”, cuando era comandante del V Cuerpo de Ejército, guarnición donde funcionaba además un centro de detención clandestino conocido como “La Escuelita”.

La clausura de espacios de expresión y acción política practicada por la dictadura cívico-militar también significó una acción sistemática sobre los medios de comunicación. En el caso de la radio de la UNS, las escasas gestiones en pos de su puesta en marcha y la larga latencia al que el traspaso de la emisora fue sometido tuvieron su punto culminante en la orden del interventor militar en el rectorado de dismantelar los equipos y venderlos. Esta medida contaba con el consenso del personal docente del ahora denominado Departamento de Ciencias Agrarias, que aspiraban a utilizar dichos espacios como aulas o gabinetes, y así se detalla en numerosas notas enviadas al rectorado.

El 8 de julio de 1976 esta medida fue solicitada al Secretario de Educación de la Nación, contraalmirante Enrique Carranza, por el propio capitán González. Las justificaciones de esta medida fueron “que dicha instalación fue producto de proyecto cuya fundamentación no es lo suficientemente clara como para justificar su existencia; asimismo cabe mencionar que la inversión efectuada causó en su oportunidad y en la actualidad el total desagrado del elenco docente, ya que había necesidades de mayor prioridad que no fueron satisfechas”. Según continúa la nota, “el producido de dicha venta sería destinado a reforzar la partida para reequipamiento de gabinetes y laboratorios” (UNS, expte 1416/57). Hasta el momento, sólo se había levantado la torre para la antena y se había adquirido un transmisor de Amplitud Modulada de 1 kw, dos bandejas giradiscos, una consola para operador y dos transformadores, junto a otros equipos necesarios. También se habían acondicionado dos locales como salas de locutores y uno como control central, pero que al no utilizarse para ese fin se destinaron a depósito de materiales en desuso y elementos de limpieza. Las tareas de desmantelamiento demoraron varios años, ya que el presupuesto por los trabajos y la adjudicación se realizaron recién en 1980.

En el año 1984, restablecida la democracia, se inició en la UNS un sumario para determinar las causas que motivaron el desmantelamiento, ya que la venta de los equipos nunca llegó a realizarse. Lo cierto es que tales artículos continuaron en desuso y los espacios vecinos a las salas de control y locutores –que, como se ha mencionado funcionaban como depósito- pasaron a funcionar como improvisadas aulas. En este sumario, el doctor Osvaldo Fernández, uno de los docentes entrevistados, destacó que “la instalación de la radio en el Departamento de Agronomía significó un perjuicio para el futuro desenvolvimiento de las tareas docentes del mismo ya que se tradujo en una quita de espacio para la sala de lectura de la Biblioteca y la eliminación de un aula de clase que era indispensable” (UNS, expte. 1416/57), lo que junto a las notas solicitando el desmantelamiento, dan una idea de la percepción negativa que había en la Casa, y especialmente en el Departamento con el que compartiría espacios, de la emisora. Sin embargo, como se ha mencionado y tal como se desprende del relevamiento fotográfico existente en dicho sumario, sólo un espacio de unos 35 m<sup>2</sup> fue destinado a un aula, mientras que otros dos se utilizaron como depósitos del personal de limpieza. Junto a ello, cabe señalar que según las pericias, el desmantelamiento y encajonado fue realizado de manera idónea, preservando los equipos. Sin embargo, el mismo perito –un ingeniero electrónico especialista en radiodifusión, docente de la UNS- aseguró en su informe final que “la radioemisora podría haberse preservado perfectamente sin desmantelarla, simplemente asegurándose el no ingreso de personal o intrusos a la misma con cerraduras” (UNS, expte 1416/57)

El mismo año de 1984, el licenciado Ricardo Bara –rector de la UNS entre 1979 y 1983- publicó una carta al lector en el diario bahiense La Nueva Provincia en la que

respondía a cuestionamientos públicos realizados sobre el desarme de la emisora por el entonces rector normalizador, profesor Pedro González Prieto. Ricardo Bara era el segundo egresado de la UNS que llegaba a ocupar el cargo de Rector. Hasta el momento, se había desempeñado como director sustituto del Departamento de Ciencias Económicas, donde había realizado su carrera desde 1961, al ingresar tras ganar un concurso para asistente de docencia. Se trataba de un miembro de la Sociedad Rural de Bahía Blanca, consustanciado con las políticas del gobierno militar y de marcada vinculación con algunos de sus sectores. Como muestra de ello, está ampliamente demostrado que en cargos considerados como críticos por los militares sólo se nombraban a civiles con comprobada sintonía ideológica. Un dato de color lo aporta una breve nota periodística de La Nueva Provincia del 10 de abril de 1982, donde se detalla que Bara fue uno de los primeros civiles en recibir un telegrama de salutación desde Malvinas luego de la ocupación militar.

En la nota de 1984 este ex Rector señala que a diferencia de los que se creía popularmente “la emisora no estaba en condiciones de transmitir, por carecer de autorización correspondiente” ya que “la política oficial de radiodifusión impedía la obtención de una licencia porque sostenía que tales servicios deben ser prestados por particulares y sólo subsidiariamente por el Estado, a través del Servicio Oficial de Radiodifusión. Este se integra de manera que no hay cabida para las emisoras de universidades. Así lo dispone la Ley de Radiodifusión N° 22.285 dictada entonces y actualmente vigente” (LNP, 15 de abril de 1984).

Cabe recordar que la norma sancionada por el gobierno militar reconocía las que estuvieran en funcionamiento como “de excepción”, señalando en su artículo 107 que

“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”, e indicaba que era función del Servicio Oficial de Radiodifusión “proporcionar a los destinatarios del servicio la programación orgánica que requiere el nivel cultural de la Nación; difundir, en consecuencia, aquellas expresiones de elevada jerarquía estética que satisfagan las necesidades culturales de la población; asegurar el intercambio cultural entre las distintas regiones del país; e informar a la población acerca de los actos de gobierno”.

Así lo agrega el propio Bara en la nota periodística, indicando que “la filial Bahía Blanca de Radio Nacional podría transmitir sin costo alguno para la universidad los programas de difusión cultural de la misma. Durante mi gestión se inició una programación permanente en Radio Nacional por intermedio de la Secretaría de Extensión Universitaria. Por consiguiente la salida al aire de una emisora universitaria era materialmente inconveniente y legalmente imposible” (cit).

Estas breves declaraciones permiten apreciar una concepción de la radiodifusión de carácter difusionista y de corte culturalista, además de demostrar la existencia de un enfoque de tipo económico de la actividad, al calificarla como “materialmente inconveniente”. Más allá de si técnicamente la emisora estaba en condiciones de funcionar o no –los relevamientos del sumario referido indican que sí, puesto que se encontraba todo el circuito instalado, desde la consola de estudios hasta la antena emisora- tales afirmaciones no parecen certeras. En primer lugar, no se halla en ningún expediente de los relacionados con la radio existentes en la UNS un análisis económico de su funcionamiento ni un proyecto que sustente algún tipo de programación y comercialización capaces de sostener tal afirmación.

Luego, como se detalla en el capítulo “Marco jurídico de la Radiodifusión Universitaria”, la Ley 22.285 fue sancionada el 15 de septiembre de 1980, y el desmantelamiento se produjo en enero de ese año, con antecedentes rastreables a 1976. Hasta entonces, el decreto N° 5753 que transfería LU7 a la UNS estaba vigente, ya que fue ratificado por la Ley N° 14.467.

El sumario referido anteriormente culmina en 1986 con una evaluación del entonces rector normalizador González Prieto, quien destaca que si bien el desguace fue realizado de manera correcta,

“el notable cambio producido antes y después del desmantelamiento no justifica la realización en función de los perjuicios ocasionados comparativamente con las ventajas del espacio logrado. Es difícil comprender cómo un simple requerimiento de locales puede desembocar en la eliminación de un equipamiento ya existente y costoso, salvo que mediaran aspectos de suma importancia para disponer de esa medida”. Agrega además que “el uso posterior demuestra que no fue así y gran parte de esa superficie que ocuparon las instalaciones de la radio no cumplieron ningún cometido, y más aún se convirtieron en depósito de materiales diversos ofreciendo un estado de total abandono” (UNS, expte. 1416/57).

### **La normalización en los claustros**

El gobierno iniciado luego de las elecciones de 1983 dio comienzo a un proceso de normalización institucional en todo sentido, al restablecer plenamente el estado de derecho, las garantías civiles y la competencia de los poderes constitucionales en la administración pública. Como destaca Mabel Cernadas, “mientras la sociedad despertaba de la tragedia dictatorial, la democracia reaparecía entre la exaltación y las esperanzas de la población como el elemento capaz de remover los rasgos autoritarios presentes en su cultura política y en la vida cotidiana. En este sentido la universidad se constituía en un actor privilegiado para promover la participación amplia, el pluralismo y sobre todo la oposición a cualquier dogmatismo” (CERNADAS, 2006).

Mediante el decreto 154/83, firmado por el presidente Raúl Alfonsín y el ministro de Educación y Justicia, doctor Carlos Alconada Aramburú, se intervenían las universidades nacionales, se derogaba la ley para ellas dictada por el gobierno de facto y se designaban los rectores normalizadores. A su vez, el decreto declaraba la vigencia de los estatutos que habían regido hasta julio de 1966 durante el gobierno de Arturo Illia, fecha desde la cual no habían regido en las universidades los principios de la Reforma de 1918. El Congreso de la Nación, por la ley 23.068, ratificó el decreto presidencial sobre normalización provisoria de las universidades nacionales y derogó la ley 22.207 del gobierno de facto, el 13 de junio de 1984.

En la UNS asumió como Rector Normalizador el profesor Pedro González Prieto. Según relata en varias entrevistas realizadas por el Archivo de la Memoria de la UNS, la agenda de temas de la institución transcurría por ese entonces por la normalización de los departamentos académicos, la revisión de los concursos docentes, la conformación sucesiva de los organismos de co-gobierno y la reorganización de cátedras y carreras. Ello puede corroborarse siguiendo los libros de resoluciones del Consejo Superior provisorio. Sobre la emisora, el citado refirió: “Nosotros creíamos que la nuestra era una gestión de normalización, teníamos que poner las cosas en orden de acuerdo a la Ley y luego llamar a elecciones. Entendimos que abrir una radio era una decisión muy importante para ser tomada por un rector normalizador y un Consejo Superior provisorio” (AMUNS, Entrevista N° 2)

En la segunda mitad de la década de 1980, la agenda institucional pasó notoriamente por los temas relacionados con la normalización: los concursos de profesores, la revisión de la normativa y reglamentos, y otros asuntos similares. Es comprensible que en una universidad con un marcado perfil técnico, cuyo Departamento de Humanidades había sido víctima del accionar represivo mediante cesantías y despidos, y sin carrera de Periodismo o Comunicación Social, la instalación de una radio no fuera uno de los temas prioritarios. Recuerda el doctor Alberto Casal, electo en febrero de 1986, como primer rector estatutario luego de la normalización:

“La normalización (del Rectorado) terminó en el momento de la elección, pero luego había que normalizar los Departamentos, reformar las reglamentaciones, sustanciar nuevos concursos porque hacía muchos años que no se hacían concursos... una vez en una reunión dije que era un poco como refundar la universidad porque había que revisar todos los reglamentos existentes e irlos adecuando al nuevo momento que estábamos viviendo. Cuando llegó la democracia todos querían que la democracia solucionara rápidamente lo que duramente muchos años había estado dormido, y eso no era posible. Era un contexto político muy complejo, con los enfrentamientos permanentes con los militares de fondo... y los crecientes problemas presupuestarios derivaron en una huelga de profesores que se mantuvo durante meses y generó una situación muy traumática para toda la institución. A medida que pasaba el tiempo se fue agudizando la situación de estrechez económica y al final llegó lo que todos suponíamos: una drástica disminución del apoyo estatal. Se pensó en la suspensión de compras de equipos... fue una etapa difícil, no había posibilidades económicas de



equipamiento ni de construcción...”, (AMUNS, entrevista N° 1 de la serie “Fui Rector”, 2015).

Al doctor Casal lo sucedió el ingeniero químico Braulio Laurencena, Rector entre agosto 1988 y 1991, quien a pesar de pertenecer a una lista opositora a Casal, sostiene la misma línea de argumentación sobre la situación que experimentaba la casa en ese período. Este ex funcionario destacó a su vez:

“En cuanto a los alumnos, el eje pasaba por recuperar el comedor y las residencias estudiantiles, así como ampliar el número de becas. Pusimos mucho énfasis en la recuperación edilicia y luego en conseguir todos los meses el famoso “libramiento”, que era lograr que nos giraran los fondos del presupuesto. Eso llevaba una gran cantidad de tiempo en la gestión. A fines de los ’80 se había desinflado un poco el entusiasmo democrático, y la gente estaba desmotivada por sueldos que habían quedado muy bajos. Teníamos objetivos muy optimistas pero la realidad económica nos fue arrinconando... dos hiperinflaciones, un presidente que tuvo que renunciar... nuestro esfuerzo estuvo puesto en mantener la universidad funcionando con muy serias dificultades económicas”. Ambos coinciden en señalar que la creación de una radio no estaba en la agenda de la gestión que encabezaron, y mucho menos con las dificultades que debieron enfrentar. (AMUNS, entrevista N° 2 de la serie “Fui Rector”, 2015).

La sucesión en el rectorado quedó en manos del ingeniero Carlos Mayer, fallecido, representante de la lista “Universidad”, quizás la facción más conservadora y con perfil más académico-científico dentro de la institución. En este lapso, el proyecto de la radio quedó inactivo, no registrándose avances en su aspecto técnico o programático. La revisión de la documentación institucional, tanto en las actas del Consejo Superior Universitario, como en los expedientes relacionados con la emisora, no muestra actividad alguna, lo que además fue confirmado por los entrevistados.

#### Cambio de color en el Rectorado

La década de 1990 fue para la Argentina un momento de fuerte vinculación al capital internacional. El gobierno de Carlos Menem favoreció la radicación de compañías multinacionales que operaron básicamente en el rubro industrial y en los servicios, así como por la privatización de numerosas empresas estatales. Estas inversiones llegaron atraídas por las reformas económicas que propiciaron las leyes impulsadas por el Ministro de Economía Domingo Cavallo a partir de 1991. Si bien significaban un dólar alto en comparación con la cotización de otros países en vías de desarrollo, aseguraban cierta estabilidad para los depósitos, altas tasas de interés o la posibilidad de transferir sus divisas al exterior, y la sumisión de una clase obrera antaño sumamente movilizada y combativa, al suprimir los viejos sistemas de negociaciones colectivas sindicales y trasladarlos al nivel de la empresa. Las medidas económicas de corte neo-liberal fueron acentuando una crisis económico social que llegó a significar un desempleo superior al

20%, y una creciente conflictividad social en los espacios públicos en la forma de una nueva manera de protestar por parte de la población excluida del mercado: los cortes de ruta y los piquetes.

Como destaca la obra realizada por el cincuenta aniversario de la UNS, la política de ajuste propiciada por el Plan de Domingo Cavallo comenzó a generar cierto ahogo presupuestario en la Universidad, a lo que se sumó el congelamiento de salarios de los docentes y no docentes desde el año 1992 y el achicamiento de las partidas para su funcionamiento. El panorama poco alentador se completaba con la negativa reiterada del gobierno a la solicitud de la CONADU con respecto a la constitución de paritarias docentes, el congelamiento salarial y la pretensión del Gobierno de avanzar sobre las Obras Sociales universitarias (Cfr. CERNADAS, 2006).

En 1994 ganó la elección a Rector el licenciado en Economía Ricardo Gutiérrez, encabezando la Lista Blanca, una nueva agrupación surgida como una escisión de las dos listas tradicionales de la UNS existentes desde 1983. Su gestión llevó adelante iniciativas como la acreditación y evaluación de la Universidad, dispuestas por la nueva Ley de Educación Superior, la extensión del dictado carreras a la zona geográfica de influencia de la UNS y otras reformas tendientes a movilizar las estructuras académicas y administrativas para modernizarlas.

Caracterizada como una gestión socialmente más abierta, la nueva política también incluyó retomar el proyecto de la Radio, encargado a quien ocupara la entonces Secretaría General de Comunicación y Cultura, la magister María del Carmen Vaquero. Según cuenta,

“armamos una comisión semi clandestina y nos reuníamos casi en secreto, para no ‘levantar la perdiz’... hablar de la radio generaba muchas suspicacias... había muchas dudas y cuestionamientos. Muchos sectores, sobre todo los más conservadores, sentían recelo y temor sobre qué tipo de programación podía tener, qué se iba a decir al aire... Nosotros pensábamos en su momento en una radio más puramente académica... con programas a cargo de los profesores de las cátedras, que transmitiera en vivo las sesiones del Consejo Superior Universitario e incluso pensábamos en un convenio para emitir también las sesiones del Concejo Deliberante de Bahía Blanca”. (Entrevista N° 2)

La “comisión” estuvo conformada por un profesor del Departamento de Ingeniería Eléctrica especializado en equipos de radio, por el Director de Medios Audiovisuales (una dependencia de carácter técnico, encargada del equipamiento de sonido y proyección en aulas y auditorios, así como de la fotografía y el registro fílmico de los actos y eventos de la UNS) y por cuatro profesores. No había representantes de los alumnos ni del personal universitario.

Esta comisión avanzó en su tarea hasta la redacción de los objetivos que debería tener la radio, que al oficializarse su funcionamiento fueron presentados ante el Consejo Superior y luego aprobados en 1997:

- a) Ser un servicio público esencialmente cultural, informativo y formativo, que tienda a la preservación de los valores democráticos de libertad, verdad y solidaridad.
- b) Ser un medio eficaz para la extensión universitaria, entendida como divulgación de la producción científico-tecnológica e intelectual de la UNS.
- c) Hacer conocer a la comunidad local y regional la significación de la UNS como institución: su organización, funcionamiento, servicios educativos y actividades culturales y de extensión.
- d) Ser receptora de las problemáticas sociales, económicas, culturales y educativas de la ciudad y la zona, y ofrecer su ámbito para la discusión de las mismas, garantizando la pluralidad ideológica y el respeto a la libertad de expresión.
- e) Ser vehículo de expresión de las propuestas, inquietudes y problemáticas de todos los miembros de la comunidad universitaria, de sus organizaciones representativas (centros de estudiantes, asociaciones gremiales) y de las distintas dependencias que constituyen la UNS (departamentos, cátedras, institutos de investigación, escuelas medias, rectorado, órganos colegiados de gobierno, secretarías).
- f) Difundir la producción cultural local y regional, y dar espacio para su expresión a los artistas de todas las especialidades, como así también a instituciones culturales y comunitarias.
- g) Cubrir espacios de vacancia de las radios comerciales relativos a información y difusión científico-cultural, con especial énfasis en el ámbito local, regional, nacional y latinoamericano, que tiendan a la formación integral y a la educación permanente de la población en general.

h) Ser centro de realización de trabajos prácticos de los alumnos de carreras relacionadas con su actividad que funcionen en la UNS y otras instituciones educativas locales.

En paralelo, se continuaron algunos trámites aislados y de menor importancia ante el Comité Federal de Radiodifusión y otros organismos, como la declaración del emplazamiento de la antena, y solicitudes de extensión de los plazos para la puesta al aire, ante periódicas intimaciones para que ello suceda. La novedad principal por entonces fue la ratificación de la posesión de la frecuencia y la licencia, conferida directamente por el Decreto del Poder Ejecutivo Nacional 415/1996, publicada en el Boletín Oficial del 17 de abril de ese año, en la que se resuelve “autorizar a la Universidad Nacional del Sur a instalar y operar un servicio de radiodifusión sonora con modulación de amplitud en la ciudad de Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires, con una potencia diurna de 1 kW y una potencia nocturna de 1 kW”.

Según lo obrante en los expedientes y por los testimonios de los integrantes, la comisión dejó de funcionar luego de la elaboración de los objetivos. Paralelamente, el contexto de ajuste creciente de la situación financiera en las universidades, vivido a partir de la segunda mitad de la década de 1990, significaba un contexto complejo para la inversión en un proyecto que por la actividad que hubo en torno a él, claramente no era una prioridad institucional. En términos edilicios tampoco hubo avances en la finalización de la instalación técnica de los estudios, ni el equipamiento de la torre de antena.

El licenciado Guillermo Lucanera, quien fuera Secretario General Técnico de la UNS en ese período recuerda que

“la situación económica era complicada, y se ajustaba cada vez más hacia fines de la década... había paros y marchas permanentemente, reclamando más presupuesto; y más allá de los fondos que pudieran llegar como refuerzos presupuestarios, no había partidas para gastos recurrentes así como cargos para personal. Abrir una radio implicaba tener que tomar empleados, aunque sean contratados. Por otra parte, en esos años se habían creado nuevas carreras, como Derecho, y se estaba trabajando para implementar Medicina, que eran demandas de la sociedad muy fuertes...” (Entrevista N°5).

Junto a la cuestión presupuestaria, los aspectos técnicos no eran ajenos a la discusión. Tal como agrega la magister Vaquero

“A mediados de los '90 el gobierno nos ratificó la posesión de la radio, pero no decía nada de una FM... y esa era otra de las discusiones que teníamos: si valía la pena poner al aire una AM para que nos escuchen en toda la región, o veíamos como tener una FM para que nos escuchen los más jóvenes... y eso que estamos hablando de la época en que la radio todavía se escuchaba por radio, no tanto por los celulares como pasa ahora, que no *agarran*(sic) AM. Todos sabíamos, porque nos lo habían dicho muchos técnicos, que aunque teníamos el transmisor y la antena, poner una FM nos iba a resultar más barato que terminar de instalar la AM”.

En 1997 Gutiérrez fue reelecto para el Rectorado, y en su acto de asunción reseñó las principales líneas de la continuidad de su gestión:

“Tenemos la intención de continuar el proceso que hemos puesto en marcha y profundizarlo, esencialmente a partir de un concepto de universidad que creemos es el que se adecúa a los tiempos. Es el de una universidad no como un claustro, sino el de una universidad como una célula de una red neural, una célula que no pretende ser monopólica en el conocimiento y en la enseñanza, pero que se reconoce como responsable de éstas áreas. (...) Queremos por mandato constitucional una universidad que es pública, autónoma y gratuita, pero además con fuertes conexiones con todo el contexto y el medio regional, con pertinencia y con un creciente y deseable grado de internacionalización (...) para todos aquellos que, sin estar en la universidad tienen contacto con ella, deseo que sepan que pueden contar con la predisposición para trabajar conjuntamente; no quizás solucionar todos los problemas ni ser perfectos en la respuesta” (DIÁLOGOS, 1997).

### **La implosión del ciclo neoliberal y su impacto en la Universidad**

En 1999 el radical Fernando De La Rúa fue electo presidente. Para el politólogo Hugo Quiroga esta situación implicaba la posibilidad de la alternancia, un cambio institucional con reglas claras y estables y una nueva convivencia en el poder a través de un pluralismo desconocido. (2000). De la Rúa encabezaba una coalición progresista que había triunfado en elecciones nacionales sobre el peronismo, pero que debía gobernar con las principales provincias y el Senado en manos del Justicialismo a lo que se sumaba la Corte Suprema cuyos miembros eran una herencia del gobierno saliente.

El panorama se completaba con una difícil situación socioeconómica. En los primeros años del gobierno menemista, el sostén del gasto público fue posible por la liquidación del patrimonio empresario estatal y el endeudamiento externo, a costa de un creciente achicamiento del Estado y de la caída en el empleo y el poder adquisitivo. La Alianza asumía el gobierno en el marco de una prolongada recesión, creciente déficit fiscal, escasas inversiones, exiguo crédito internacional y altos índices de desempleo, lo que condenaba a la exclusión a segmentos crecientes de la población.

Los cuatro años de recesión, el galopante déficit fiscal, las altas tasas de interés, la evasión impositiva, el gasto público ineficiente a lo que se sumó la restricción del derecho de propiedad mediante la norma que impedía la libre disposición de los fondos depositados en los bancos (conocida popularmente como “corralito”) determinaron el colapso del gobierno de Fernando de la Rúa.

En agosto de 2000 sucedió en el Rectorado al licenciado Ricardo Gutiérrez el candidato de su misma lista, el doctor Luis María Fernández, quien fue reelecto en 2003. Durante casi todo su primer mandato,

“la nueva gestión se vio inmersa en los conflictos permanentes que mantuvo el sistema universitario con el gobierno nacional. Uno de los enfrentamientos más importantes surgió a raíz de los recortes presupuestarios en educación que pretendió llevar a cabo el Ministro de Economía Ricardo López Murphy, quien anunció, en marzo del año 2001, una serie de reformas presupuestarias que significaban una drástica disminución en los aportes estatales para el funcionamiento de las casas de altos estudios. De acuerdo a ellas las universidades nacionales sufrirían un recorte presupuestario de 361 millones de pesos en su conjunto en ese año, y uno previsto de 561 millones en el 2002. La realización de este recorte pondría a las diversas instituciones en severos inconvenientes, ya que los ajustes previos habían llevado la situación a límites casi insostenibles” (CERNADAS, 2006).

En 2003 la UNS se afilió a la Asociación de Radios de Universidades Nacionales, la entidad que vincula a todas las emisoras de casas de altos estudios públicas en el país, y se encomendó al personal de la entonces Dirección de Prensa comenzar un relevamiento de instalaciones existentes y necesarias para poner al aire la señal radiofónica. También se encomendó la elaboración de un anteproyecto con alternativas de funcionamiento.

Para ello, esa dependencia llevó a cabo un relevamiento de las formas de organización de las emisoras existentes hasta ese momento, que contemplaba aspectos como la forma de dirección, la selección y organización de la programación, la cantidad de personal y las funciones que desempeñaban, entre otros.

De su análisis puede verse claramente la heterogeneidad del panorama radiofónico universitario de la Argentina a comienzos de la década de 2000. Allí coexistían radios con varias decenas de empleados, programación las 24 horas y una organización altamente profesionalizada, con otras muy pequeñas y precarias, con escasez de personal y recursos. También se aprecia la diferencia en el lugar que ocupan las radios en los organigramas institucionales, ya que las había dependientes directamente del Rectorado, de Secretarías o Subsecretarías de Comunicación, de Secretarías de Extensión o de Cultura, por mencionar unos casos. Cabe señalar que relevamientos de este tipo fueron periódicamente realizados y actualizados por ARUNA.

El reordenamiento de la política económica Argentina llevado a cabo por el gobierno de Néstor Kirchner significó la recuperación financiera del Estado, y políticas como la sanción de la Ley 26.075 en 2006, llamada “de Financiamiento Educativo” implicaron una mejora paulatina pero sostenida de los presupuestos universitarios tanto para gastos de funcionamiento, como también para obras, proyectos de infraestructura e incluso medios de comunicación. Esta recuperación, pero sobre todo la decisión de las autoridades asumidas en la UNS en 2007 –el doctor Guillermo Crapiste y la magister María del Carmen Vaquero como rector y vicerrectora- intensificaron las gestiones tendientes a la puesta al aire de la radio.

“Yo fui Secretaria de Comunicación y Cultura del rectorado de Gutiérrez cuando quisimos reactivar el tema de la radio, pero la situación era muy desfavorable...”

tanto presupuestariamente como en el clima universitario. Luego fue distinto, no sólo había más fondos sino que había otra mentalidad en la gente, otra noción del papel que debían cumplir los medios de comunicación en la sociedad. Acordate que por esos años comenzó a hablarse de la ley de medios, la discusión por cambiar la ley, hubo foros en muchas universidades... yo creo que la gente cambió un poco el *chip* (sic) y también hubo una renovación generacional en la universidad. Quizás influyó que profesores más viejos, con otra mentalidad, se fueron jubilando... Y también hay que reconocer que había más plata para nuevos proyectos, eso es indiscutible” recuerda Vaquero (Entrevista N° 2)

Según los anuarios publicados por la Secretaría de Políticas Universitarias de la Nación, los datos estadísticos soportan la afirmación de la entrevistada, independientemente de los indicadores que se analicen. Por tomar sólo uno, el presupuesto destinado a las universidades nacionales en el año 2003 fue de 2.000 millones de pesos, mientras que en 2010 fue de 12.844 millones de pesos. Aun considerando la inflación anual, ese incremento representó un 642% en siete años, pasando de una participación del 0,53% al 0,89% del PBI. (SPU, 2013)

En 2010 se decidió avanzar institucionalmente formando una nueva comisión para dedicarse al tema. Por resolución del Consejo Superior Universitario N° 173/2010 se creó una integrada por un miembro de cada una de las listas actuantes en dicho Consejo. Explica la entonces secretaria de Cultura y Extensión, y actual vicerrectora de la UNS al momento de redactar esta tesis, magister Claudia Legnini. (Entrevista N° 4).

“Habitualmente las comisiones están integradas por profesores, y en algunos casos también auxiliares de docencia... nosotros creímos que era necesario involucrar a los alumnos y a los no docentes. La composición que propusimos fue bastante innovadora, y se basó en la idea que las listas que ganan una banca en el Consejo Superior y tienen derecho a decidir sobre los temas del gobierno directo de la Universidad, también tienen derecho a decidir por la radio... imagínate... los alumnos consejeros superior deciden sobre temas como el presupuesto anual, los cargos docentes, cuestiones académicas y científicas... cómo no iban a estar en la comisión de la radio”,

Cabe señalar que hasta entonces, todas las comisiones que se habían conformado para resolver o analizar cuestiones relacionadas con la radio estaban integradas exclusivamente por docentes. Una de las tareas principales de esta nueva comisión fue elaborar un proyecto de convenio con la Facultad Bahía Blanca de la UTN, que poseía una emisora en el aire en el 93,5 de frecuencia modulada, emitiendo casi totalmente música. Por iniciativa de las Direcciones de Prensa de ambas instituciones, se comenzó a discutir la posibilidad de poner al aire una sola emisora entre ambas instituciones: la UNS pondría los estudios y el personal, y la UTN la frecuencia y el transmisor. Los artículos 1 y 2 de ese anteproyecto, contenidos en el Expediente 2166/1998 indican:

“LA UNIVERSIDAD habilita a LA FACULTAD a la utilización de los estudios de radio ubicados en el Campus de Palihue, junto a toda la tecnología, mobiliario y demás

elementos existentes en ellos, para la elaboración, operación y control técnico de la programación de la radio de LA FACULTAD”

“La FACULTAD se compromete a ceder a LA UNIVERSIDAD un XX% de las horas diarias de programación para la puesta en el aire de producciones que sean de interés de la UNS, repartidas en la grilla de programación de acuerdo a lo que decida la Comisión Mixta de Seguimiento. La UNS se reserva el derecho de hacer uso total o parcial de dicho porcentaje de programación” (el XX es original, se estima que no se había llegado a un acuerdo sobre ese porcentaje).

A su vez, los artículos 5 y 6 expresan:

“Ambas partes se comprometen a emitir únicamente programación que se oriente hacia al cumplimiento del art. 2º del Acuerdo Plenario N° 384/00del Consejo Interuniversitario Nacional, que define: “los servicios de la Radiodifusión Universitaria tendrán 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; y 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”.

“Ambas partes se comprometen especialmente a estimular y facilitar la realización y emisión de programación elaborada con participación de los propios miembros de sus respectivas comunidades universitarias, con el fin de promover la difusión de la actividad científica, cultural y educativa de ambas casas de estudios”.

Finalmente, dicho acuerdo no se concretó. “Nunca supimos por qué la UTN decidió no avanzar con el convenio, supongo que al considerar que la UNS es diez veces más grande, les pareció que con el tiempo les íbamos a terminar copando la radio”, explica Claudia Legnini (Entrevista N° 4)

En 2011 fue reelecta la dupla Guillermo Crapiste-María del Carmen Vaquero para el rectorado. “En este segundo período teníamos que cumplir una promesa que habíamos hecho en la campaña para la reelección, y a comienzos de 2012 rearmamos una comisión para que empiece a elaborar un anteproyecto de organización y funcionamiento para la radio. Había un antecedente nada más, que eran unos objetivos que había hecho una comisión previa, pero no mucho más”, explica Vaquero.

Como indica la entrevistada, la comisión se creó en marzo de 2012 por resolución del Consejo Superior Universitario N° 50/2012. Esta norma en sus considerandos mantiene la decisión de que “que es necesaria la participación de la comunidad universitaria para la definición de un proyecto global para la misma, **que asegure la necesaria pluralidad y consenso esperados para dicho medio de comunicación**” (el destacado es del autor).

Además, durante los meses finales de 2011 y primeros de 2012 la Universidad realizó una gran inversión para el equipamiento tecnológico. En primer lugar se encomendó a una firma local el rearmado del transmisor, un equipo valvular de la



desaparecida empresa Tramec, de 1 kilowatt de potencia, despiezado desde que se ordenara el desarme y la venta. Este paso era fundamental porque si el equipo transmisor no funcionaba, la inversión prevista debería ser significativamente mayor. Una vez armado y comprado su correcto funcionamiento, se licitó y adjudicó la instalación de un monopolo plegado con un nuevo plano radiante en la torre de antena por un monto superior a los 100 mil pesos, junto a tareas de acondicionamiento de la casilla de funcionamiento de transmisor. Un monto similar se dedicó a lo necesario para el control del operador y la sala de locución en equipos como muebles, pintura, computadoras, tendido de redes, micrófonos, procesadores de audio, compacteras, servidores, etc. Estos fondos significaron la primera inversión considerable en casi cuatro décadas, desde que se compraran en 1973 el transmisor mencionado y una consola de la misma fábrica, y se montara el mástil para la antena.

Según la memoria contenida en el expediente 2166/1998, la primera semana de julio se trasladó el transmisor de los estudios, donde estaba alojado, hasta la casilla de transmisión, se conectó mediante coaxil con la antena, y se realizó exitosamente la primera transmisión de prueba. De esta forma, luego de 35 años la onda de 1240 kilo Hertz de amplitud modulada en la ciudad de Bahía Blanca y la región, volvía a portar sonido. La radio se dejó emitiendo música en modo automático, para chequear en distintas zonas el alcance y la recepción de la señal.

El tercer aspecto en el que se aprecia el avance de las tareas institucionales tendientes a la definitiva puesta al aire de la emisora fue la presentación ante la entonces llamada Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) de la carpeta técnica detallando todos los parámetros exigidos legalmente para la autorización definitiva de funcionamiento. Este trámite nunca se había cumplido hasta el momento, sino que todas las presentaciones ante el AFSCA y antes que ella, al COMFER, se centraban en el pedido de prórrogas ante las periódicas intimaciones por parte del organismo para la presentación de dicha documentación.

Cabe señalar que en 2010 la UNS inició gestiones ante el ex COMFER para obtener la autorización para un aumento de potencia que permita transmitir en servicio diurno en 10 kilowatts. Recuerda Vaquero:

“Nosotros sabíamos que con 1 kW apenas podríamos entrar con la señal en el centro de la ciudad, los técnicos que nos estaban instalando la radio nos decían que a lo sumo se escucharía a 50 kilómetros, y por eso empezamos a pedir un aumento de potencia. No creíamos que nos lo fueran a dar, pero nos parecía más viable eso que obtener una frecuencia de FM, porque eso sí nos lo habían asegurado desde la delegación Bahía Blanca del COMFER, que no nos iban a dar una FM... en las conversaciones que teníamos con ellos la respuesta era “primer pongan al aire la AM...” (Entrevista N° 2).

La ex funcionaria explicó que realizaron una consulta con varios técnicos, quienes sugirieron que 10 kW era lo más adecuado, teniendo en cuenta el costo de un transmisor

nuevo capaz de transmitir en esa potencia, y la factibilidad de no superponerse con otras emisoras con frecuencias similares.

### **La UNS en la actualidad**

Al momento de redactar esta tesis, la UNS cuenta 26.800 alumnos entre sus escuelas medias dependientes, el grado y el posgrado. Su estructura académica se organiza en 16 Departamentos: Agronomía; Biología, Bioquímica y Farmacia; Ciencias de la Administración; Ciencias de la Salud; Ciencias e Ingeniería de la Computación, Derecho, Economía, Física, Geografía y Turismo, Geología, Humanidades, Ingeniería, Ingeniería Eléctrica y Computadoras, Ingeniería Química, Matemática y Química. Ellos ofrecen 57 carreras de grado y más de 100 posgrados, entre especializaciones, maestrías y doctorados.

Además posee cinco establecimientos de educación preuniversitaria: una escuela de Nivel Inicial y Primario, y cuatro escuelas: de Ciclo Básico, de Comercio, Normal, y de Agricultura y Ganadería.

Su cuerpo docente está integrado por 875 profesores y 1975 docentes auxiliares, clasificados en 298 ayudantes B, 1101 ayudantes A, 618 profesores adjuntos, 142 profesores asociados y 115 profesores titulares, lo que da un total de 2850 docentes. De todos ellos, el 23% tiene dedicación exclusiva, representando este uno de los porcentajes más altos del sistema universitario público argentino. A ellos se suman 597 empleados no docentes de planta permanente, y 4 contratados.

## **CAPÍTULO 5**

### **Un proyecto de acceso y participación a la comunicación radiofónica**

Este apartado tendrá como objetivo caracterizar qué tipo de medio de comunicación definió del sistema formulado para el gobierno y organización de la Radio de la UNS. Para analizarlo, se utilizarán como dimensiones centrales las formas de acceso y participación en la comunicación (Rossi, 2006) del colectivo involucrado que define el sistema asumido.

Al decir de Mayntz, Holm y Hubner (1993) “las observaciones de propiedades o formas de conducta se convierten, pues, en datos sólo cuando se los estructura conceptualmente de tal manera que, en cuanto observaciones registradas, posibiliten una identificación y clasificación de los objetos de la investigación según sus dimensiones atributivas relevantes para la respuesta al problema de la investigación”. Si bien el problema básico de una tarea como la de este capítulo consiste en encontrar semejantes empíricos o indicadores para dimensiones que sólo han sido definidas teóricamente y según indica Cea D`Ancona (2001), “los indicadores se emplean para cuantificar e inferir la existencia o inexistencia de una variable latente”, las dimensiones utilizadas para los indicadores implican la conceptualización en términos operacionales de determinadas opciones de preferencias, de acuerdo al principal interés de la investigación

Por eso, se construirán indicadores en base a la relación entre proyectos presentados y aceptados, los plazos de renovación de los proyectos y la forma de inclusión en el sistema de toma de decisiones de los miembros de la comunidad universitaria (docentes, no docentes y alumnos). Se considera que de esta manera se podrá caracterizar al tipo de medio de acuerdo a la literatura existente sobre medios públicos y medios universitarios.

La posesión de radios en manos de las universidades o instituciones educativas tuvo –como se ha reseñado- un nacimiento temprano en la Argentina en particular, y en otros países en general. Sin embargo, las concepciones relacionadas con la utilidad de su instalación y funcionamiento estuvieron más relacionadas con políticas difusionistas y de corte fuertemente cultural, ya que entendidas como herramientas favorables para irradiar cultura, que con ideas relacionadas con la materialización del derecho a la comunicación. Algunos años más tarde, como señalan Morandi y Ros (2012), en las perspectivas desarrollistas -propias de las décadas de 1950 y 1960-, los medios de comunicación educativos y su progresiva expansión comenzaron a visualizarse como herramientas sumamente potentes para la transmisión de información, que vendrían a reemplazar los modos tradicionales de la comunicación escolar, como parte del conjunto de estrategias modernizadoras que se aplicaron a los sistemas educativos de la región.

En el caso de la radio de la UNS puede verse según lo descripto hasta aquí que tales perspectivas culturalistas y difusionistas no eran ajenas al proyecto desde su origen. Sin embargo, una vez decidida la instalación y puesta en funcionamiento del servicio, puede apreciarse de la lectura y análisis de su proyecto rector y el acápite que lo fundamenta, que el desafío no fue generar un espacio alternativo de cátedra, sino integrar un nuevo espacio de acción política dentro de un proyecto educativo.

Según explicaron los entrevistados para esta investigación y tal como se desprende de la lectura de la documentación obrante en los expedientes, su proyecto rector fue elaborado sobre una serie de premisas básicas: la democratización de la comunicación, la oferta de miradas y voces alternativas sobre la realidad social, y una fuerte implicación local y regional. A los fines de este trabajo, se señalará rápidamente alguna de sus características particulares. En primer lugar, la radio nace con una fuerte expresión política:

“la radio de la UNS debe ser una emisora **pública** en su fundamento y responsabilidad, **generalista** en su variedad de contenidos, **pluralista** en su visión de la realidad, **comprometida** con los temas y problemas de su comunidad y **asociada** a los proyectos de la Universidad (...) Será un servicio público esencialmente cultural, informativo y formativo, que tienda a la preservación de los valores democráticos de libertad, verdad y solidaridad (...) receptora de las problemáticas sociales, económicas, culturales y educativas de la ciudad y la zona, y ofrecerá su ámbito para la discusión de las mismas, garantizando la pluralidad ideológica y el respeto a la libertad de expresión (...) Será vehículo de expresión de las propuestas, inquietudes y problemáticas de todos los miembros de la comunidad universitaria y de las distintas dependencias que constituyen la UNS”, entre otras. (Res CSU 242/2012)

Puede verse así que la intención es –desde la propia definición de la emisora– diferente a lo que constituyeron en sus prolegómenos los fundamentos de su incorporación a la universidad. Su papel como medio comprometido con la democratización de la comunicación, como un vehículo para concretar el derecho a la comunicación de todos los sectores de la UNS y su rol de medio público se analizarán a continuación.

Como señala Diego Rossi (2006) “el movimiento político y académico al cual aportaron los estudios de la sociopolítica de las comunicaciones a partir de mediados de la década de 1970, se nutrió de investigaciones que buscaban precisar indicadores para determinar el estado de la democratización de la comunicación dentro de un país determinado. Acceso y participación fueron conceptos acuñados para promover un observatorio activo y crítico de las políticas públicas”. El respecto, las definiciones elaboradas por la UNESCO en Belgrado en 1977, clasifican al *acceso* en dos niveles: a) el de la elección del material, y b) el de la retroacción; y la *participación*, según tres niveles: a) la intervención de la población en la producción de los mensajes, b) la intervención en la

toma de decisiones, y c) la contribución para la formulación de planes y políticas de comunicación masiva (Oriol Costa, 1986, cit. en Rossi, 2006).

## **El acceso**

Como se mencionara, el primer nivel del acceso que establecen las definiciones de la UNESCO está basado en la elección, considerado como la posibilidad de la población de tener a su disposición un determinado conjunto de soportes sobre los cuales circulen contenidos. La puesta al aire de una emisora de radio, que el medio circundante a la Universidad (entendido como la zona primaria sobre la que extiende su influencia científica y académica) pueda sintonizar de manera efectiva, con calidad sonora, con un radio de alcance de aproximadamente 280 kilómetros, materializa este nivel de acceso. Así se brinda a la población una nueva posibilidad, sobre todo de carácter diferencial a la mayoría de las existentes, puesto que en la zona bajo cobertura de la señal de la radio de la UNS no sólo no existe otra radio universitaria, sino que además sólo es alcanzada en materia de radiodifusión pública por la señal de Radio Nacional Bahía Blanca (AM 560).

Si se observa el mapa exhibido a continuación, se visualiza el área geográfica aproximada de cobertura según las mediciones teóricas que se detallan en la presentación ENACOM 12971/16, y que corresponde con mediciones empíricas realizadas durante los ajustes de la señal. Esta presentación consiste en la nueva carpeta técnica de la radio, luego de que fuera autorizado el aumento de potencia diurna de 1 a 10 kW solicitado oportunamente por la UNS, tal como se ha descripto en el capítulo 4.



A continuación, se presenta la población de cada partido con cobertura aproximada por el servicio de la radio de la UNS:

**TABLA 1. Población de los distritos con cobertura de AM 1240**

<b>Pcia.</b>	<b>Partido</b>	<b>Población</b>
Buenos Aires	Bahía Blanca	301.531
	Coronel Rosales	62.152
	Monte Hermoso	6.499
	Coronel Dorrego	15.825
	Tres Arroyos	57.110
	Tornquist	12.676
	Saavedra	20.749
	Coronel Suárez	38.320
	Coronel Pringles	22.933
	Puan	15.743
	Adolfo Alsina (BA)	17.072
	Villarino	31.014
	Patagones	30.207
La Pampa	Guatraché	8.831
	Hucal	7.540
	Caleu Caleu	2.313
Rio Negro	Pichi Mahuida	14.107
	Conesa	7.069
	Adolfo Alsina (RN)	57.678
<b>TOTAL</b>		<b>672.259</b>

Elaboración propia en base a datos del CNPHV 2010 (INDEC)

En la tabla presentada a continuación puede apreciarse la procedencia de los estudiantes de grado de la UNS según datos al mes de agosto de 2016.

**TABLA 2: Procedencia de los alumnos de grado de la UNS**

	<b>Bahia Blanca</b>	<b>Zona (1)</b>	<b>Otros partidos Buenos Aires</b>	<b>Otras Provincias (≠ Buenos Aires)</b>	<b>Otros Países</b>	<b>Sin Datos</b>	<b>Total</b>
Sobre <b>19623</b> "personas" en condición alumno regular de carreras de grado año académico 2015	9325	6299	512	3440	24	23	<b>19623</b>

Elaboración propia en base a datos de la Dirección de Información Institucional de la UNS

En base a los datos presentados, se aprecia que la radio puede ofrecer servicio a más de 650 mil personas, sólo considerando sus transmisiones por amplitud modulada. Por otro lado, si se tiene en cuenta que los docentes y no docentes residen en la ciudad de Bahía Blanca, junto al 47 % de los estudiantes y sus familias, y que el 32% no reside en ella pero proviene de localidades a menos de 300 kilómetros (definida en el cuadro como zona 1), es posible concluir que la radio es accesible por aire para el casi el 85% de su círculo primario de oyentes, supuestos estos en la comunidad universitaria y sus familias. A ello se agrega la posibilidad de escucharla mediante streaming, ya que también transmite por internet, aunque las estadísticas que brinda el servicio demuestran que el número de oyentes por internet no es significativo.

### **La participación en la toma de decisiones**

En el caso a analizar, utilizar conceptos como acceso y participación como indicadores del grado de democratización de la comunicación resulta pertinente ya que permiten ejes de abordaje al objeto en cuestión. Mastrini y de Charras (2005) sostienen que “la lucha (por los derechos a la comunicación e información) sigue siendo política, se basa en una disputa en torno a recursos económicos y simbólicos, y es cada vez más necesario volver a plantear la necesidad de democratizar los recursos comunicacionales de la sociedad”.

La intervención en la toma de decisiones es el segundo nivel en el ámbito de la participación. En este aspecto cabe mencionar que la emisora está dirigida por un Consejo



de Programación integrado por representantes de todos los sectores de la Universidad (docentes, no docentes y alumnos) designados por el Consejo Superior Universitario, que ejercen el gobierno plural y participativo de la radio.

La Resolución CSU 242/2012 soporta esta decisión señalando que “los medios públicos han evidenciado un derrotero dispar desde su creación, producida en general en la década de 1950 (...) Se puede coincidir con Fuenzalida (2000) cuando señala que estos medios suelen caracterizarse por la dependencia del gobierno de turno, que los vuelve inestables en su conducción y les resta legitimidad a sus contenidos al funcionar como aparatos de propaganda”. La afirmación de Fuenzalida, contenida en el proyecto, es válida también para los medios públicos universitarios

“Nosotros no queríamos que la radio fuera la radio del Secretario de Cultura y Extensión, o la radio del Rector... queríamos un proyecto que garantice su legitimidad, su continuidad, y que la radio sea de toda la comunidad universitaria, y por eso buscamos una forma que contemple la participación de todos los sectores”, agrega Carucci. En este aspecto, el proyecto organizador fundamenta que

“al pensar cuáles deberían ser las características concretas de los servicios públicos de radiodifusión, Pasquali (1991) propone que deberían basarse en una doble independencia: económica y política. La independencia económica remite a que los criterios de programación no queden sometidos a una lógica puramente comercial, como ocurre en la mayoría de los medios, que basan sus ingresos en la publicidad. Esto no supone olvidar que hay una economía de la radiodifusión, pero sí que no puede ser el único criterio organizativo. La independencia política refiere a que el servicio público no debe depender del gobierno de turno, para que el servicio público no termine siendo radiodifusión oficialista” (Res. CSU 242/2012).

Por lo mencionado, es que la parte resolutive de esta norma fija la siguiente forma de organización:

ARTICULO 29°.- El gobierno de la radio de la Universidad Nacional del Sur estará constituido por un Consejo de Programación integrado por:

1. El Secretario General de Cultura y Extensión Universitaria, quien será el Director General de la radio y actuará como Presidente del Consejo de Programación, con voz y voto.
2. El responsable del Área de Comunicación de la Universidad Nacional del Sur, quien actuará como Coordinador de Contenidos de la emisora con voz y voto.
3. Un representante titular y un suplente propuestos por cada una de las listas con representación en el Consejo Superior Universitario, con voz y voto.
4. Dos representantes titulares y dos suplentes por los Departamentos Académicos a propuesta de sus Directores Decanos. Éstos estarán agrupados en Ciencias

Exactas, Naturales e Ingenierías, por un lado; y Ciencias Económicas y Sociales, por el otro.

Los miembros suplentes actuarán en caso de ausencia o renuncia del titular.

ARTÍCULO 30°.- Los miembros representantes de las listas actuantes en el CSU serán designados mediante resolución de éste, y durarán en sus funciones dos años, pudiendo su lista designante renovar su representación sin limitación de períodos.

En el caso de los representantes de las listas estudiantiles su designación durará un año.

ARTÍCULO 31°.- Las reuniones del Consejo de Programación serán públicas, aunque éste podrá sesionar en privado si así lo decidiera.

ARTÍCULO 32°.- El Consejo de Programación tendrá las siguientes funciones:

- 1) Evaluar semestralmente la programación y su sujeción al perfil de la emisora y la misión y objetivos establecidos para ella.
- 2) Evaluar, aprobar o rechazar las propuestas de programación solicitadas bajo cualquiera de las formas mencionadas.
- 3) Sugerir modificaciones en los proyectos presentados.
- 4) Decidir sobre el levantamiento de programas cuando medie causa justificada.
- 5) Evaluar el desempeño en general de la emisora y su personal.
- 6) Asistir a cada reunión que convoque su Presidente por cualquier motivo.
- 7) Fijar para cada caso el valor de los espacios de aire de las producciones comerciales que se incorporen a la programación de la emisora.
- 8) Aprobar las propuestas de su Presidente para la utilización de los ingresos publicitarios.
- 9) Dictar su propio reglamento de funcionamiento para someterlo a aprobación del CSU.

Como puede apreciarse, las facultades del Consejo de Programación involucran también la decisión sobre el manejo de los recursos financieros de la radio, democratizando también el aspecto económico de la emisora, que desde su creación, es sostenida por aportes de la propia UNS: los sueldos del personal de planta permanente y los servicios son abonados por el presupuesto anual de la universidad, a lo que se suma un monto que cada año decide el Consejo Superior Universitario para gastos corrientes de

funcionamiento: combustible para el móvil de exteriores, reposición de insumos tecnológicos, caja chica, etc. El tercer eje de los gastos son los contratos de dos periodistas y dos locutoras.

Una nota destacada es el efecto que generó la propuesta de crear el mencionado consejo, que es señalada por el Director General:

“En las universidades públicas es habitual la convocatoria a docentes, alumnos o ambos para trabajar en comisión: puntualmente, en el caso de la UNS se hace en las comisiones curriculares que analizan los planes de estudio, en la Comisión Asesora de Investigación, Ciencia y Tecnología (CAICYT), que colabora con la Secretaría General de Ciencia y Tecnología en la definición de las políticas científicas de la Casa; en la Comisión Asesora de Cultura, que hace lo propio en la secretaría general de Cultura y Extensión Universitaria; y hasta en los propios organismos de gobierno, ya que los consejos departamentales, el Consejo Superior Universitario y la Asamblea Universitaria tienen alumnos y no docentes en sus composiciones. Sin embargo, cuando propusimos un Consejo de Programación, a la gente le resultaba extraño. Decían ‘¿qué saben de radio los que vayan al consejo?’ y ahí teníamos que explicarle que no debían saber de radio, sino que ahí sólo tenían que decidir qué tipo de medio queremos para la Universidad (...) Ahí vimos que nosotros no estamos acostumbrados a consejos de programación en los medios de comunicación, o a organismos con representantes de la comunidad. La costumbre es que cada autoridad nombra un director y ese hace lo que quiere, y eso pasa en todos los niveles: la televisión pública, Radio Nacional, las radios municipales, e incluso recolectando información, vimos que también pasa en muchas radios universitarias. Esto a uno lo hace pensar en que la idea generalizada es que los medios son cosa de licenciados en Periodismo o en Comunicación, que si no estudiaste una de esas carreras no tenés nada que hacer ahí; y también en que no estamos acostumbrados a decidir como sociedad, o al menos a discutirlo, sobre qué tipo de medios queremos” (Entrevista N°3).

Desde que comenzó a funcionar en 2012 –además del Secretario de Cultura y Extensión de la UNS en su carácter de director general de la radio y el entonces Director de Prensa (actual Director de Comunicación Institucional como coordinador de programación- el Consejo de Programación estuvo integrado por cuatro representantes de los profesores, tres de los docentes auxiliares, uno de los no docentes y tres de los alumnos. Cada uno de ellos era designado por las listas que poseían representación en el Consejo Superior Universitario, según el citado inciso 3 del artículo 29 de la resolución CSU 242/2012.

Esta composición se mantuvo dos años, y luego varió, al perder una de las listas de profesores y una de las listas de auxiliares representación en el Consejo Superior. De esta forma, durante 2015 y 2016 los delegados de las listas actuantes en dicho Consejo fueron tres profesores, dos auxiliares de docencia, un no docente y tres alumnos.

Cabe señalar que, a pesar de los reiterados pedidos por parte de la Dirección General de la Radio, nunca se designaron los dos representantes de los Departamentos Académicos que establece el inciso 4 de la citada resolución.

El análisis de las nóminas de representantes actuantes en el Consejo de Programación, que cada año aprueba el Consejo Superior, demuestra una alta permanencia en el caso de los profesores, los docentes auxiliares y el representante titular de los no docentes, ya que sólo alternaron sus suplentes. En el caso de los representantes de las listas de estudiantes, ninguno estuvo en el Consejo de Programación más de un año, y el repaso de las actas demuestra que son el sector de la comunidad universitaria con más porcentaje de ausencias en las reuniones. Por otro lado, el análisis nominal de los integrantes también demuestra que la composición definida para el Consejo ha brindado participación en la toma de decisiones sobre la emisora desde su creación a siete profesores, cinco auxiliares de docencia, tres no docentes y once alumnos.

### **Participación y programación radiofónica**

Considerando como factor de análisis la participación en la producción de los mensajes, puede apreciarse que la emisora tiene un marcado acento en la actuación de la comunidad universitaria en primer lugar y de la comunidad local luego, en la producción de piezas comunicacionales que tienen su espacio en la definitiva conformación de la grilla de programación. El estudio de la propuesta programática desde la salida al aire en agosto de 2012 revela algunas particularidades. En primer lugar, la agenda temática del servicio informativo y de los programas propiamente periodísticos de la radio (el magazine informativo de la mañana, el servicio informativo vespertino y los resúmenes noticiosos del mediodía y la tarde) tienen como columnistas privilegiados a los integrantes de la comunidad universitaria, que desde su rol de científicos y académicos aportan su voz en tanto expertos en diversas áreas de consulta sobre los temas de actualidad.

Uno de los lemas publicitarios de la emisora -“no solo sabemos hablar, también sabemos de lo que hablamos”- marca ese sello distintivo y a la vez reafirma el compromiso de ser amplificadora de la voz de diversos sectores del colectivo universitario que tienen la capacidad de actuar como fuentes calificadas a la hora de brindar perspectivas de análisis de la realidad que no abundan en los medios comerciales.

En su fundamentación, el proyecto rector de la radio destaca esto señalando que

“los medios comerciales -dominados por su propia lógica comercial y comunicacional- recortan las demandas, las tematizan, las multiplican o las invisibilizan con una artillería de estrategias y técnicas. Por ello, desde la radiodifusión universitaria se puede, en numerosos aspectos, colaborar a ampliar los límites socialmente dados (reales, pero sobre todo los simbólicos) dentro de los cuales los seres humanos construimos nuestras historias: promoviendo la participación, fomentando las formas de comunicación alternativa, alimentando la crítica, generando espacios de pensamiento reflexivo y constructivo, etc.” (Res. CSU 242/2012)

En segundo lugar, desde su origen la radio conformó su grilla de programación según define el proyecto organizador: “la programación de la Radio Universitaria se encuadrará en los siguientes tipos: a) Producciones de la propia emisora; b) Producciones de la comunidad universitaria; c) Retransmisiones; y d) Producciones externas”

La primera convocatoria a propuestas de programas se lanzó en 2012, e incluyó en sus bases específicamente este detalle “los proyectos podrán presentarse en por parte de Secretarías, Departamentos Académicos, Institutos, Centros, Laboratorios, Cátedras, Escuelas dependientes, Gremios, o grupos conformados para tal fin. En el caso de las propuestas de alumnos de las Escuelas Medias de la UNS, se requerirá el aval de la Dirección del establecimiento correspondiente” (ver Anexo). Es decir, el acceso a la realización de un programa estaba expresamente abierto a todos los interesados. Además, el artículo 5) señalaba:

“Sin excluir los criterios particulares que podrá aplicar el Consejo de Programación, se evaluarán las propuestas teniendo en cuenta:

- la claridad en la definición del objetivo y el desarrollo de la propuesta
- la congruencia de la temática con la/las actividades que los proponentes desarrollan en el ámbito de la Universidad
- la relación de las temáticas abordadas con las problemáticas locales y regionales
- la participación e integración de diferentes voces, perspectivas y puntos de vista sobre los temas a tratar;
- la heterogeneidad en la conformación de los equipos de trabajo
- La participación en las actividades informativas previas a la selección llevadas a cabo por la Radio
- la sustentabilidad del proyecto a futuro, considerada en base a la conformación del grupo y la disponibilidad para llevar a cabo la iniciativa”.

Como puede verse, el conocimiento de la técnica radial o la experiencia radiofónica no formaron parte de los requisitos puestos por la UNS o de las consideraciones que realizaría el Consejo de Programación al evaluar las propuestas. “Muchos se acercaban durante la convocatoria expresando que no sabían cómo hacer un programa de radio. Y nosotros teníamos que explicarle que eso vendría después, que la Radio los capacitaría para la producción y puesta al aire, que lo único que necesitaban eran las ganas y los temas a desarrollar”, recuerda Andrea Romero, actual Jefa de Noticias, y primera locutora incorporada a la emisora. (Entrevista N° 15). Las noticias publicadas para difundir la convocatoria permiten corroborar esta afirmación, al destacar que “No hace falta experiencia previa en radio, ya que los grupos –que deben tener al menos tres integrantes-

serán asistidos y orientados en ello por la Dirección de Prensa y Ceremonial”. Cabe aclarar aquí que el personal de planta de la emisora depende de esa Dirección, renombrada en abril de 2015 como Dirección de Comunicación Institucional.

Según el director general de la radio desde su puesta al aire, el Secretario General de Cultura y Extensión de la UNS, abogado Claudio Carucci,

“Capacitar a los que querían hacer radio fue un desafío, porque para nosotros fue ‘empoderar’ a los interesados para el ejercicio de su derecho a la comunicación. Las convocatorias no piden conocimientos de la técnica radiofónica, de cómo hacer un programa, sino solamente ganas de hacerlo, compromiso de sostenerlo en el tiempo e idoneidad en los temas a abordar. Del resto se ocupa el personal de la radio. Así la comunidad universitaria vio que prácticamente cualquiera con interés y ganas puede hacer un programa de radio”, (Entrevista N°3).

Esta primera grilla de programación incluyó también retransmisiones de programas elaborados por otras radios universitarias.

Los entrevistados que se desempeñan en la emisora coinciden en que la puesta al aire de la programación luego de la primera convocatoria fue muy compleja, porque la radio tenía muy poco personal: sólo dos periodistas encargados del servicio informativo que se emitía a cada hora a la mañana y a la tarde, con un resumen juntos al mediodía, un operador de tiempo completo (7 horas) y dos pasantes que cumplían cuatro horas diarias cada uno. Carucci recuerda que

“Los interesados accedieron a hacer mayormente sus producciones en vivo, porque no teníamos habilitado aún el estudio 2, donde se hacen las grabaciones. Con sólo cinco personas –de las cuales dos hacían medio turno, porque eran pasantes- más el coordinador de programación que colaboraba en algunas cosas, pudimos sacar al aire unas 30 producciones semanales, entre micros, programas de media hora y programas de una hora. De esta forma marcamos rápidamente una diferencia con otros medios de Bahía Blanca y la zona: a las pocas semanas de estar al aire la radio ya tenía más cantidad de programas originales que la mayoría de sus competidoras. Esto fue posible porque desde el vamos el proyecto entiende y da a entender que la radio no es sólo su personal. La radio es toda la universidad. Semanalmente cuando iniciamos las transmisiones oficiales rotaban por los estudios como 100 personas, que venían a hacer sus programas” (Entrevista N°3)

La primera grilla de programación se estructuró en base a propuestas presentadas de manera libre y abierta por todos los sectores de la comunidad universitaria, y a partir de 2014 también por otros sectores sociales. Sólo se establecieron como líneas orientadoras no excluyentes que fueran los proyectos grupales antes que individuales, y la conformación de grupos transdisciplinarios y mixtos (docentes, no docentes, alumnos). El primer año, tras un proceso de selección de 62 propuestas, y de posteriores capacitaciones a los elegidos por parte del personal de la emisora, la radio puso al aire 30 producciones –entre micros y programas- elaborados por toda la comunidad universitaria que se extendieron por un año, hasta agosto de 2013.

Los datos precisos arrojan que se dispuso incorporar 22 horas y 15 minutos de programación a emitirse de lunes a viernes, realizadas por 84 participantes entre docentes, no docentes, alumnos y miembros externos a la UNS.

Además de la programación propia, la emisora comenzó rápidamente a retransmitir programas producidos por otras radios universitarias, que se encontraban disponibles en la página web de la Asociación de Radios de Universidades Nacionales. Junto a ellos también comenzaron las emisiones del programa del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) que se produce en Radio Nacional Buenos Aires, pero que no se emitía hasta ese momento en la filial bahiense de la radio pública, y el programa de la Comisión Provincial por la Memoria “Puentes”, que tampoco tenía espacio en el dial de esta ciudad.

“Los que venimos de medios comunitarios y tenemos algunos años en el campo de la comunicación popular en principio miramos con algunas dudas la puesta al aire de la radio universitaria. Pero cuando el modelo estuvo en marcha nos sorprendimos de los resultados que dio. Era de verdad una propuesta distinta en el aire bahiense, que es muy uniforme en cuanto a su oferta radial”, dice Gabriel Cena, actual productor de Radio UNS y que fue años atrás Director de la radio cooperativa FM de la Calle, e integrante del Foro Argentino de Radios Comunitarias (Entrevista N° 17). Agrega que

“De repente, nos encontramos con que la radio de la universidad era una de las radios con más variedad y cantidad de programación original de Bahía Blanca. Fuera de las radios con la típica estructura de una mañana dividida en dos segmentos periodísticos, un mediodía con un deportivo o un resumen de noticias, una tarde con un magazine, algunos programas musicales o deportivos, una segunda tarde de noticias y una noche musical, que es el estándar de la programación en radio, no había mucha más variedad. La excepción a esto es la radio cooperativa FM de la Calle, porque hasta Radio Nacional sigue ese patrón de programación”

Una primera evaluación, desde su apreciación, señala que materializar un proyecto de “comunicación colectiva”, como él lo llama, fue posible por varios factores: el grupo de interés se encontraba vinculado por tener todos de alguna manera pertenencia institucional a la UNS (docentes, no docentes o alumnos) y por tener resuelto el sostén económico de la emisora. “En las radios comunitarias funcionamos de manera similar: tenemos un consejo de programación, y abrimos nuestra grilla a propuestas de la gente –recuerda de su paso por FM de la Calle- pero si no tenés cómo resolver la parte económica eso es insostenible en el tiempo, porque aunque los que vengan lo hagan sin cobrar un peso, tenés que mantener la radio, los equipos, el personal que trabaja en ella...”, analiza el entrevistado.

La segunda convocatoria, a diferencia de la primera, tenía bases más detalladas. Se explicaba en éstas de manera taxativa que los interesados:

- a) “Tendrán que considerar que la grilla de contenidos de la emisora deberá organizarse de manera tal que la distribución de los espacios persiga las funciones de: Informar – Formar – Entretener. En este sentido, la extensión y la investigación de la Universidad deberán involucrarse en los contenidos generales de la radio de manera directa e indirecta”.
- b) “En los temas a abordar se deberá privilegiar lo local y regional, procurando ofrecer perspectivas y propuestas superadoras a partir del aporte de la comunidad universitaria”.

Además, si bien mantenía la apertura a que cualquier grupo interesado ad hoc pueda presentar una propuesta, se agregó como requisito que “los equipos deberán estar constituidos, al menos, por tres (3) personas”. (Cfr. Anexo). La explicación a esta modificación la da el propio director general de la Radio:

“Luego del primer año de funcionamiento vimos que las propuestas unipersonales eran muy difíciles de sostener en el tiempo, por el trabajo que demanda la producción semanal de un programa. Además, si el conductor faltaba quedaba el espacio vacío, y había que llenar con música o repetir un programa anterior, y otra razón es que nos dimos cuenta que los programas grupales eran los que más riqueza tenían para sus integrantes y para el público tanto al aire como fuera de micrófono, porque son programas con más debate, circulación de ideas, con varios puntos de vista, y esas son cosas que nosotros queremos estimular desde la radio” (Entrevista N° 3).

En este sentido, las bases de la convocatoria 2013 incluyeron como uno de los criterios de evaluación la “Interdisciplinariedad o constitución preferentemente heterogénea del grupo”.

En la segunda convocatoria, realizada en 2013 se recibieron 61 propuestas, incluyendo renovaciones que se emitieron el año anterior. Se aprobaron 15 de las iniciadas en 2012 para que continúen por un ciclo más, y 23 nuevas iniciativas. De éstas, salieron al aire finalmente 20, ya que en tres casos sus proponentes desistieron de comenzar las emisiones. Eso implicó que el número de participantes en esas 61 propuestas creció a 182, lo que significaba casi dos centenares de personas circulando por la radio cada semana, entre lunes y viernes. También se dio un importante salto cuantitativo en la cantidad de horas de producción de programación, que pasaron de 22 y 15 minutos a 42 cada semana. A lo mencionado se sumaron 5 programas propios, ya que por la incorporación de personal la radio comenzó con sus propias producciones –especialmente periodísticas- y otros 5 elaborados por otras radios universitarias y organizaciones como el INTI y la Comisión Provincial por la Memoria.



En esta oportunidad, se brindó a los integrantes de los grupos dos talleres de capacitación sobre producción y puesta al aire de programas de radio. “Las evaluaciones que hicimos del funcionamiento de la emisora nos demostraron que si queríamos que la gente venga a la radio, debíamos darle herramientas que les hagan perder el miedo al micrófono. Si bien en muchos casos el entusiasmo era el motivador principal, también nos encontrábamos con que los grupos nos expresaban su miedo a no hacer buenos programas por no saber hacerlos”, explicó el director general de la radio. “Por eso, nos dimos cuenta que no alcanzaba con darles la posibilidad de ejercer un derecho. También teníamos que capacitar, como forma de empoderarlos para que ese derecho se haga realidad” (Entrevista N°3)

El resumen de su actividad presentado por la propia Radio UNS al postularse al premio “Construyendo ciudadanía 2014” de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual describe que “la programación se estructura en base a propuestas presentadas de manera libre y abierta por todos los sectores de la comunidad universitaria y la sociedad bahiense en general. Sólo se establecieron como líneas orientadoras no excluyentes que fueran los proyectos grupales antes que individuales, y la conformación de grupos transdisciplinarios y mixtos (docentes, no docentes, alumnos)”.

En la convocatoria 2014 los proyectos presentados fueron 42, y los seleccionados fueron 39, clasificados en 15 renovaciones, 9 nuevas iniciativas y otras 9 propuestas externas. A ellos se sumaron 5 programas de la propia emisora, y 6 elaborados por otras radios u organizaciones. Ese año se mantuvo prácticamente el número de participantes en las propuestas aceptadas, que totalizaba 179 docentes, no docentes, alumnos y externos, que hacían las 41 horas y media de programación original que salían al aire semanalmente.

Las actas del Consejo de Programación de la radio demuestran que cuando se comenzaron a evaluar algunos aspectos relacionados con la coherencia programática o la propuesta estética, surgieron otras preocupaciones relacionadas con la forma de equilibrar los contenidos de la grilla, incorporando algunos que hasta el momento habían estado vacantes. Una de las integrantes expresó que directamente “se podría convocar específicamente a determinadas instituciones que tenga actividad dentro de la órbita de interés de dicha programación, como el Conservatorio Provincial de Música, la Escuela de Teatro, los institutos de Periodismo, etc.” (licenciada Marta Domínguez, acta N° 5)

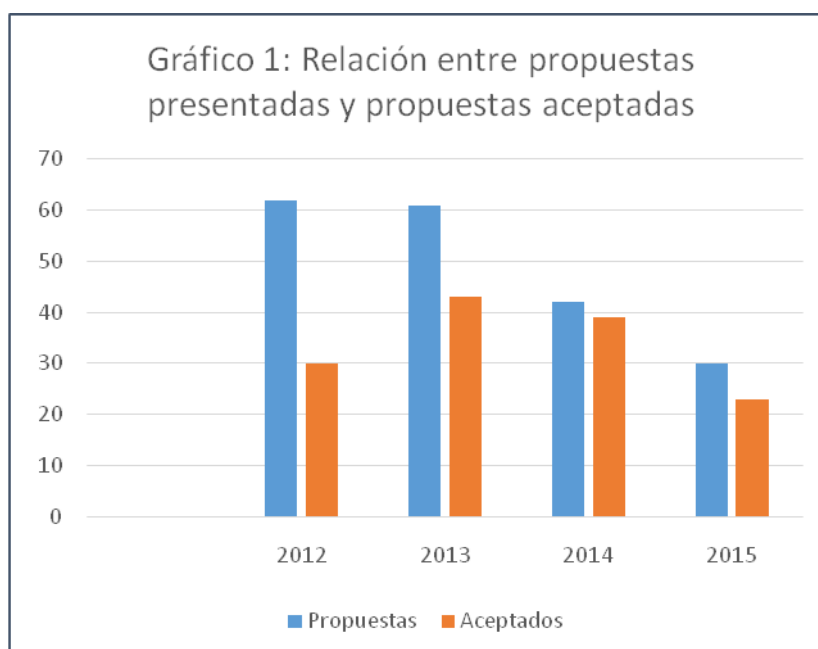
Además, en la misma reunión se acordó lanzar la siguiente convocatoria con ejes predefinidos. Finalmente, estos se decidieron en “Cultura (teatro, música, literatura)”, “Deporte amateur (en sus aspectos social y de integración)”, y “Niñez y Adolescencia”. Los consejeros resolvieron allí también destinar un 25% de la programación a propuestas externas, fundamentándolo en que contar con otras voces permitiría incorporar nuevos

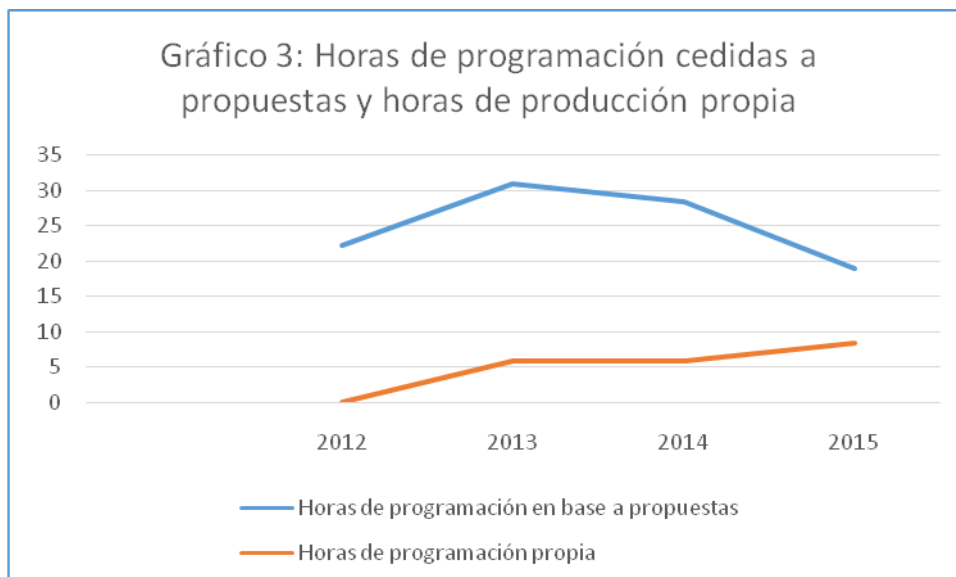
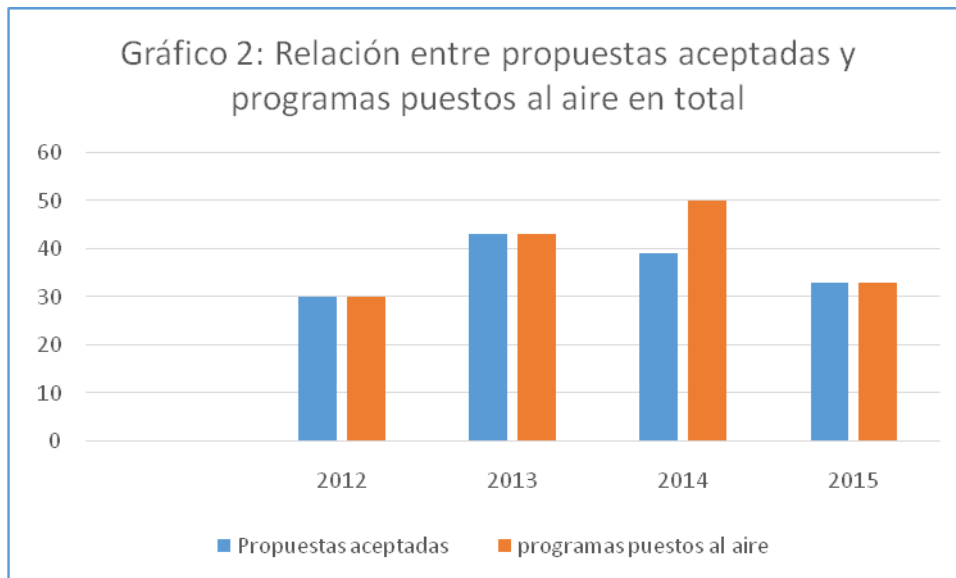
temas al debate existente en la radio y oyentes que no forman parte de su audiencia más cercana, esto es, la comunidad universitaria (CIT., los paréntesis son originales).

La última selección que contempla este trabajo, realizada en el año 2015 para emitirse entre marzo y diciembre de 2016, muestra que llegaron 30 propuestas, de las que se seleccionaron 14 renovaciones y 6 nuevas ideas de la UNS, y 3 externas. A ellas se sumaron 7 programas propios y 3 de otras radios y organizaciones, totalizando así 30 horas y media de producciones por semana. Esta baja también se tradujo en una disminución de la cantidad de participantes, que de los 179 de la convocatoria 2014, pasaron a ser 116, entre docentes, no docentes, alumnos y externos a la UNS.

**Tabla 3**

Convocatoria	Cant de propuestas	Cantidad de aceptados			% acep	Participantes	Programas propios	Programas de otras radios	Total de programas	Total de horas
		Renovaciones	Nuevos	Externos						
2012	62	0	30	0	48%	<b>84</b>	0	0	30	22,25
2013	61	15	23	0	62%	<b>182</b>	5	5	43	42
2014	42	21	9	9	92%	<b>170</b>	5	6	50	41,5
2015	30	14	6	3	76%	<b>116</b>	7	3	33	30,5





**Tabla 4: cantidad de participantes en propuestas aceptadas por año**

Año convocatoria	Participantes en propuestas aceptadas
2012	84
2013	182
2014	170
2015	116



Como puede verse en lo señalado en este capítulo, en varios aspectos hay cuestiones institucionales que condicionan el funcionamiento de la radio. Una de ellas es la imposibilidad en el tiempo de conformar el Consejo de Programación tal como marca el proyecto organizador, por la ausencia de los representantes de los Departamentos académicos. En los cuatro años que lleva en funcionamiento la emisora, no se registró ni un solo intento de acuerdo entre los decanos para nombrarlos, lo que puede interpretarse en cierta medida como un desinterés en el tema.

Otra cuestión a considerar es el desequilibrio temático que evidencian las grillas de programación (cfr. las tablas de programas seleccionados en el Anexo), en el cual se nota una presencia predominante de programas de las ciencias sociales que de los Departamentos, cátedras o institutos de las ciencias exactas. Esto supone una dificultad a la hora de plantear una propuesta programática coherente y que pueda reflejar equilibradamente la vida y la actividad institucional, por apreciarse “áreas de vacancia” temáticas.

Asimismo, la garantía de acceso a la producción de programas fue en alguna medida una de las causas de la heterogeneidad de las primeras grillas de programación, caracterizadas como un “mosaico”. En ellas debían convivir casi sucesivamente emisiones de derecho con otras de ecología, de economía con literatura, y de música con actividades estudiantiles, con las dificultades que eso presenta para ofrecer una continuidad programática coherente capaz de seducir al oyente. En este aspecto es necesario recordar otra de las características que distinguen a las industrias culturales audiovisuales en general, y obviamente a la radio entre ellas: su producción posee una demanda muy variable y elástica, dado que el consumidor tiene la posibilidad de cambiar de “proveedor” casi instantáneamente y sin costo. Ello plantea la necesidad de seducir permanentemente

al público, con el consecuente desafío que implica esto para quien programa en estos medios.

Por otro lado, si se consideran las características que distinguen a los servicios públicos de radiodifusión, entre las que se han mencionado la independencia económica y política, la pluralidad, etc. es posible ver que la actividad de la radio, más allá de las deficiencias señaladas, es un caso particular que se orienta en ese sentido. Soporta esta afirmación la apertura al ejercicio de la comunicación radiofónica que proponen las convocatorias abiertas y sin restricciones, junto al soporte económico que la UNS hace de la emisora, que no necesita ni requiere aportes por parte de los programas seleccionados mediante la venta de espacios o la facturación publicitaria. También, en la conformación de un consejo de programación plural y representativo de todos los estamentos de la universidad, así como la distribución de los principales cargos de la radio, cuestión en la que se profundizará más adelante.

## **CAPÍTULO 6**

### **Políticas de comunicación en el aire**

El ya citado informe “Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social” elaborado por la UNESCO en 2008 señala que

“cualquier intento de medir el desarrollo mediático deberá abarcar los aspectos tanto de la independencia como del acceso. No es sólo la ausencia de las restricciones sobre los medios que importa, sino también el grado de acceso otorgado a todos los sectores de la sociedad, especialmente los más marginados, para conseguir información y hacerse escuchar por esos medios”. En este aspecto, sostiene más adelante que “los medios comunitarios tienen un rol especialmente importante al atender a los grupos minoritarios o marginados, y por lo tanto es imprescindible que el Estado y la sociedad civil apoyen a los medios comunitarios, para asegurar que representen la diversidad social”.

Este apartado estará dedicado a analizar la evolución presupuestaria y en recursos humanos y materiales que tuvo la emisora, considerándolas medidas adoptadas por la UNS tendientes a la superación de las barreras económicas que condicionan el acceso al campo de la comunicación, y favorecen el ejercicio efectivo de dicho derecho por parte del colectivo involucrado.

También, se conceptualizará sobre las prácticas comunicacionales que los actores involucrados llevaron a cabo relacionadas con la radio, interpretándolas como expresión y materialización de proyectos de comunicación determinados y enmarcados – incluso posibilitados o limitados en muchos casos - por concepciones y políticas comunicacionales.

Para ello, se analizarán como dimensiones generales las medidas adoptadas por las autoridades de la UNS luego de la puesta al aire de la emisora en términos de presupuesto, personal e infraestructura, así como la conformación de las diferentes grillas de programación y las unidades de programación; y como las dimensiones particulares la selección de la agenda de temas a abordar, la motivación que manifiesten los actores en sus proyectos de solicitud de espacios de programa y en las entrevistas, los resultados que definan en las evaluaciones de sus actividades, y la valoración que realicen de su paso por la radio a lo largo del período de duración de su proyecto. Finalmente, también se analizará el aspecto económico de la emisora, considerado a la vez como resultante de políticas de comunicación en varios niveles, desde el estatal hasta el organizacional.

## “Querer es poner medios”

Una vez aprobado el proyecto y las pautas de funcionamiento de la emisora, y concluidas las tareas técnicas y de infraestructura necesarias para salir al aire, aún quedaban aspectos por definir. Uno de ellos, el más importante quizás, fue dotar a la radio de personal. “Nosotros queríamos que lo primero que tuviera la radio sea un servicio informativo. No sólo para cumplir con lo que decía la ley, sino sobre todo porque pensamos en una radio con un fuerte protagonismo de las noticias, donde pudiéramos tener nuestra propia agenda”, explicó el doctor Claudio Carucci. En esta línea el primer concurso para seleccionar personal fue para periodistas. Según indicó el coordinador de programación en su momento,

“la idea era que un profesional de los medios se encargara de la parte informativa. Pero, para lograrlo, necesitábamos ver cómo los aspirantes dimensionaban lo que es la radiofonía universitaria. Fue por eso que, además de la presentación de antecedentes, hubo un examen escrito, dividido en reglamentación y estatuto, cuestiones radiales y periodísticas. En principio hubo 92 preinscriptos a través de Internet. De ese número, 48 trajeron formalmente los papeles para anotarse y 44 se presentaron a rendir, de los cuales pasaron 17 a la prueba de micrófono. Realmente nos sorprendió mucho el buen nivel que hubo en general” (LNP, 8/8/2012)

Todo el proceso fue siguiendo la normativa de la Resolución R-Nº 167/09, que define el sistema de concursos para personal no docente de la UNS. Del orden de mérito final, se dispusieron dos cargos no docentes de planta permanente. La primera en ingresar fue la actual Jefa de Noticias de la radio, la periodista y locutora Andrea Romero, quien era la conductora del noticiero del “prime time” de la repetidora de Telefé en Bahía Blanca. El segundo fue uno de los periodistas de LU2 Radio Bahía Blanca, la emisora más escuchada de la ciudad. Consultada en su momento por un medio local sobre esta decisión, Romero explicó:

“Cuando tomé conocimiento de que se había abierto el concurso para sumarse a este proyecto, no pensé en postularme, pero sí lo empecé a ver como una posibilidad porque tenía ganas de afrontar un cambio, con todo lo que eso implica. El hecho de tratarse de esta radio en particular me generaba un *plus*, y fue por eso que empecé a pensar cada vez más seriamente en ir al concurso, y finalmente decidí correr el riesgo, aun sabiendo que podía irme mal. Sin dudas lo que más me atrajo fue la relevancia que tiene la universidad y el hecho de que me parece un lugar fabuloso para que exista un medio de comunicación. Además, es muy interesante que se trate de un lugar en donde está todo por hacerse” (LNP, 8/8/2012).

A ellos se sumaron días más tarde un operador contratado y dos pasantes de la carrera de Técnico Universitario en Emprendimientos Audiovisuales, de la UNS, para cumplir la misma función. Ello fue posible gracias a los fondos que el CSU había asignado como presupuesto anual para la radio. Así, se pudo armar dos turnos: de 6:30 a 13 y de

12:30 a 19:30. Los periodistas tenían a su cargo el informativo de 7 a 19:30 y los operadores la puesta al aire en vivo de las noticias y los programas seleccionados, así como de los programas “enlatados”, tanto de la UNS como externos.

Una de las medidas adoptadas para suplir la carencia de programación durante los primeros tiempos fue recurrir a producciones de otras radios universitarias, muchas de las cuales se mantuvieron en las sucesivas grillas por varios años. Esto también fue habilitado por la legislación entonces vigente, que permitía la constitución en redes, e incluso exceptuaba del cumplimiento del límite del 30% de retransmisiones a los servicios de titularidad del Estado nacional, los Estados provinciales, las universidades nacionales, los institutos universitarios nacionales y las emisoras de los Pueblos Originarios (Ley 26.522, art. 64). Todo ello dio como resultado la primera grilla de programación. (ver Grilla de programación 2012 en Anexo Documental).

De esta forma, las decisiones políticas adoptadas por la UNS referidas a la organización de la programación y a la dotación presupuestaria y la incorporación de personal (ya sea con cargos de planta permanente o contratados gracias a dicho presupuesto), junto al resultado de la primera convocatoria, fueron todos factores que sólo a semanas de comenzar oficialmente las transmisiones, permitieron cumplir con lo que establecía la ley 26.522 en su artículo 65:

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

b. Las emisoras de titularidad de Estados provinciales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, municipios y universidades nacionales:

i. Deberán emitir un mínimo del sesenta por ciento (60%) de producción local y propia, que incluya noticieros o informativos locales.

ii. Deberán emitir un mínimo del veinte por ciento (20%) del total de la programación para difusión de contenidos educativos, culturales y de bien público”.

Y también en su artículo 148: “Programación. 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 cultural”.

Esta característica no es común en las radios universitarias que comienzan su programación, quienes generalmente lo hacen con pocas horas y poca programación. Junto a ello también destaca la decisión de contar desde el inicio con un servicio informativo y con espacios reservados a las noticias. Sin embargo, según coincidieron varios entrevistados, la conformación de esta primera grilla tuvo varias particularidades, que se confirman al verla (ver Anexo). Agrega respecto a esto Gabriel Cena, el primer operador de la radio:

“La mañana quedo reservada para la propia radio, no se cedieron espacios, porque originalmente siempre pensamos en tener allí el fuerte periodístico, más parecido a las radios tradicionales, pero hecho por nosotros mismos. Así nos quedó una



mañana con segmentos musicales y noticias a cada hora en punto, y una tarde con una variedad muy grande de programas pero con muy poca unidad estilística. Era un mosaico con 30 minutos dedicados a la ecología, después una hora sobre Derecho, después una hora de música, otra media hora de Economía... era un mosaico muy variado". (Entrevista N° 17).

Otra situación a atender eran las condiciones técnicas de los grupos que habían obtenido espacios en las convocatorias. "La radio nació muy abierta y muy democrática, pero después había que poner al aire el resultado de todo eso. Algunos se adaptaron más rápido al lenguaje radiofónico, a los tiempos, a la forma de trabajo, y a otros les costó mucho más. Como éramos pocos y teníamos mucho trabajo ni siquiera pudimos armar instancias de capacitación, y la mayoría, capaz que el 80%, no tenía nada de experiencia en radio", agrega el entrevistado. Como puede verse, la "democratización" buscada con la apertura de la grilla de programación a la comunidad universitaria no bastaba para conformar una propuesta radiofónica consistente y coherente.

Explica Roberto Cimatti, dirigente gremial del estamento no docente y responsable del programa "Atrapados en Azul", que se emitió entre septiembre de 2012 y ese mes de 2014:

"La radio era la gran novedad en la universidad y la habíamos estado esperando durante mucho tiempo, en alguna forma todos queríamos formar parte de este emprendimiento, pero la verdad es que en nuestro caso fue pura voluntad, no teníamos ni idea cómo hacer un programa, y a veces eso se notaba, buscar entrevistados, preparar los temas a tratar... vimos que no era un juego, y más si se hacía de a una o dos personas". (Entrevista N° 6)

En general los entrevistados que coinciden con esta afirmación son quienes realizaron programas los primeros dos años, ya que los cursos y talleres de capacitación comenzaron recién en 2015.

La tabla 3, presentada en el capítulo precedente muestra que la radio nació con 30 programas propios semanales, que representaban más de 22 horas reloj de producción semanal y significaban una rotación en este lapso de tiempo de más de 80 personas por la emisora. Todo ello se atendía con sólo cinco personas: un operador que cumplía jornada de 7 horas, dos pasantes de operación de tres horas y media cada uno, y dos periodistas con una jornada también de 7 horas cada uno. A ello se sumaban las transmisiones programas de otras radios universitarias y los audios de dos producciones del canal educativo Encuentro, del Ministerio de Educación. Junto a ello, se programaban ciclos musicales temáticos para completar las 24 horas diarias que la emisora estaba en el aire. Todo este proceso es descrito por el director general de la radio en estos términos:

"Los primeros meses, o los primeros dos años quizás, fueron complicados. Nosotros también estábamos entusiasmados pero había cosas que de alguna forma se nos iban de las manos... elegíamos muchos programas de los muchísimos que nos

presentaban, y todo el tiempo queríamos hacer cosas nuevas: más producciones propias, más espacios informativos, más transmisiones desde exteriores... Con el mismo personal que arrancamos, y cuando pusimos al aire la segunda grilla de programación, agregamos a la mañana periodística un magazine de información general con una fuerte mirada universitaria de la realidad de 8 a 12, manteniendo el resumen de mediodía de 12:30 a 13, y sólo contratamos a una persona más. Todos estaban contentos con la radio: los que venían a hacer programas, los invitados tanto de la UNS como de afuera... y sobre todo las autoridades y el gremio. Creo que a la hora de pedir más cargos eso fue fundamental... fue un poco una estrategia, trabajar contra demanda, y al mostrar que estábamos desbordados, iban aflojando más cargos y más recursos”, (Entrevista N°3)

En este sentido, es importante destacar que las políticas del gobierno de Cristina Kirchner hacia las universidades nacionales no sólo incluían la ampliación presupuestaria, sino también la posibilidad de contar con cargos para las plantas de personal no docente. En el sistema universitario, los fondos se otorgan en dos grandes grupos: gastos de funcionamiento y sueldos. Este segundo ítem en el caso de la UNS ronda habitualmente el 90% del presupuesto que anualmente le otorga el Congreso de la Nación. Por ello es que los contratos deben restarse del monto para funcionamiento, que cubre gastos tan diversos como becas, investigación científica, infraestructura, libros, pago de servicios y todo lo que no sean, justamente, sueldos. Gracias a acuerdos entre la Federación Argentina de Trabajadores de Universidades Nacionales (FATUN) y el Ministerio de Educación, la UNS recibió 60 cargos en un plan trienal 2013-2015, sobre una planta de personal de 570 no docentes. De ellos, tres fueron destinados a la radio, permitiendo concluir con las pasantías. En términos de horas/hombre significaron pasar de 14 a 21 horas semanales de operadores.

Así, a los dos años de inaugurarse, y hasta la actualidad, la radio cuenta con un operador durante la mañana y dos por la tarde, ya que al tener dos estudios, a partir de las 13 en uno se realizan los programas que salen en vivo mientras que en el otro se graban los que salen los fines de semana o en horario nocturno, cuando la radio transmite en forma automática. También tiene cuatro periodistas en el turno matutino y dos en el vespertino, ya que como se ha mencionado y como puede verse de las sucesivas grillas (ver Anexo), los espacios periodísticos conforman la columna vertebral de la programación de la emisora.

**Tabla 5: planta de personal de AM 1240**

CANT.	CARGO	STATUS	CATEGORÍA	INGRESO
1	Coordinador de contenidos	planta permanente	2	Preexistente
1	Jefa de noticias	planta permanente	4	2012
1	Jefe de operadores	planta permanente	5	2013
2	Operadores	planta permanente	7	2014
1	Periodista	planta permanente	6	2012
2	Locutoras	contratadas	equiv. 5	2013

Las categorías son según el escalafón no docente del personal de las UU.NN definido por el Decreto Ley 366/06 (Convenio Colectivo de Trabajo)

## La nueva radio y el financiamiento

Tradicionalmente se reconoce que los medios de comunicación audiovisuales poseen dos barreras: la primera –si es que utilizan el espectro radioeléctrico para el transporte de su señal- es de carácter legal, ya que se requiere para ello una autorización del poder público. La segunda es una barrera del mercado, ya que los medios requieren recursos económicos para su sostén cotidiano y para afrontar los procesos de expansión que demandan las condiciones actuales del mercado de la comunicación. En muy pequeña escala, esto último significa para una radio universitaria, por ejemplo, asociar a la emisora una página web de noticias –existente ya en prácticamente todas las radios de noticias en el mercado de Bahía Blanca- que funcione también como plataforma de acceso *on demand* a los contenidos que produce y pone al aire la radio, al menos en sus espacios propiamente periodístico-noticiosos. También, generar plataformas de intercambios de contenidos con otras emisoras universitarias, entre otras posibilidades.

La sanción de la ley 26.522 significó para los medios no comerciales –y entre ellos los universitarios- no sólo la posibilidad de superar la barrera legal de acceso al mercado de la comunicación, sino también implicó fijar taxativamente en el texto de la norma y no sólo en términos de jurisprudencia la posibilidad de saltar la barrera económica, aunque como se ha explicado, no fijó mecanismos de asignación presupuestaria para su funcionamiento. Cabe recordar que el Acuerdo Plenario del CIN 384/00 citado en un capítulo precedente, proponía que el 8% de los fondos que percibía el Comité Federal de Radiodifusión en concepto de gravamen a la facturación de las emisoras comerciales se destinara al sostén de los medios universitarios. De todas maneras, la capacidad de estos medios de comercializarse publicitariamente quedó plenamente reconocida en el artículo 146:

“Financiamiento. Los servicios contemplados en este título se financiarán con recursos provenientes de:

- a) Asignaciones presupuestarias atribuidas en las leyes de presupuesto nacional y en el presupuesto universitario propio;
- b) Venta de publicidad;
- c) Los recursos provenientes del Consejo Interuniversitario Nacional o del Ministerio de Educación;
- d) 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 jurídica;
- e) La venta de contenidos de producción propia;

f) Auspicios o patrocinios”.

Este artículo de la Ley fue transcrito casi textualmente en el Art. 35 del proyecto rector de la radio, ya que sólo se le agregó el inciso g): “Otros aportes provenientes de actos legítimos que no desvirtúen su función y objetivos”. Además, agrega seguidamente:

ARTÍCULO 36°.- La utilización de sus ingresos en concepto de publicidad será definida por el Consejo de Programación a propuesta de su Director General.

ARTÍCULO 37°.- El producto de la venta de espacios de publicidad o espacios de programación y todo lo que la emisora perciba como producto de su actividad deberá reinvertirse prioritariamente en sus propias necesidades o, en caso de considerarse cubiertas éstas, en proyectos de extensión que lleve adelante la Secretaría General de Cultura y Extensión Universitaria, previa aprobación del Consejo de Programación.

ARTÍCULO 38°.- No deberá incorporarse en la emisora publicidad por parte de terceros cuya actividad sea comprobadamente reñida con el fin y misión de la Universidad en general y de la radio en particular. Las controversias surgidas en este aspecto serán resueltas por el Consejo de Programación.

También resuelven sobre el aspecto económico de la radio los artículos 15 a 19 del proyecto rector, referidos a la comercialización de espacios a producciones externas. Particularmente el 19° señala que:

“El valor o la contraprestación por los espacios de aire que se cobrará a los interesados en emitir programas en la radio de la Universidad Nacional del Sur lo determinará el Consejo de Programación de acuerdo a:

- a) El tipo de programa.
- b) Los costos adicionales derivados del mismo para la emisora (cantidad de operadores, costos telefónicos, material audiovisual necesario o cualquier otro que fuere menester tener en consideración).
- c) El horario de transmisión.
- d) Otras consideraciones que crea pertinentes el Consejo de Programación”.

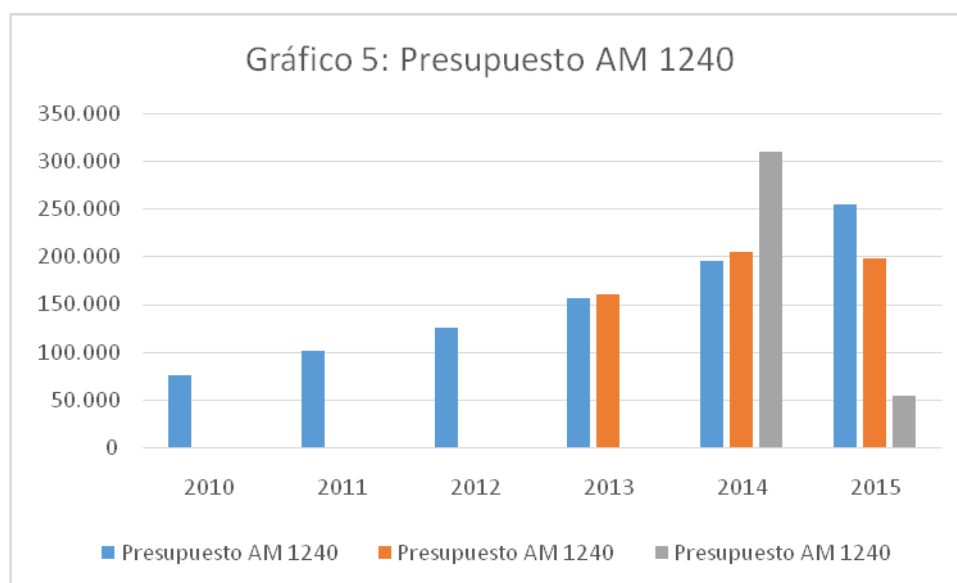
Como puede verse en lo antedicho en alguna medida, la UNS también democratizó la decisión sobre el manejo de los recursos económicos de la radio, poniéndolos en manos de los representantes de las listas de docentes, no docentes y alumnos actuantes en el Consejo de Programación.

Desde la puesta al aire de la emisora, se pudo buscar legal y legítimamente ingresos publicitarios, auspicios y patrocinios capaces de complementar los fondos para gastos de funcionamiento que anualmente le otorga el Consejo Superior Universitario dentro del

presupuesto universitario. La evolución de los fondos otorgados por el CSU y de los ingresos publicitarios puede verse en los gráficos presentados a continuación:

**Tabla 6: Presupuesto anual de AM 1240**

Presupuesto AM 1240			
Año	Presupuesto CSU	Publicidad	Otros ingresos
2010	75.000	0	0
2011	100.500	0	0
2012	125.000	0	0
2013	156.000	159.975	0
2014	195.000	205.025	309.000
2015	254.000	197.400	54.000



**Montos expresados en pesos. Elaboración propia en base a información cedida por la Secretaría General de Cultura y Extensión y por la Dirección General de Economía y Finanzas de la UNS**

En 2013 las emisoras universitarias recibieron un importante aporte de fondos por parte del Consejo Interuniversitario Nacional, dentro del denominado “Programa de Fortalecimiento de Radios Universitarias”. En el caso de la UNS se trató de 264.000 pesos, que según las indicaciones del Programa, debían destinarse a equipamiento, producción de contenidos y capacitación, y que en los gráficos precedentes se incluyen en el presupuesto 2014, ya que ese fue el año de ejecución de los fondos.

Asimismo, en la columna “Otros ingresos” se cuentan 45.000 pesos en 2014 y 54.000 pesos en 2015 provenientes del alquiler del espacio en una esquina de la ciudad altamente transitada (donde están el Comedor Universitario y el complejo “Alem”, el predio más grande de la UNS,) para colocar una pantalla publicitaria de Led, por parte de una

empresa local. Por decisión del rectorado, los fondos provenientes de ese alquiler también se destinan a la radio. Este acuerdo aporta a la sostenibilidad de la emisora al dotarle ingresos genuinos, y también significa la posibilidad de tener publicidad gratuita para el medio, ya que una de las falencias más comunes en las radios universitarias es su carencia de publicidad, no en cuanto a avisos en su programación sino en cuanto a publicitar el medio para que el público lo conozca y lo consuma. Esto no es un hecho menor, ya que la publicidad es un eslabón fundamental en las cadenas de valor de la producción de las industrias culturales, al que muchas veces va atado el éxito o el fracaso de un producto o un medio. En el caso de la UNS, el contrato con la empresa que colocó y aún mantiene la pantalla de Led detalla que no sólo debe pagar un alquiler mensual por ello, sino que también debe emitir un 20% de publicidades de la Universidad, entre las que cuentan principalmente avisos de la radio.

A ello también deben agregarse otros dos hechos significativos en materia de dotación de recursos por parte de la UNS: el primero fue la compra de un nuevo transmisor de 10 kw, ya mencionada en un capítulo precedente, por un monto cercano a los 170.000 pesos, y también la dotación en 2013 de un móvil de exteriores. El mencionado es una camioneta Chevrolet S10 doble cabina modelo 2005 comprada por el Departamento de Geología de la UNS para un proyecto de relevamiento del Río Salado encargado por el gobierno de la provincia de Buenos Aires, y que ante la alternativa de ser sacada a remate, por decisión del Rectorado fue cedida como móvil para la radio. El valor de mercado en julio de 2013, al momento de ser transferida, rondaba los 140 mil pesos. Curiosamente, la radio aún no contaba con una persona para desempeñarse como movilero.

### **La radio, una invitación a la palabra**

Una revisión sobre las casi 200 propuestas de programación presentadas en la radio desde su creación para acceder a hacer programas en ella, permite ver la variedad y heterogeneidad de temas y enfoques que el colectivo alcanzado buscaba desarrollar en un espacio en ese medio de comunicación. Señala Roberto Cimatti, el mencionado conductor del programa “Atrapados en Azul” (Entrevista N° 6)

“La radio universitaria posibilita multiplicar voces. Entre ellas la de los trabajadores universitarios para dar a conocer nuestros puntos de vista no solo de cuestiones referidas a la UNS, sino también al sistema universitario nacional y a las políticas laborales que se implementan en nuestro país. Destacamos nuestra contribución a la memoria, esperada y necesaria, con programas recordando a compañeros, víctimas de la represión, que estuvieron silenciados durante años. Para nosotros era imprescindible que desde un espacio institucional se los recordara. Eso repercutió en todos nosotros. Pudimos dialogar desde el micrófono y después, en la cotidianeidad del trabajo y de la vida, con muchos compañeros interesados en la historia de la UNS”

Desde un aspecto más curricular, la doctora Gabriela Cabeza profesora adjunta del Departamento de Física y conductora del programa de divulgación científica “Causa y Efecto”, que se emitió durante tres años e incluso fue galardonado en varias oportunidades, agrega: “la radio me pareció una excelente oportunidad de dar a conocer a la población en general qué es la Física, de qué se trata, para qué sirve. Como dice Silvio Rodríguez en su canción ‘El escaramujo’: saber no puede ser un lujo...”.

Los estudiantes han sido también principales protagonistas en la propuesta comunicacional de la radio desde su origen. Explica Melina Rodríguez Prieto, alumna de Abogacía e integrante del equipo de “Leyes en el Aire”. (Entrevista N° 15)

“Somos doce alumnos en el grupo de trabajo, y los motivos que nos movilizaron a presentar el programa fueron diferentes para todos, pero en general coincidimos en que realizar sería una manera diferente de difundir información de interés, tocar contenidos de las materias con otra mirada, ahondar en los temas que en clase no se pueden llegar a discutir con más profundidad por estar fuera del programa de estudio, y divertirnos con nuestra propia especialidad, al poder ejercer la crítica y el humor en un campo como el Derecho, algo que no es común ni en clase, ni en los tribunales”.

Incluso, la particular forma de organizar la programación en la radio también significó un espacio de expresión para los estudiantes de las Escuelas Medias dependientes de la Universidad, que a través de la materia extracurricular Taller de Radio y de otra iniciativa, han sostenido dos programas en la emisora desde su origen. Dice la licenciada Lucrecia Boland, rectora-directora de la Escuela Superior de Comercio y responsable del programa “La Oreja Biónica”:

“Más allá de los cambios tecnológicos, la radio sigue conformando un espacio de encuentro que invita al debate y a la participación. Es un espacio clave por el lugar que ocupa en la producción y circulación de significados, representaciones y valores. En el caso particular de la radio de la UNS, construye pertenencia a la comunidad universitaria, de la cual nuestra Escuela forma parte, y es conveniente que los vínculos entre ambas instituciones se fortalezcan. En la actualidad no hay presencia suficiente en los medios masivos de comunicación de la expresión de los jóvenes y menos aún de temas que sean generados por ellos mismos. **La libertad de expresión es uno de los derechos más importantes y, aunque no se priva, tampoco se promueve.** Es por esta razón que para los jóvenes necesitamos contar con espacios como los que puede ofrecer un medio de comunicación, para volcar nuestras inquietudes, informarnos y formarnos a través del diálogo con especialistas y con nuestros pares, generando propuestas, profundizando los vínculos entre quienes forman parte de una misma comunidad”. (Entrevista N° 8, el destacado es del autor).

La apertura de la programación de la radio a propuestas externas permitió poner al aire la iniciativa “Enlazados”, un programa dedicado a temas de inclusión y personas discapacitadas elaborado por los docentes y alumnos del Centro de Formación Laboral

Nº1, y la fundación “Lazos”, dedicada al apoyo de personas con discapacidad. El grupo fundamentó en su presentación para solicitar el espacio señalando:

“Cuando nos referimos al término *inclusión* hacemos referencia a que con la inclusión de la diversidad se logren transformar los contextos en donde por prescripción habita irremediablemente el *otro*, a espacios de convivencia democrática y construcción de aprendizajes cooperativos, basados en el reconocimiento y aceptación de la diversidad como valor, en el diálogo y el disenso y en el compromiso colectivo por una calidad de vida mejor para todos y no solo para aquellos que son incluidos”.

Como menciona Borrat (1989), la inclusión, la exclusión y la jerarquización son tres de las estrategias que llevan a cabo en su práctica cotidiana de construcción de la realidad. Inclusión y exclusión son dos partes antagónicas del mismo procedimiento. Por ello, lo que no se incluye, necesariamente queda afuera de esa selección de temas con los que los medios construyen la realidad. En el caso del programa mencionado, se trata del único espacio en todos los medios de comunicación de la ciudad –públicos y privados, en radio, TV y gráfica- dedicado a esa temática.

Como puede verse, la radio fue, en algunos casos, un elemento articulador del trabajo entre varios actores sociales. Otro caso fue el del programa “De cerca nadie es normal”, emitido durante 2013 y 2014.

“La propuesta está basada en dar la posibilidad a la comunidad, a través del programa, de pensar la salud mental desde el atravesamiento de todas las dimensiones que abarca el concepto. Sabiendo que mas allá del padecimiento y su diagnóstico, existe un fuerte estigma que propicia la exclusión de las personas que lo padecen, la construcción de este nuevo paradigma necesariamente tiene que ser desde una intervención cultural que genere inclusión, a lo que el programa se presenta como una excelente oportunidad de iniciarlo en el ámbito local. En Bahía Blanca y la zona no existe un programa radial que aborde dicha cuestión cuando, en realidad se están cambiando las prácticas de atención y la Universidad, como gestor de conocimiento no se encuentra fuera de esto. La principal motivación que tenemos es la de "poner al aire" la propuesta de hacer una Salud Mental inclusiva. a través la participación de los usuarios del taller de radio como un espacio de inclusión para las personas que lo realicen (personas que padecen sufrimiento mental severo), les facilitará, además, la disminución del estigma que este tipo de padecimientos genera.(...) La palabra en sí misma permite acotar síntomas que suelen producir un importante padecimiento subjetivo. La palabra transforma a esa persona que habla, que escribe, que pinta, en un sujeto creador, desprendiéndose de algo personal para que circule en el encuentro con otros que escuchan”.

Así justificaba la doctora María Marcela Arzuaga el pedido de un espacio en la radio en la presentación de la propuesta de programa “De cerca nadie es normal”, finalmente seleccionado por el Consejo de Programación y emitido entre agosto de 2013 y mismo mes de 2014, realizado con docentes y alumnos del Departamento de Ciencias de la Salud de la UNS y pacientes del Hospital “José Penna”.

En otros casos, la radio articuló propuestas más relacionadas con el paradigma de la extensión académica mediante un medio radiofónico. Tales fueron los casos de



propuestas como “Leyes en el aire”, “Rescate verde”, “Agroconciencia” y otros programas. Esta lectura se desprende de las presentaciones realizadas para solicitar espacios. Como ejemplo, cabe citar el de la presentación realizada por el Departamento de Derecho para su programa departamental:

“Los objetivos principales de este proyecto son: a) generar un espacio educativo sobre los derechos de los ciudadanos; b) promover el acceso a la justicia en un sentido amplio; c) difundir las actividades desarrolladas por el Departamento de Derecho; todo ello dentro de la radio de la Universidad Nacional del Sur. La extensión universitaria exige poner a la Universidad en general, y a las unidades académicas en particular, al servicio de la comunidad. En ese sentido, es política del Departamento de Derecho contribuir a la formación ciudadana, a la educación del consumidor, la educación ambiental, a la educación en derechos humanos, a la educación sobre derecho a la identidad, entre otros, con el fin de fortalecer las instituciones democráticas y facilitar el acceso a la justicia. El programa proyectado tiende a cumplir al menos parcialmente con dichos objetivos, como así también a difundir las actividades de extensión e investigación del Departamento de Derecho relacionadas con tales objetivos”. (Dra. Corina Luale, profesora del departamento de Derecho, presentación para solicitud de espacio del programa “En Rebeldía”, junio de 2013).

Lo ejemplos expuestos ilustran una característica común que recorre vertebralmente a la mayoría de los proyectos aceptados: que en las fundamentaciones es posible ver ciertos tópicos comunes expresados por sus autores. Ellos giran en torno a expresiones como la importancia de que la Universidad haga escuchar su voz sobre las problemáticas de la ciudad y la región, la necesidad de dialogar con la comunidad a partir de los saberes académicos y las necesidades sociales, y la importancia de contar con espacios para expresar posturas, conocimientos, perspectivas, enfoques, etc. que contribuyan a la construcción de una agenda diferente a la de los medios comerciales y que brinden posibilidades a actores y sectores habitualmente no presentes en ellos.

Otro aspecto que es necesario considerar al pensar las prácticas comunicacionales que tienen lugar en la radio como expresión y materialización de un determinado proyecto de comunicación y enmarcadas por concepciones y políticas comunicacionales, son algunas características de sus espacios periodísticos. Los productos de las industrias culturales tienen como una de sus particularidades que son bienes caros de producir pero baratos de reproducir. Esto se acentúa en un contexto de producción digital e integración de plataformas, donde los formatos y lenguajes son fácilmente mutables sobre la materia prima, que es la información. Según explica la Jefa de Noticias de la emisora, Andrea Romero,

“para nosotros el contenido universitario es fundamental, aunque suene obvio. Por política editorial de la radio cada informativo horario tiene que tener una noticia universitaria, local o nacional, y los primeros a consultar sobre cualquier tema, son nuestros docentes e investigadores. Por eso también en los magazines la información universitaria está muy presente, ya sea como noticia o como una mirada

de la realidad, cuando entrevistamos especialistas. Para nosotros son columnistas privilegiados, y no pasa un día sin que tengamos al menos un experto al aire sobre algún tema” (Entrevista N° 17).

El análisis de la producción periodística muestra que esa fuerte presencia de contenidos universitarios en la radio permitió estructurar una cadena donde la emisora no es sólo lo que se produce para salir por la antena, sino que también es el lugar de la primera fase de esa secuencia. Una vez generada en la radio, esta materia prima es mutada de formato para insertarse en otros medios de comunicación: la página web de la UNS, el periódico universitario, los medios locales y los nacionales mediante la agencia Télam, un canal de Youtube propio, las redes sociales, el sitio de divulgación de la SPU “Argentina Investiga”, entre otros, multiplicando los canales de distribución y las formas de consumo.

“Al trabajar integrados con el área de prensa y comunicación de la Universidad, se logró armar rutinas que hagan rendir el trabajo, porque somos pocos y tenemos que hacer rendir nuestro trabajo...”, agrega la entrevistada. Según detalla, hay casos de noticias que comenzaron en la radio y luego tuvieron repercusión internacional a través de otros portales. “Una vez hecha la entrevista, esa nota se transcribe, se complementa con más datos, y se publica en otros medios o en las redes sociales, para darle más difusión y también para que el público pueda verla o escucharla en cualquier momento”, dice Romero.

A todo esto agregaron los entrevistados que uno de los proyectos a futuro es la creación de un portal de noticias generales. “La radio produce noticias de 7 a 19:30 y tiene todos los temas de agenda de las otras radios locales, más las voces universitarias. Las noticias se redactan para los boletines y los audios ya están”, explica Romero. “La parte más complicada del trabajo ya se hace. Ahora necesitamos un sitio para subirlas, y así podemos tener un medio más para instalar la voz y la mirada de la UNS sobre lo que pasa en la actualidad, y también una forma de publicitar la radio y tener más oyentes. También, de darle más visibilidad en otros medios a las noticias universitarias”. (Entrevista N° 17)

## **CAPÍTULO 7** **Consideraciones finales**

Tal como se ha detallado en la introducción, la hipótesis que fundamentó este trabajo fue que el medio estudiado fue configurado por la tensión entre la generación de un nuevo paradigma comunicacional en el país, por las singularidades de la universidad donde se inserta, y por el interés institucional por la puesta en marcha de un determinado proyecto de gestión política de la comunicación.

Como se ha intentado desarrollar en los capítulos precedentes, para alcanzar dicha hipótesis se tuvieron en cuenta las relaciones entre actores gubernamentales y universitarios, las dinámicas institucionales y las normativas involucradas en el caso, que fueron expresión de determinados rasgos epocales en materia de políticas de comunicación en varios niveles. Para ello, se analizaron las medidas que permitieron la creación y desarrollo de la Radio de la UNS, con especial énfasis en las dinámicas institucionales y normativas emanadas de la Universidad, y el tipo de medio que definieron con su aplicación.

También se intentó analizar el proceso de creación de la radio en el contexto de las orientaciones nacionales en materia de política y políticas de comunicación, para caracterizar qué tipo de medio de comunicación definió del sistema adoptado para el gobierno y organización de la emisora; y finalmente así conceptualizar sobre las prácticas que los actores involucrados llevaron a cabo en ella en el período estudiado, interpretándolas como una resultante de aquellas orientaciones. Se cree aquí coincidiendo con Villamayor y Gardella (en BOSETTI y HAYE, comp. 2015), que cualquier proyecto radiofónico supone un proyecto político comunicacional, así sea que no se lo nombre de esa manera, porque siempre hay una dirección y una perspectiva de las cuales se sitúa su concepción.

En lo expuesto se puede reconocer que a lo largo de casi un siglo desde las primeras emisiones radiofónicas universitarias, las discusiones y medidas oficiales hacia el sector fueron escasas y no articuladas, mucho menos planificadas. En el apartado dedicado a la legislación sobre la radiodifusión universitaria puede apreciarse que las orientaciones normativas privilegiaron en todo momento una comunicación centrada en una visión del proceso desde dos perspectivas: tecnológica y económica. Volviendo a Van Cuilenburg y McQuail (2003), puede decirse que las normas fueron más políticas de telecomunicaciones que políticas de comunicación, ya que tuvieron como primer objetivo ordenar el uso del espectro y crear un marco jurídico para la explotación económica de las frecuencias, lo que a su vez por omisión generó “barreras” de acceso al mercado de la comunicación para las universidades nacionales, entre otros actores sociales. Vale recordar aquí la ya

reseñada definición de Oszlak y O Donnell (1981), quienes dicen que las políticas son *acciones* pero también *omisiones* (el destacado es propio).

Junto a ello, se evidencia que la explotación de una radioemisora no formó parte de la agenda de políticas universitarias a nivel nacional hasta bien entrada la década de 1980. Por entonces, y en las seis décadas anteriores, sólo tres universidades mantuvieron emisoras en funcionamiento: La Plata, Litoral y Córdoba, señaladas cronológicamente. Las barreras legales existentes no pueden considerarse un óbice para ello, sino que se cree aquí que dicha decisión estuvo más relacionada con dos cuestiones principales: el contexto sociopolítico de las décadas precedentes a la definitiva instauración de la democracia en 1983 luego de un péndulo cívico-militar que duró más de cinco décadas (con todo lo que ello significa entre otras cosas en materia de libertad de expresión) y los costos de instalación de una emisora en Amplitud Modulada, la única tecnología existente hasta la década de 1980, ya que no se habían popularizado las frecuencias moduladas en Argentina. Como contrapartida que sostiene esta hipótesis (que se espera que se compruebe en investigaciones futuras, cuando se componga más acabadamente el mapa de estudios sobre cada radio universitaria en particular) basta tener presente que durante el gobierno de Alfonsín más de una decena de universidades pusieron radios al aire.

Volviendo al caso en estudio, la documentación analizada permite afirmar que la radio llegó a la UNS sin que ésta se lo proponga. Si la Federación Universitaria del Sur – una de las dos agrupaciones estudiantiles de la casa, junto con la Liga de Estudiantes Humanistas del Sur- contempló la posibilidad de que la filial local de Radio Nacional dependa de la universidad al conocerse la intención del gobierno nacional de instalar una en Bahía Blanca, la frecuencia luego conferida no se obtuvo por gestiones de las autoridades de la institución, ni por las de alguno de sus sectores, sino por una inconsulta decisión del Poder Ejecutivo Nacional. Junto a ello, es posible sostener -si se analiza el contexto histórico nacional luego del derrocamiento del gobierno de Perón en 1955, y las medidas adoptadas hacia el sector de la radiodifusión-, que la cesión de emisoras a las universidades nacionales no buscaba incluir a estos sectores de la sociedad en el campo de la comunicación audiovisual dotándolos de medios para ello. Más bien, tales cesiones de las radios a las universidades deberían interpretarse como otra medida más de las adoptadas con la intención de “desperonizar” a la sociedad llevadas a cabo por los gobiernos iniciados a partir del golpe de Estado autodenominado “Revolución Libertadora” en 1955. Esto es así porque como se ha reseñado en un capítulo precedente, las frecuencias transferidas pertenecían mayormente a una empresa afín al gobierno derrocado, y porque la normativa sólo menciona que dichas cesiones contribuirían a la difusión cultural y al sostén económico de las universidades. No hay fuera de estas justificaciones otras de carácter más estructural que sostengan una resolución de estas características.

De esta forma, las autoridades universitarias en Bahía Blanca se encontraron sin quererlo expresamente, con un medio de comunicación en sus manos, y sin tener una clara idea de qué hacer con él. A esto se agrega que se trataba de un medio funcionando, con empleados, programación, instalaciones, etc. etc... factores todos que sumaban a una problemática compleja y desafiante.

La adjudicación de un espacio en el éter no fue acompañado en el decreto firmado por el presidente de facto Pedro Eugenio Aramburu de precisiones sobre el destino de las sociedades que se encontraban en ese entonces realizando la explotación comercial de las frecuencias. Estas imprecisiones pueden interpretarse como una resultante de la situación descripta: la carencia de una política de comunicación centrada en dotar a las universidades de medios para ello, sino más bien la necesidad de resolver la situación de las emisoras cuyas frecuencias caducaban, especialmente las pertenecientes al grupo Haynes.

Esta falta de planificación y de precisiones sobre los caminos a seguir por parte de las casas de altos estudios motivaron que, en el caso de la UNS, la primera medida oficial fue una auditoría contable, ya que las autoridades de la casa deseaban conocer el estado patrimonial de la empresa, a la vez que resolver la situación de sus trabajadores, sus compromisos comerciales, etc. Pero más allá de ello, no hubo decisiones políticas dentro de la universidad de trascendencia hacia esta emisora, ni interés por parte de las autoridades en seguir el tema y concretar el traspaso, ni un sector universitario capaz de funcionar como grupo de interés (como podría haber sido de existir una carrera de Periodismo o Comunicación Social) asociando voluntades para dicha transferencia. En la primera década y media luego del traspaso, la radio no fue un tema prioritario en la agenda de la Institución, ni las definiciones expresadas o acciones concretadas demuestran interés por ella.

Un segundo período puede enmarcarse entre 1973 y 1983, cuando se aprecia un ciclo que oscila del interés al rechazo por parte de la Institución. A comienzos de este recorte temporal –arbitrario, como todos-, se llevó a cabo la construcción de los estudios, la adquisición de equipamientos y el levantamiento del mástil para la antena. Estas inversiones demuestran la disposición de las autoridades universitarias, en un contexto dentro de la organización de fuerte movilización política (cfr. CERNADAS et. al, 2006) por contar con un medio de comunicación de este tipo. Sin embargo, el relevamiento documental sobre expedientes, resoluciones del Rectorado, actas del Consejo Universitario, y las entrevistas realizadas para esta investigación nuevamente exhiben la falta de un proyecto institucional que sustente y justifique el funcionamiento de una radio durante ese lapso.

El péndulo de las decisiones oficiales respecto de la emisora fue a su extremo opuesto a 1973 en apenas tres años, cuando en 1976 por decisión del interventor militar

de la UNS, el capitán González, se decidió dismantelar los equipos y venderlos, y destinar los espacios reservados a la sala de locutores, el control de operadores y otros locales, a aulas e improvisados depósitos. Cabe recordar que los vaivenes políticos nacionales tuvieron su correlato en las diversas gestiones al frente de la Universidad, donde alternaron períodos con rectores estatutarios y organismos de cogobierno con otros de rectores designados por el Poder Ejecutivo Nacional constitucional, y finalmente también otros con rectores designados por gobiernos de facto. Entre 1973 y la normalización en 1983 diez rectores se sucedieron al frente de la UNS, logrando sólo períodos de relativa continuidad quienes lo hicieron a partir del golpe cívico-militar de 1976. Las declaraciones del ex rector Ricardo Bara citadas en el capítulo 4 permiten apreciar una concepción de la radiodifusión de carácter difusionista y de corte culturalista, además de demostrar la existencia de una concepción de tipo económico de la actividad, al calificarla como “materialmente inconveniente”.

Como señala Offe (1990), el Estado es un sistema que se relaciona con otros sistemas en procesos interinfluyentes. Estas relaciones son sistémicas porque los sistemas mantienen determinadas relaciones entre sí, pero al mismo tiempo tienen cierta autonomía y se encuentran separados en entornos determinados. Por eso, las políticas públicas involucran cambios institucionales y organizacionales, en respuesta a los cambios del entorno. A ello, se puede agregar que “entre los distintos componentes de un sistema político se establecen relaciones estratégicas, en el sentido de que las decisiones de un sistema afectarán a otro, más allá del ámbito o sistema en el cual originalmente se tomó la acción o decisión, lo cual tiene mucha importancia en el caso de las elecciones públicas y las acciones colectivas” (AYALA ESPINO, 1996).

En el caso de la radio de la UNS, puede reconocerse luego de estas políticas pendulares, que la discusión por la sanción y vigencia de una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual impactó en la agenda política de la Universidad y provocó una corriente de opinión favorable a la puesta en marcha de una radio. Esto es así porque en el campo de las políticas públicas, uno de los aspectos principales es la consideración pública del problema. La sociedad debe reconocer un asunto como tal, ya sea para instalarlo en la agenda del gobierno o viceversa: es éste quien debe “hacer campaña” para que la sociedad comprenda la importancia de establecer políticas en ese sentido.

Los foros de debate realizados en las universidades nacionales, la campaña informativa llevada adelante por los medios públicos, y la postura de numerosos actores sociales al respecto pusieron a la comunicación como un tema de debate desde el eje del derecho a la comunicación más que desde el eje de la libertad de prensa. Como señala Gallardo (2014), esta discusión pública abrió a otros sectores de la sociedad las puertas de

“debates que antes se debían exclusivamente al interior de los claustros académicos y en círculos políticos o empresariales muy cerrados. Entre otras cuestiones,

desnudó el hecho de que los discursos sociales tienen lugar en un escenario dinámico de disputa y de relaciones de poder, siendo las organizaciones de comunicación masiva uno de los espacios más destacados donde esa puja se desarrolla”.

Las universidades nacionales tomaron rápidamente partido en la disputa, siendo sede de los mencionados foros, pero también mediante reiteradas expresiones de sus consejos superiores y rectores -emitidas éstas en el seno del Consejo Interuniversitario Nacional-, de apoyo a la implementación de la norma. También, en el reconocimiento de que luego de casi un siglo de radiodifusión civil en el país, finalmente las casas de altos estudios públicas eran reconocidas como sujetos de derechos plenos en el texto de la ley para actuar en el campo de la comunicación audiovisual. Mientras se debaten las reformas a la Ley 26.522 para la redacción y sanción de una nueva pieza legislativa, los rectores mantienen la defensa de este derecho señalando mediante una declaración del Consejo Interuniversitario Nacional sobre la nueva Ley de Comunicaciones Convergentes que “es estratégico para las universidades actuar en el ámbito de la comunicación, en el marco de un derecho humano que le permita insertarse en el territorio para resolución de problemas y aportes a la comunidad” (CIN, 2016).

En el contexto de la discusión y sanción de la Ley 26.522, los testimonios de los actores institucionales con peso político en el ámbito de la UNS relevados para este trabajo y citados previamente, coinciden en señalar que tal debate público fue fundamental para instalar en la comunidad universitaria la importancia de contar con un medio audiovisual propio. Junto a ello, también fue reconocida como gravitante la renovación generacional que ubicó en el rectorado, las secretarías generales y muchos decanatos de la UNS a profesores más jóvenes, con mayor recorrido vital en años democráticos que sus generaciones precedentes.

Más allá de lo expuesto, es una verdad evidente que poner al aire un medio de comunicación no implica necesariamente construir espacios que permitan la democratización de la palabra. Por ello es necesaria la reflexión sobre qué principios en materia de políticas de comunicación expresa el sistema de funcionamiento de la radio.

La UNESCO en el citado Informe de Desarrollo Mediático, señala que este desarrollo

“se vincula claramente con el potencial de los medios para fortalecer procesos democráticos que sean participativos, transparentes y con rendición de cuentas, tomando en cuenta a todos los actores/as de la sociedad. La evidencia muestra que un entorno mediático libre, independiente y pluralista es imprescindible para fomentar la democracia. Además, al proporcionar un vehículo para comunicar y acceder a la información, los medios pueden ayudar a asegurar que la ciudadanía esté equipada con las herramientas necesarias para elegir, en base a información adecuada, y participar mejor en las decisiones sobre los temas que influyen en sus vidas”.

Junto a ello, como dicen Becerra y Waisbord (2015) históricamente, el campo de los medios públicos –no sólo en Argentina sino en toda América latina- se caracterizó por una “débil autonomía institucional frente al poder político”, por la “ausencia de mecanismos de gerenciamiento transparentes”, y también por “problemas crónicos de financiamiento”. Todos ellos “imposibilitaron el logro de objetivos públicos a la vez que alejaron a estos medios de gestión estatal del arquetipo ideal de medio de servicio público tal y como ha sido definido en la literatura especializada”.

Luego de la descripción y los análisis llevados a cabo de la particular forma de organización, puede verse que el caso estudiado significa un paso en el sentido de la democratización de la comunicación, considerada de acuerdo a sus indicadores tradicionales de acceso y participación. Esto se fundamenta en el acceso libre –o al menos con las restricciones propias de los recursos humanos y técnicos de la emisora- a la producción de contenidos de sectores que, por diversos motivos, no suelen tener espacios o los tienen de forma muy limitada, en medios comerciales. También, en la inclusión de todos los estamentos de la comunidad universitaria (docentes, no docentes y alumnos) en un organismo colectivo de decisión sobre las cuestiones programáticas y económicas de la emisora.

En otro aspecto, es apreciable en el equilibrio entre alternancia y permanencia que otorga el reparto de los principales cargos de la emisora: mientras que el Director General es un cargo político ocupado por el Secretario de Cultura y Extensión de la UNS, y por ello nombrado directamente por el rector; otros cargos como el de Coordinador de Programación (una suerte de director ejecutivo) y de Jefe de Noticias son de planta permanente.

Esto no es común, sino más bien una excepción en el panorama de los medios universitarios argentinos. Las periódicas elecciones y recambios de autoridades tienen su influencia en el reparto de cargos y funciones en numerosos espacios, y las radios y canales de TV no son ajenos a ello. Análisis llevados a cabo (cfr. GIORGI, 2015) demuestran que en la mayoría de los casos no se ha podido establecer mecanismos de continuidad de proyectos que trasciendan a los funcionarios designados periódicamente, lo que se traduce en inestabilidad de contextos laborales y se afectan características esenciales como la identidad de la radio hacia afuera, las líneas editoriales o las instancias de gestión. Un caso anecdótico que ilustra esta situación fue la elección de un presidente de ARUNA que días después fue removido de su cargo como director de la radio que representaba por perder la lista que lo había designado en tal función las elecciones para el rectorado de su universidad. Como señala Villafaña (2000),

“la dimensión política, conceptual o normativa es fundamental, puesto que explicita y obliga a los organismos a funcionar de manera sistemática, coherente y en sintonía con la misión declarada por las instituciones de educación superior, trascendiendo



las visiones particulares, consuetudinarias o subjetivas de sus miembros y otorgándoles una institucionalidad que podríamos llamar fuerte (...) sus debilidades, mostradas a través de la carencia de explicitación de misiones, objetivos, políticas y estrategias tanto como por la ausencia de mecanismos que los oficialicen a través de comisiones del Honorable Consejo Superior, como en el caso de los programas académicos o de investigación científica, se traducen en vaivenes de los proyectos radiofónicos. (...)"

En el mencionado aspecto de su organización directiva y la de sus recursos humanos, también existe hacia adentro de la radiodifusión universitaria un intenso debate sobre la forma de administración y encuadramiento del personal que las integra. Por un lado, hay quienes argumentan la especificidad de las tareas que cumplen periodistas, productores y locutores y si es conveniente encuadrarlos dentro del escalafón de personal no docente (Decreto 366/06). Por otro, están quienes sostienen que éste es lo suficientemente amplio y abarcativo como para contemplar estas tareas, así como alcanza también a otros profesionales que se desempeñan en las plantas de personal de las universidades: médicos, abogados, ingenieros, arquitectos, contadores, etc. Este debate es reconocido por Giorgi (2015) cuando afirma que

“durante décadas, y en cada institución, el debate sobre el encuadre del personal de las emisoras en cuanto a su pertenencia va quedando postergado por las condiciones coyunturales y las modificaciones que ponen en primer plano otras urgencias y postergan la evaluación: ¿es necesario que se incorporen personales formados por y para los medios, como locutores, operadores, periodistas, etc? ¿Se incorporan como personal no docente? ¿Quién determina su escalafón y categorización en cuanto a salarios y responsabilidades?

La trayectoria de las radios universitarias se muestra, en este aspecto, tan heterogénea como el sistema universitario en sí mismo: mientras que en la radio de la Universidad Nacional de La Plata (por mencionar un ejemplo) sus autoridades se ven enfrentadas a discutir condiciones laborales con los gremios de Prensa, de la Asociación Argentina de Trabajadores de las Comunicaciones (AATRAC, que representa a los operadores), la Sociedad Argentina de Locutores y el gremio que representa al personal no docente, la política de la UNS al respecto es que sólo discute con el gremio del personal no docente. Así quedó expresado a pocos días de inaugurar la radio en una reunión mantenida entre el secretario general y el secretario gremial de la filial bahiense de la AATRAC, el director general de la radio y la Subsecretaria de Recursos Humanos de la UNS. Esta divergencia excede a las radios, y también es una discusión que se da en los canales universitarios.

Sin embargo, en el caso estudiado, las bases y requisitos establecidos para el ingreso de periodistas y operadores no dejó dudas, ya que en todos los casos los concursantes poseían formación y experiencia en el tema. Prueba de ello es que en las selecciones quienes obtuvieron los cargos fueron técnicos con y periodistas con gran

experiencia, atraídos por las condiciones laborales y salariales que ofrecía la UNS en comparación con los medios privados.

Luego de lo expuesto en el desarrollo de este trabajo, es posible ver que un proyecto rector claro y abarcativo como el que regula el funcionamiento de la Radio de la UNS – donde se fundamenta la forma de organización, se establecen mecanismos participativos de toma de decisiones, se busca un balance entre los cambios y la permanencia en las autoridades de la emisora, se detalla la forma de obtener y administrar recursos, entre otros- constituye una forma de sostener al medio ante interferencias políticas, de orientar su actividad cotidiana, y de generar mecanismos claros y periódicos (como las convocatorias de programas) para alcanzar la misión que expresan, orientada a materializar el acceso y la participación de la comunidad universitaria en su propia radio.

A esto debe sumarse, para colaborar en el debate y la proyección futura de las radios universitarias, la recomendación que hace Mario Giorgi, director de la radio de la Universidad Nacional de Avellaneda y con más de cuatro décadas de desempeño y gestión en la radiofonía, entre lo que se incluye ser director ejecutivo de Radio Nacional Argentina:

“Hoy parece que están dadas las condiciones para que las radios universitarias precisen sus fundamentos, condiciones y principios que las identifican como medios de comunicación integrados a las casa de estudios, con funciones que se corresponden con necesidades y demandas de la comunidad. Esto no significa que deba elaborarse un recetario en el que se enumeren instrucciones acerca de cómo debe ser una radio universitaria. Por el contrario, implica construir un marco que contenga las líneas de trazo grueso y trayectoria abierta que permitan diseñar los caminos de la actuación con identidad propia” (2015)

Aun así y con las reservas que impone el corto plazo que existe desde la salida al aire de la radio y la redacción de este trabajo (apenas cuatro años) es posible ver que quizás el proyecto esté mostrando ciertos límites. Sostiene esta afirmación la batería de datos expuestos, que reflejan la caída en la cantidad de presentaciones de propuestas de programas, la disminución de personas involucradas en ellos, y otros indicadores como las curvas cruzadas que se muestran en el gráfico 3, donde se ven las tendencias opuestas en las horas de producción en base a propuestas y las horas de programación elaboradas por el personal de la radio.

Por otro lado, y ampliando el foco al ámbito nacional, si bien el artículo 145 de la Ley 26.522 implicó el reconocimiento del derecho de las UU.NN a la radiodifusión, así como la definición sobre sus posibilidades para generar recursos económicos que colaboren con su sostén, el sector sigue marginado de políticas específicas y sostenidas de financiamiento – como si tienen otros organismos que reciben porcentajes de la publicidad de los medios comerciales, por citar sólo un caso- que le brinden herramientas incorporadas en la legislación para saltar la barrera económica.

Como ejemplo cabe señalar que en la Ley de Presupuesto 2016, elaborada durante 2015 y que otorgó a las universidades nacionales 51.926 millones de pesos, los medios universitarios contaron con un presupuesto de 30 millones de pesos. Un año más tarde, en el anteproyecto elevado por el Ministerio de Educación y Deportes para 2017 en discusión al momento de finalizar esta tesis, se contempla un monto para las universidades nacionales superior a los 75.561 millones de pesos (un 42% de aumento interanual), aunque en él, el presupuesto a asignar a los medios universitarios escero (CIN, 2016 II).

Actualmente se encuentra en debate en el Consejo Interuniversitario Nacional un nuevo “Plan de Fortalecimiento de Medios Universitarios” que en su diagnóstico reconoce la falta de articulación existente hasta el momento en muchos aspectos en ellos entre sí y con una estrategia de desarrollo del sistema universitario nacional en su conjunto; y también, que plantea la necesidad de contar con recursos presupuestarios adicionales a los que se disponen en la actualidad. Agrega que

“Las áreas prioritarias para el financiamiento de medios universitarios podrían sintetizarse de la siguiente manera:

- a) Formación de recursos humanos
- b) Incorporación de recursos humanos
- c) Desarrollo de infraestructura tecnológica
- d) Gastos de producción de contenidos
- e) Gastos de transmisión”

Este documento detalla que los recursos de los que disponen en la actualidad las universidades nacionales son insuficientes para llevar adelante sus propias estrategias de medios de comunicación universitarios, como así también programas de formación de recursos humanos, actualización tecnológica, etc. “Como consecuencia de esto, los perjudicados no son solamente los medios, sino el conjunto de las actividades sustantivas de la universidad que comunican sus producciones, y la comunidad en general”. (CIN, 2016 III) De todas formas, no se han fijado al momento de finalizar esta tesis los montos que financiarán cada área prioritaria de las mencionadas, ni la procedencia de éstos.

En el ámbito de lo señalado, la organización de la radio de la UNS también exhibe la misma carencia normativa: no hay en su proyecto rector ni en resoluciones posteriores mecanismos explícitos de asignación de recursos para su funcionamiento, sino que tales fondos dependen del presupuesto que se vota anualmente en el Consejo Superior Universitario. En términos generales la tendencia ha marcado hasta el momento una pauta interanual de aumento de un 25%, como puede verse en la tabla 6 y el gráfico 5. Sin embargo, y al igual que lo ocurrido con el Presupuesto Nacional, esa decisión puede modificarse en cualquier momento por decisión de quienes elaboran los anteproyectos de presupuestos, si se llega a considerar conveniente asignar más fondos a otras áreas.

Hasta el momento las políticas institucionales permitieron al medio en cuestión contar con fondos y recursos humanos y materiales acordes a sus características particulares. Con dichas medidas es posible ver que la UNS buscó estar “a la altura de las circunstancias”, luego de ser junto al resto de las universidades nacionales actores centrales en las discusiones y apoyo a la implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, asumiendo luego el compromiso de materializar con políticas institucionales aquello por lo que reclamaban.

Siguiendo en una perspectiva del sistema que excede al caso de estudio para abarcar a toda la radiodifusión universitaria argentina, como señala Schlesinger (2011, p.95) “la política cultural constituye un compendio de políticas públicas particulares sobre los medios, las comunicaciones, el patrimonio y las artes –aunque también se extiende a las políticas de educación y ciencia-. Eso no implica que cada una de ellas esté coherentemente conectada con cada otra sino todo lo contrario: el desarrollo de políticas no es siempre un proceso lineal y racional”. En el campo de estas emisoras, la heterogeneidad del sector y lo reseñado demuestra que no se han seguido, por parte del Estado o las universidades nacionales, políticas públicas coherentes y coordinadas como sí ha ocurrido en otras actividades. Por ejemplo, en infraestructura, recursos humanos para la docencia y la investigación o equipamiento para ciencia y tecnología; en algunos casos promovidas por los gobiernos, en otros por el Consejo Interuniversitario Nacional. En el primer estamento, ello puede encontrar su explicación en factores tradicionales, como la autonomía universitaria; y en el segundo, por el lugar secundario que suelen ocupar estas radios en sus ámbitos institucionales. Al momento de definir tales políticas, cabría considerar que la extensión geográfica, las fuentes a las que tienen acceso y los márgenes más amplios de creatividad y experimentación son sólo algunas de las potencialidades que ofrece el sector de la radiodifusión universitaria.

En este aspecto, se considera aquí -coincidiendo con Pauli (2013)-, que del mismo modo que se discutió la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en foros y audiencias públicas en las universidades nacionales, la gran heterogeneidad del sector y los desafíos que enfrenta en un escenario tan cambiante, hace necesario que hacia adentro de las universidades y también como sistema, se continúe el debate y la defensa de sus medios, en afán de repensar los objetivos, los modelos comunicacionales y sus formas de gestión, porque “democratizar no es solo legislar. La comunicación democrática se hace en el día a día de la emisora” (cit.). Es decir, se deben crear y sostener mecanismos normativos en cada universidad y en el conjunto para que dicha democratización ocurra.

Según detallan varios de los autores citados, algunas propiedades que deben caracterizar a los medios públicos son la cobertura de sus servicios, que inicialmente comprendía una variante geográfica y socioeconómica, pero que a partir de la

convergencia tecnológica comprende también la extensión de los servicios públicos a diferentes pantallas y dispositivos de uso de información y entretenimientos; la independencia editorial y financiera; la autonomía de sus órganos de gobierno frente al poder político; la pluralidad de su contenido y la producción de contenidos regida por el interés público y no por estándares comerciales o expectativas partidarias, entre otros. Se considera aquí que lo expuesto en los capítulos precedentes es suficiente para demostrar que la emisora estudiada se orienta a funcionar como un medio público, cumpliendo con la definición y a la vez el mandato que le otorga la normativa al respecto, tanto desde la declaración del CIN en su Acuerdo Plenario 384/2000 como la contenida en la Ley 26.522.

También es posible ver el esfuerzo por cumplir el precepto de ser un canal para las voces de la universidad sobre las problemáticas de su medio, según se describió no sólo al analizar la programación resultante de la forma adoptada para su organización, sino algunas particularidades de su servicio informativo. Al respecto, cabe destacar los nombres de dos de sus principales segmentos de noticias: el informativo universitario “Reporte UNO: Universidad, Noticias y Opinión” que se emite de lunes a viernes de 7:30 a 8; y el magazine periodístico “Agenda Pública”, los mismos días de 8 a 12 horas. Según narraron los entrevistados, al elegir los nombres se buscó identificarlos con ese compromiso que consideran que debe tener la emisora como radio pública y universitaria, y que la distingue de otros medios.

Más allá de estas expresiones que identifican a la programación, no se han realizado desde la emisora hasta el momento mediciones de audiencia que aporten datos certeros sobre la cantidad o el perfil del oyente que constituye su público. Los pocos datos con que puede construirse esta percepción es la interacción que existe en las redes sociales de la emisora, tanto la oficial como las particulares de cada programa. Esta información revela que, como podía suponerse, su círculo principal de oyentes está constituido por adultos jóvenes de la comunidad universitaria, pero los entrevistados también coinciden en que, hasta el momento, la audiencia fuera de este ámbito es baja. Un dato de color lo aporta que las agencias de Bahía Blanca que ofrecen monitoreo de medios a políticos e instituciones, lo hacen también con la radio de la UNS, por dos razones: los espacios informativos en los que frecuentemente políticos, dirigentes, etc. son entrevistados, y porque consideran que el público al que llega la emisora, si bien es numéricamente bajo, está constituido por formadores de opinión, rol que adquieren desde su condición de docentes, investigadores, etc.

Las entrevistas revelan que el camino elegido es sostener los espacios propiamente informativos como una propuesta diferenciada del resto de las emisoras de la ciudad, para ir ganando oyentes desde ella. Según expresó la Jefa de Noticias en la entrevista realizada “las radios periodísticas en Bahía nos sacan entre diez y cincuenta años de ventaja. Nosotros sabemos que si le ofrecemos algo bueno a los oyentes, van a venir” (Entrevista

Nº 17). Además, agrega que “sabemos que otros periodistas y políticos nos siguen en las redes sociales, porque nos pasa seguido que nos llaman para pedirnos datos de la gente que entrevistamos o las notas que ponemos al aire, tanto de universitarios como no universitarios, que ellos no tienen, por eso también sabemos que ofrecemos algo bueno, muy competitivo”.

A lo mencionado, el director general agrega que “el objetivo de abrir la programación a propuestas externas también busca que nos escuchen fuera de la UNS... si la gente que hace programas publicita sus producciones otros van a ver que acá no sólo se habla de la universidad, que hay otros temas, otras voces presentes” (Entrevista Nº 3). Si bien hasta ahora la mencionada carencia de sondeos o mediciones de audiencia no permite establecer conclusiones sobre datos concretos que permitan afirmar si esta decisión ha sido acertada, esto va en el camino de lo que plantea María Cristina Mata (en Giorgi, 2015) cuando sostiene que “a diferencia de los medios comunitarios, los medios públicos –como son las radios universitarias- deberían garantizar desde su gestión y producción de contenidos la identidad de la comunidad a la que pertenecen. En ese sentido, hay que pensar si las radios de las universidades pertenecen a la comunidad universitaria, o a la sociedad en la que están insertas”. Sin embargo, y teniendo en cuenta que esta investigadora agrega que

“uno de los grandes desafíos (por eso no lo planteo como deber ser) para estas radios es definir cuál va a ser su público, entendiendo que el público no es sólo aquel a quien destino los programas sino esa audiencia que al mismo tiene derecho a la comunicación y con la que un medio público debe interactuar. ¿Para qué? Para conocer sus necesidades informativas, sus gustos, sus necesidades de entretenimiento; para poder canalizar sus inquietudes. Es decir, para que realmente el medio sea público”

Sería esperable que en el futuro desde la emisora se realicen no sólo mediciones que puedan establecer numéricamente la audiencia; sino sobre todo sondeos que permitan trazar el perfil del oyente que tiene, para conocer todo lo antedicho, y también estudios de otro tipo -como *focus group* o similares-, que ofrezcan una retroalimentación por parte de individuos identificados como “oyentes ideales” y así obtener información que permita enriquecer su propuesta.

### **“La radio es el aula más grande de la universidad”**

Con esa frase de algún autor que no se ha podido identificar –y que se ha elegido como título de esta tesis-, se recibe a todos quienes ingresan en los estudios de AM 1240 gracias a un cartel de considerable tamaño ubicado sobre la puerta. En la línea que expresa ese acápite, es necesario reflexionar ahora sobre otro de los objetivos de esta

investigación, y que refiere al tipo de prácticas comunicacionales que favorecieron las políticas adoptadas para el sistema de organización de la radio.

La escuela, y la universidad como su máxima expresión, tienen como finalidad fijar al individuo a un determinado proceso de producción de sentido. Sin embargo, es posible ver cómo la democratización de las voces en la comunicación no se produce por sí misma, sino que hay que promoverla creando dichos espacios, ya que se reconoce aquí que el campo cultural es un campo de batalla por la construcción de sentido. A poco más de cuatro años de su puesta en marcha, se aprecia que la radio se articula con el resto de la institución y con el resto de la comunidad regional como un verdadero sujeto social, ya que -como señala Buenfil Burgos (1992, p.10)-, “un sujeto social se conforma a partir de las prácticas en espacios sociales diversos, y se constituye particularmente mediante las interpelaciones ideológicas que tienen lugar en un ámbito organizado por concepciones y valoraciones que se vierten en rituales prácticas y convenciones”.

Frente a un discurso mediático que -por economía de escala, influencia corporativa, propiedad económica de los medios y necesidad de creciente masificación del mercado- se vuelve cada vez más monocromo, el desafío es recuperar la policromía (o mejor dicho, polifonía) de otros actores sociales. La emisora, a partir de las características mencionadas -especialmente de la forma en la que estructura su programación-, permite la circulación de discursos alternativos a los medios comerciales, insertos en los procesos de globalización cultural, además de recuperar el componente de la oralidad dialógica en la construcción del conocimiento.

Las entrevistas demuestran como el desafío principal no fue sólo promover una política institucional capaz de abrir un espacio a contenidos alternativos -condición necesaria, pero no suficiente- sino generar otros lenguajes, otras prácticas. Las capacitaciones llevada a cabo en forma de talleres para los participantes de los proyectos seleccionados buscaron generar un empoderamiento de los actores que conforman el colectivo educativo de la Universidad a partir de la socialización de la palabra y el ejercicio del derecho a la comunicación, y también un empoderamiento respecto a formas y prácticas de la comunicación consideradas en ciertos inconscientes colectivos como privativas de un sector profesional, cuando según se ha remarcado, desde el proyecto radial que se estudia, se asume que la comunicación es un fenómeno mucho más amplio que la tarea de los comunicadores. En este proceso la radio produjo

“una diferencia situada, es decir, una diferencia con relación a algo local, que tomó cuerpo en un lugar determinado donde adquirió ciertos significados. Todo este asunto puede resumirse de la siguiente forma: la cultura (tanto como la educación y la comunicación) no es útil cuando la pensamos como una sustancia, es mucho mejor pensarla como una dimensión de los fenómenos, una dimensión que pone atención a la diferencia que resulta de haberse corporizado en un lugar y una situación determinados”. (APPADURAI, 2001, p. 9).

El ex director de la radio de la Universidad Nacional de México Felipe López Veneroni (1997) detalla que “la radio pública forma parte de una labor de integración social, orientada a mantener vigentes, como principio de desarrollo de un país, el entendimiento de la pluralidad, la tolerancia y el respeto hacia lo otro, lo diferente, en que se funda toda comunidad moderna”. Tal definición, en tanto las radios universitarias se asumen y son definidas legalmente como radios públicas, las alcanza de lleno.

En un contexto donde “las transformaciones contemporáneas dan cuenta de la presencia de nuevas lógicas de regulación social articuladas con las lógicas del mercado y la producción de subjetividades que se deslizan de la categoría de ciudadano a la de consumidores” (MORANDI y ROS, 2012) la radio ofrece entre otras posibilidades, un nuevo espacio para el ejercicio de la ciudadanía universitaria, en tanto ámbito de socialización de la palabra.

Exeni (1998) indica que en relación a los *objetivos* de las políticas de comunicación, presuponiendo que hacemos referencia a principios y normas de comportamiento, que el propósito último será, justamente, el de guiar, regular, controlar u orientar tal comportamiento, en este caso comunicacional, y sus procedimientos, usos y funciones. Es decir, tales políticas definirán su razón de ser en tanto sean capaces de estimular, positiva o negativamente, determinadas conductas en el marco de objetivos o propósitos previamente definidos, y con un alcance específico considerado también en la norma.

Desde una perspectiva no conductista, se puede caracterizar a las políticas que definieron al medio en cuestión como iniciativas que resultaron en la gestación de procesos colectivos donde el desafío principal fue poblarlos con sus propias intenciones y acentos, pero a la vez, trabajando por el entrecruzamiento de las matrices culturales de los grupos sociales y sociedades donde tienen lugar estas prácticas. (cfr. ESPITIA VÁZQUEZ-VALDERRAMA, 2009). Porque como dice Martín Barbero (2000), “si comunicar es compartir la significación, participar es compartir la acción. La educación sería entonces el decisivo lugar de su entrecruce. Pero para ello deberá convertirse en el espacio de conversación de los saberes y las narrativas que configuran las oralidades, las literalidades y las visualidades. Pues desde los mestizajes que entre ellas se traman es desde donde se vislumbra, expresa y toma forma el futuro”.

Al finalizar esta tesis, las medidas oficiales en materia de políticas de comunicación muestran un escenario incierto, construido sobre el afán del gobierno actual de sustituir la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, uno de los principales logros (a juicio de quien esto escribe) del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, más allá de las deudas en su definitiva implementación que excedieron largamente las medidas cautelares interpuestas por los grupos mediáticos directamente afectados.

Lo que sobre todo cabe acordar a partir del debate público que provocó la sanción de dicha ley, es que la sociedad avanzó en el reconocimiento de que “los medios de



comunicación electrónicos transforman el campo de la mediación masiva porque ofrecen nuevos recursos y nuevas disciplinas para la construcción de la imagen de uno mismo y del mundo” (APPADURAI, cit.). En este marco, es posible ver que en el caso estudiado, la radio actúa como un espacio de articulación, en sus lógicas de producción y de conocimiento, de imbricación constitutiva en la relación entre prácticas y teorías, y entre teoría y política, donde se rescata la comunicación como inacabada, siempre abierta a la reconstrucción generacional, a la tensión y al conflicto; pero también, a un positivo y alentador ejercicio de derechos y a la construcción de ciudadanía.

## **ANEXO DOCUMENTAL**

### **PROYECTO RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR (LRI 218 - AM 1240)**

**Resolución CSU- 242/12**

**Expte. 4367/2009**

Bahía Blanca, 11 de mayo de 2012

#### **VISTO:**

El proyecto de creación de la Radio de la Universidad Nacional del Sur elevado por la Secretaría General de Cultura y Extensión Universitaria, conjuntamente con el trabajo realizado por la Comisión Asesora (Resolución CSU-Nº 50/2012) que participó en su discusión y elaboración; y

#### **CONSIDERANDO:**

Que la Universidad Nacional del Sur posee una emisora de radio en amplitud modulada (LRI 218 - AM 1240) que se encuentra en condiciones de ser puesta al aire;

Que una señal radial constituye una herramienta fundamental en la promoción de las diversas expresiones culturales, la libertad de expresión, garantizando el derecho a la información, la participación ciudadana, la defensa de los principios democráticos y de los derechos humanos;

Que, asimismo, es un instrumento cardinal en la divulgación del conocimiento científico y la extensión universitaria, coadyuvando a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de esta ciudad y la región;

Que es necesario establecer un marco regulatorio para el funcionamiento y organización de la radio de la U.N.S.;

Que a fin de discutir y presentar el proyecto institucional de la emisora de la Universidad ha sido conformada una comisión con representantes de todas las listas actuantes en este cuerpo colegiado (Res. CSU 50/2012);

Que dicha comisión presentó una propuesta que comprende la fundamentación, el perfil, los objetivos y la forma de organización y funcionamiento de la emisora, proyecto que ha sido elevado con la firma de todos sus integrantes y que evidencia el consenso generado en su seno;

Que los objetivos y organización propuestos en dicho documento se encuentran alineados con la misión de la UNS definida en los artículos 2º y 3º de su Estatuto, con las expresiones del CIN sobre la radiofonía universitaria (Acuerdo Plenario 384/00), con la definición que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual formula al respecto en sus artículos 2º y 148º, y con la Ley de Educación Superior en sus artículos 4º, 27º y 28º.

Que la organización y funcionamiento propuestos contemplan un sistema democrático y plural, promoviendo el acceso y participación de todos los sectores en la actividad radiofónica en todos sus niveles: de producción, de decisión y de definición de directivas.

Que el Consejo Superior Universitario aprobó, en su reunión del 9 de mayo de 2012, lo aconsejado por su Comisión de Planeamiento;

**POR ELLO:**

**EL CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO**

**RESUELVE:**

ARTÍCULO 1º: Aprobar la creación de la Radio de la Universidad Nacional del Sur, cuya Fundamentación y Pautas de Organización constan como Anexo I y II, respectivamente, de la presente resolución.

ARTÍCULO 2º: Pase a la Secretaría General de Cultura y Extensión Universitaria, a la Dirección General de Prensa y Ceremonial y al Boletín Oficial de la UNS. Comuníquese a todas las dependencias de la UNS. Cumplido; archívese.

DR. GUILLERMO H. CRAPISTE  
RECTOR

ABOG. CLAUDIO CARUCCI  
S. G. de CULTURA Y EXTENSIÓN

## **ANEXO I DE LA RESOLUCIÓN CSU-242/2012**

RADIO UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR

LRI 218 - AM 1240

FUNDAMENTACIÓN

### **Perfil de la radio universitaria**

Los medios de comunicación constituyen, a partir de su tarea de difusión, los principales elementos en la socialización de lo que ocurre en el mundo. Muchos miembros de la sociedad, incluso es posible decir que todos los que no tienen intervención directa sobre ciertos acontecimientos, construyen su percepción de la realidad a través de la mediatización que los vehículos informativos realizan. Éstos no presentan una imagen de la realidad, sino más bien –como afirman Berger y Luckmann (1986)- un marco a través del cual se construye rutinariamente el mundo social.

Por esta razón, los medios de comunicación modelan los sentimientos, las creencias, entrenan los sentidos, ayudan a formar la imaginación social; en síntesis, fomentan y facilitan ciertas construcciones mentales por donde transcurre luego el pensamiento de las personas de la sociedad. Los medios son transmisores de mensajes que inducen a ciertos hábitos de consumo, comportamiento, habla, etc.

Sin embargo, en este contexto los medios comerciales -dominados por su propia lógica comercial y comunicacional- recortan las demandas, las tematizan, las multiplican o las invisibilizan con una artillería de estrategias y técnicas. Por ello, desde la radiodifusión universitaria se puede, en numerosos aspectos, colaborar a ampliar los límites socialmente dados (reales, pero sobre todo los simbólicos) dentro de los cuales los seres humanos construimos nuestras historias: promoviendo la participación, fomentando las formas de comunicación alternativa, alimentando la crítica, generando espacios de pensamiento reflexivo y constructivo, etc.

En este escenario, los medios públicos han evidenciado un derrotero dispar desde su creación, producida en general en la década de 1950. En su mayoría creados como aparatos al servicio de los gobiernos de turno, en los últimos 30 años han sufrido el impacto de las reformas que bajo los pretextos de racionalización, ajuste y

liberalización han transformado sus estructuras en prácticamente todos los estados del continente. La inversión (considerada por momentos como gasto) de recursos públicos en medios de comunicación sobredimensionados burocráticamente, poco competitivos en términos de oferta de programación y atrasados tecnológicamente fue seriamente cuestionada por las ideologías que planteaban el achique del Estado, al considerárselos servicios públicos de segunda o directamente actividades subsidiarias de la teleradiodifusión privada, como ocurría en el Decreto ley 22.285, vigente desde 1980 que rigió la actividad en Argentina hasta 2009, cuando entra en vigencia la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Además, se puede coincidir con Fuenzalida (2000) cuando señala que estos medios suelen caracterizarse por la dependencia del gobierno de turno, que los vuelve inestables en su conducción y les resta legitimidad a sus contenidos al funcionar como aparatos de propaganda. También suelen estar caracterizados por el atraso tecnológico, en un contexto de rápido avance de las tecnologías de grabación, edición y transmisión de imagen y sonido. Paralelamente, muchos exhiben cierta carencia de una programación que responda a sus objetivos, o directamente muestran objetivos anacrónicos, más relacionados con un “ethos europeo” de canales que durante muchos años armaron su programación en base a los cánones de una alta cultura elitista y segregada de las características sociales y culturales de su entorno (cfr. Exeni, 1998). Esto generó la paradoja de medios públicos sin público, como sistemas ineficientes en términos de competencia por la audiencia de los países o regiones donde se insertan.

A ello debe sumarse la carencia de recursos económicos por falta de eficientes modelos de administración o de financiación oficial, en Estados que suelen ser deficitarios y que no identifican a la comunicación como un servicio público a sostener, capaz de crear una distribución más igualitaria de los intercambios simbólicos (cfr. Mastrini), sino que en comparación con otros como la salud o la educación parecen ser “de segunda”.

En la actualidad, de las cuarenta Universidades Nacionales, existen veintiocho que cuentan con licencia para transmitir señal radiofónica. A su vez, son cuarenta y tres las emisoras instaladas en diferentes localidades del país. De ese total, sólo las radios de las Universidades de La Plata, el Litoral y Córdoba (precursoras de la Ra-diofonía Universitaria argentina) realizan sus emisiones en amplitud modulada (AM), al mismo tiempo que, como el resto, poseen frecuencias moduladas estereofónicas.

Tal como ha definido el Consejo Interuniversitario Nacional en su acuerdo plenario N° 384/00, “los servicios de radiodifusión universitaria constituyen un sistema público de gestión autónoma. Tendrán 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 de los derechos humanos”; y sigue el artículo segundo de esa resolución mencionando “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 señalan Asef y Moreno (2011) “por principio, las universidades nacionales, en tanto su carácter es universal y público, son patrimonio de la sociedad; por lo tanto, todas las producciones culturales, académicas o científicas que de ellas emanen, deberán ser de dominio público. Asimismo, los medios de comunicación existentes por fuera de la órbita universitaria –en parte por perseguir otros intereses- resultan insatisfactorios, cuando no insuficientes, para cumplir con el requerimiento de difundir de manera óptima el caudal de información proveniente de las universidades. Frente a esto, muchas casas de altos estudios, para satisfacer la necesidad de contar con una herramienta de difusión, han recurrido al medio de información masiva más económico y efectivo para tal fin: la radio”.

Profundizando esta definición, Barberis y Dido (1996) en su libro “Radios universitarias: principios, funciones, objetivos” señalan que su carácter de radios públicas las diferencia de las radios privadas por propiedad y de las comerciales por financiamiento. Su pertenencia les implica asumir responsabilidades sociales y culturales no exigibles a las de otro tipo.

Por eso, la radio de la UNS debe ser una emisora pública en su fundamento y responsabilidad, generalista en su variedad de contenidos, pluralista en su visión de la realidad, comprometida con los temas y problemas de su comunidad y asociada a los proyectos de la Universidad (conf. art. 1°).

En la radiodifusión se conocen dos formas de organización de la programación: el modelo competitivo y el modelo complementario. En el complementario las emisoras no compiten por la audiencia sino que desagregan potenciales públicos con el objetivo de atender receptores con intereses distintos. En el modelo competitivo, todas las

programadoras intentan captar los segmentos de audiencia más grandes. Los programas tienden a homogeneizarse en torno a los productos más masivos y la diversidad de contenidos es menor. Es este último el predominante en América Latina. (MASTRINI y BECERRA, 2006)

Así, la radio de la UNS no deberá basar su programación de manera excluyente en la competitividad, sino más bien en la complementariedad. Su misión prioritaria no debería ser acumular los mayores índices de audiencia posibles sino ofrecer perspectivas diferentes a las que abundan en los medios tradicionales.

Ampliando este análisis, y siguiendo a Zallo (1999), históricamente, las definiciones sobre contenidos en los medios de comunicación han variado sobre dos ejes: para públicos amplios, por un lado, y para públicos específicos, por otro. Ello plantea tres posibles decisiones respecto a la configuración de la grilla de programación:

- Una radio general para públicos amplios, lo que agrandaría la audiencia pero no distinguiría los contenidos de otras emisoras existentes
- Una radio específica, que propondría contenidos diferentes pero reduciría la audiencia, convirtiendo el “costo por usuario” en muy elevado.
- Una radio mixta, donde se articulen contenidos generales con específicos.

Esta última forma se presenta como la más adecuada, generando el desafío de articular ambas mediante los diversos componentes de lenguaje radiofónico. Por ejemplo, combinar contenidos específicos (científicos, académicos o técnicos) con música popular; o bien segmentar horarios, destinando franjas determinadas a programación específica y los horarios de audiencia más usuales a la programación general, con breves contenidos específicos insertados en ella (cuñas, micro programas, informativos científicos, etc.)

La Radio de la UNS es un medio de comunicación y como tal constituye un servicio de interés público, con todos los derechos y deberes especiales que ello impone. Su organización, función y emisión se ajustará a las leyes argentinas, especialmente a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522, a la normativa emanada por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), a la Ley Nacional N° 24.521 de Educación Superior y a las normas emanadas por el Consejo

Superior Universitario sobre ella o sobre cualquier otro tema relacionado directa o indirectamente con su quehacer.

#### Objetivos de la radio universitaria

En 1998, una comisión creada para avanzar con la puesta en funcionamiento de la radio de la UNS definió una serie de objetivos para dicha emisora, que fueron presentados al Rector. Si bien su tratamiento nunca se produjo en el Consejo Superior Universitario, cabe su recuperación por constituir un conjunto de ideas producto del consenso de diversos sectores, que mantiene su espíritu y validez en consonancia con lo desarrollado en el punto anterior (ver art. 2°).

#### Contenidos de la radio universitaria

La programación de cualquier radio tiene básicamente dos objetivos: informar y entretener. En el caso de una radio universitaria, a estos dos debe agregarse el de formar. Por ello, la grilla de contenidos de la emisora deberá organizarse de manera tal que la distribución de los espacios preste atención a esas tres funciones: Informar-Formar-Entretener, tanto en la inserción en ella de programas específicos, como en el perfil de cada programa, analizados estos como microunidades de programación.

En la actualidad, se percibe una preocupante tendencia de los medios de comunicación a trabajar con una agenda única de temas y contenidos, evidenciando una renuncia o incapacidad para crear nuevos caminos propios en el análisis de la realidad. Todos los noticieros radiales, de televisión y los periódicos abordan cotidianamente los mismos sucesos. La diferencia está solamente en la forma en que son presentados.

En el caso de una radio universitaria, se desvirtuaría su función si definiera su agenda de esa manera, ya que estaría renunciando a su esencia. El punto de partida de la radio universitaria deberá ser lo local y regional, y desde allí abordar lo cotidiano. Eso no quiere decir que debería tratar solamente cuestiones relacionadas con su entorno, sino que el tratamiento de cualquier cuestión debería tener el énfasis puesto en su repercusión en la comunidad que la contiene. Paralelamente, su misión no debería ser solamente mostrar lo que sucede, sino también ofrecer perspectivas y propuestas superadoras de ciertas situaciones, para lo que contará como fuentes de primer nivel con los especialistas de la comunidad universitaria.



Tal como dijera Vicente Fatone en su discurso inaugural de la UNS, la “Universidad es un universo, una aspiración a lo universal”. Por eso debe decirse que los contenidos de una radio universitaria deben ser todos. Pero el todo presentado sin criterios comunicacionales y estéticos no sería más que un vocerío que fomente la confusión. De la aplicación de los criterios definidos por el perfil y misión de la emisora surgirá la selección de los contenidos.

En principio, podría pensarse que, por su condición, debería ajustar su programación exclusivamente a contenidos académicos, científicos o culturales. Sin embargo, una radio universitaria no debería ser un apéndice académico de la institución ni solamente un complemento para asistir a alguna de sus funciones (como dar cursos a distancia o irradiar manifestaciones artísticas), sino una entidad integrada a todas las funciones que debe cumplir una casa de altos estudios pública, como un medio de comunicación que -con una perspectiva universitaria- incluya variedad de géneros, formatos y contenidos para crear un mensaje radiofónico de interés y valor para la comunidad.

Una radio universitaria compuesta exclusivamente por contenidos universitarios sólo sería viable si se partiera de la idea de que la Universidad es una institución hermética y desligada del resto de la sociedad. Una radio universitaria debería ser una vía de expresión de los planes, proyectos e inquietudes de una comunidad así como un foro de debate de los asuntos que afectan a diferentes grupos de la misma. En este sentido, la investigación y la extensión –actividades específicamente asignadas a las universidades- deberán involucrarse en los contenidos generales de la radio de manera directa e indirecta como elementos que no podrán ser disociados de su acción proyectiva.

Por ello, la grilla de programación de la emisora y las diferentes propuestas que la integren tendrán como conductores o columnistas principales a los miembros de la comunidad universitaria. Los temas que se aborden deberían encontrar en ellos a seguras y valoradas fuentes de información capaces de aportar la particular visión de los especialistas universitarios. Sin embargo, deberá cuidarse siempre que los mensajes no se transformen en discursos hipercientíficos, sólo comprensibles para especialistas o eruditos.

### **Programación de la radio universitaria**

La programación de la Radio Universitaria se encuadrará en los siguientes tipos: a) Producciones de la propia emisora; b) Producciones de la comunidad universitaria; c) Retransmisiones; y d) Producciones externas (ver apartado 2 del Anexo).

### **El gobierno de la radio universitaria**

Como se ha mencionado, el CIN ha definido a la Radiofonía Universitaria como un medio público. En el mundo existen dos modelos de interpretación de los medios: como se ha reiterado, el norteamericano (más vinculado al mercado y el lucro económico) y el europeo. En este último los medios se han incorporado tempranamente a las categorías de “servicio público”, en los cuales el Estado –al reconocer el derecho de la población a su servicio- garantiza el acceso y la cobertura bajo el principio de universalidad, financiándolos con fondos públicos. En Latinoamérica se desarrolló un sistema mixto, que combina medios públicos con otros concesionados a privados, aunque numerosos autores lo califican como “mixto inauténtico”, porque los públicos funcionan como subalternos de los privados.

Al pensar cuáles deberían ser las características concretas de los servicios públicos de radiodifusión, Pasquali (1991) propone que deberían basarse en una doble independencia: económica y política. La independencia económica remite a que los criterios de programación no queden sometidos a una lógica puramente comercial, como ocurre en la mayoría de los medios, que basan sus ingresos en la publicidad. Esto no supone olvidar que hay una economía de la radiodifusión, pero sí que no puede ser el único criterio organizativo. La independencia política refiere a que el servicio público no debe depender del gobierno de turno, para que el servicio público no termine siendo radiodifusión oficialista (Pasquali, 1991).

La UNESCO utiliza dos conceptos ampliamente aceptados entre los investigadores de este campo para definir el grado de democratización en un sistema de medios: acceso y participación. El acceso refiere a la constitución de una trama de soportes masivos en la que cualquier habitante pueda elegir entre diversas formas de comunicación. Por tratarse de una radio abierta, el acceso está garantizado a todos aquellos que posean un aparato receptor dentro del alcance de las emisiones.

En cuanto a la participación, los tres niveles definidos por la UNESCO son: a) la intervención de la población en la producción de los mensajes; b) la intervención en la

toma de decisiones; y c) la contribución para la formulación de planes y políticas de comunicación.

Considerando el primer punto, la radio universitaria debe ser un espacio abierto a todos los interesados de la comunidad universitaria en primer lugar, y a la comunidad en general después, para la realización de propuestas radiofónicas que se ajusten a su perfil y objetivos.

En cuanto a los puntos b) y c) es importante el reconocimiento del derecho de todos los sectores de la comunidad universitaria a participar en la toma de decisiones sobre la radio. Por eso, se sugiere la constitución de una instancia de decisión colegiada que sea capaz de articular los intereses de todos ellos. Esto implica a todos los actores, como también un equilibrio entre gestión y oposición, y entre transitoriedad y permanencia.

### **De la financiación**

En el caso de una radio universitaria, los contenidos no deberán estar definidos por la rentabilidad económica, sino por los tres objetivos enunciados anteriormente: informar-formar-entretener.

La Ley 26.522 en su art. 146, señala que los servicios de radiodifusión universitaria “se financiarán con recursos provenientes de:

- a) Asignaciones presupuestarias atribuidas en las leyes de presupuesto nacional y en el presupuesto universitario propio;
- b) Venta de publicidad;
- c) Los recursos provenientes del Consejo Interuniversitario Nacional o del Ministerio de Educación;
- d) 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 jurídica;
- e) La venta de contenidos de producción propia;
- f) Auspicios o patrocinios.

La emisora universitaria se financiará con aportes del presupuesto universitario, legados, donaciones, ingresos publicitarios, o cualquier otro acto legítimo que no

desvirtúe su función y objetivos. Los ingresos en concepto de publicidad se facturarán a través de la Fundación de la Universidad Nacional del Sur, y su utilización será definida por el Consejo de Programación a propuesta de su Director General.

El producto de la venta de espacios de publicidad o espacios de programación, y todo lo que la emisora perciba como producto de su actividad deberá reinvertirse prioritariamente en sus propias necesidades, o en caso de considerarse cubiertas éstas, en proyectos de extensión que lleve adelante la Secretaría General de Cultura y Extensión Universitaria, siempre mediante la aprobación antedicha por parte del Consejo de Programación.

La emisora contará prioritariamente con publicidad de organismos estatales o entidades del tercer sector, ya que éstos disponen de fondos para diversas campañas de comunicación relacionadas en general con el interés público. Además, en el caso de la publicidad oficial, ello implica un retorno de fondos del Estado hacia el propio Estado, que cumpliendo los objetivos originales –realizar campañas de bien público, hacer publicidad de los actos de gobierno, etc.- fortalece el propio sistema público.

**ANEXO II DE LA RES. CSU-242/2012**  
**PAUTAS DE ORGANIZACIÓN DE LA RADIO DE LA**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR**

**1.- MISIÓN Y OBJETIVOS**

ARTÍCULO 1°.- La radio de la Universidad Nacional del Sur debe ser una emisora pública en su fundamento y responsabilidad, generalista en su variedad de contenidos, pluralista en su visión de la realidad, comprometida con los temas y problemas de su comunidad y asociada a los proyectos de la Universidad.

En tal sentido, no deberá basar su programación de manera excluyente en la competitividad, sino más bien en la complementariedad ofreciendo perspectivas diferentes a las que abundan en los medios tradicionales.

ARTÍCULO 2°.- La radio de la Universidad Nacional del Sur tendrá como objetivos los siguientes, a saber:

- a) Ser un servicio público esencialmente cultural, informativo y formativo, que tienda a la preservación de los valores democráticos de libertad, verdad y solidaridad.
- b) Ser un medio eficaz para la extensión universitaria, entendida como divulgación de la producción científico-tecnológica e intelectual de la UNS.
- c) Hacer conocer a la comunidad local y regional la significación de la UNS como institución: su organización, funcionamiento, servicios educativos y actividades culturales y de extensión.
- d) Ser receptora de las problemáticas sociales, económicas, culturales y educativas de la ciudad y la zona, y ofrecer su ámbito para la discusión de las mismas, garantizando la pluralidad ideológica y el respeto a la libertad de expresión.
- e) Ser vehículo de expresión de las propuestas, inquietudes y problemáticas de todos los miembros de la comunidad universitaria, de sus organizaciones representativas (centros de estudiantes, asociaciones gremiales) y de las distintas dependencias que

constituyen la UNS (departamentos, cátedras, institutos de investigación, escuelas medias, rectorado, órganos colegiados de gobierno, secretarías).

f) Difundir la producción cultural local y regional, y dar espacio para su expresión a los artistas de todas las especialidades, como así también a instituciones culturales y comunitarias.

g) Cubrir espacios de vacancia de las radios comerciales relativos a información y difusión científico-cultural, con especial énfasis en el ámbito local, regional, nacional y latinoamericano, que tiendan a la formación integral y a la educación permanente de la población en general.

h) Ser centro de realización de trabajos prácticos de los alumnos de carreras relacionadas con su actividad que funcionen en la UNS y otras instituciones educativas locales.

## 2.- DE LA PROGRAMACIÓN

ARTÍCULO 3°.- La programación de la radio de la Universidad Nacional del Sur deberá ajustarse a los siguientes lineamientos:

a) La grilla de contenidos de la emisora deberá organizarse de manera tal que la distribución de los espacios persiga las funciones de: Informar – Formar – Entretener. En este sentido, la extensión y la investigación de la Universidad deberán involucrarse en los contenidos generales de la radio de manera directa e indirecta.

b) En los temas a abordar se deberá privilegiar lo local y regional, procurando ofrecer perspectivas y propuestas superadoras a partir del aporte de la comunidad universitaria.

c) La grilla de programación de la emisora y las diferentes propuestas que la integren tendrán como conductores o columnistas principales a los miembros de la comunidad universitaria.

d) La selección de los contenidos deberá surgir de la aplicación de los criterios definidos por la misión y objetivos de la emisora.

ARTÍCULO 4°.- La programación de la Radio de la Universidad Nacional del Sur se encuadrará en los siguientes tipos:

- A. Producciones de la propia emisora.
- B. Producciones de la comunidad universitaria.
- C. Retransmisiones.
- D. Producciones externas.

A. De las producciones de la propia emisora

ARTÍCULO 5°.- Se entienden por producciones de la propia emisora todos los programas, micros, audiciones especiales y toda irradiación producida por el personal de planta de la misma, el transitorio que desempeñe funciones permanentes en ella (pasantes, contratados, etc.) o el personal del área de comunicación de la Universidad Nacional del Sur.

ARTÍCULO 6°.- Las producciones de la propia emisora no requerirán la presentación de proyecto, se incluirán en la evaluación que realiza el Consejo de Programación y son responsabilidad del responsable de contenidos.

Entre ellas se incluyen los servicios informativos, la cobertura de eventos universitarios, las audiciones especiales eventuales, entre otros.

ARTÍCULO 7°.- Todos los programas permanentes, de cualquier tipo, que desee poner al aire la emisora como producciones propias también requerirán aprobación del Consejo de Programación.

B. De las producciones de la comunidad universitaria

ARTÍCULO 8°.- Se entienden por producciones de la comunidad universitaria todos los programas, micros, audiciones especiales y toda irradiación producida por miembros de la misma que se ajuste a la misión y objetivos de la emisora.

ARTÍCULO 9°.- La concesión de espacios a las producciones de la comunidad universitaria se realizará en forma gratuita mediante los Acuerdos de Cesión de Espacio, salvo que los productores, conductores o quienes intervengan en ellas

obtengan algún beneficio económico por cualquier concepto, en cuyo caso se encuadrarán como producciones comerciales.

ARTÍCULO 10°.- Los proyectos de programación de la comunidad universitaria deben ajustarse a la misión y objetivos de la radio universitaria y deberán seguir el asesoramiento del responsable de contenidos y los productores de la radio, de manera tal que –sin perder su intención y objetivos originales- su formato radiofónico se ajuste lo más posible a la propuesta estética y programática de la emisora.

ARTÍCULO 11°.- Las producciones de la comunidad universitaria tendrán prioridad en su inserción en la grilla de programación por sobre las producciones externas.

#### C. De las retransmisiones

ARTÍCULO 12°.- Se entiende por retransmisiones a todos los programas, micros, audiciones especiales y toda irradiación producida por instituciones, organismos, entidades o personas físicas o jurídicas ajenas a la comunidad universitaria que tengan valor informativo, educativo, cultural o social y deseen retransmitirse por la radio universitaria.

#### D. De las producciones externas

ARTÍCULO 13°.- Se entiende por producciones externas a todos los programas, micros, audiciones especiales y toda irradiación producida por instituciones, organismos, entidades o personas físicas o jurídicas ajenas a la comunidad universitaria que tengan valor educativo, cultural o social, contribuyan a alcanzar la misión definida para la emisora y representen programación de interés para ella.

ARTÍCULO 14°.- La concesión de espacios a las producciones externas se realizará mediante los Acuerdos de Cesión de Espacio.

ARTÍCULO 15°.- En el caso que las producciones externas sean publicitadas o generen algún tipo de lucro económico, se encuadrarán como producciones externas con fines de lucro y el Consejo de Programación definirá la contraprestación que sus responsables deberán brindar a la emisora.



ARTÍCULO 16°.- La concesión de espacios a las producciones externas con fines de lucro se realizará mediante los Contratos de Venta de Espacios de Aire o Canje por Bienes y Servicios.

ARTÍCULO 17°.- El criterio económico no será prioritario a la hora de evaluar la solicitud y otorgar espacios a producciones con fines de lucro.

ARTÍCULO 18°.- Las producciones externas con fines de lucro deberán ajustarse siempre a la misión y objetivos de la emisora, y deberán seguir el asesoramiento del responsable de contenidos y los productores de la radio, de manera tal que –sin perder su intención y objetivos originales- su formato radiofónico se ajuste lo más posible a la propuesta estética y programática de la radio.

ARTÍCULO 19°.- El valor o la contraprestación por los espacios de aire que se cobrará a los interesados en emitir programas en la radio de la Universidad Nacional del Sur lo determinará el Consejo de Programación de acuerdo a:

- a) El tipo de programa.
- b) Los costos adicionales derivados del mismo para la emisora (cantidad de operadores, costos telefónicos, material audiovisual necesario o cualquier otro que fuere menester tener en consideración).
- c) El horario de transmisión.
- d) Otras consideraciones que crea pertinentes el Consejo de Programación.

ARTÍCULO 20°.- En todos los casos la Universidad se reserva el derecho de rescindir unilateralmente cualquier tipo de contrato en cualquier momento por violaciones probadas a la Ley 26.522, a las disposiciones de la AFSCA, al Manual de Estilo de la emisora o por cualquier otra causa que el Consejo de Programación considere pertinente. Al efecto, se cursará comunicación fehaciente a la otra parte con no menos de treinta días de anticipación.

De la presentación de propuestas de programación

ARTÍCULO 21°.- A todos los interesados en realizar programas, micros, audiciones especiales o producciones de cualquier tipo en la radio de la Universidad Nacional del Sur se les exigirá para el otorgamiento de un espacio: idoneidad en el tema a desarrollar, clara dicción vocal, capacidad de exponer en forma clara los contenidos en

el lenguaje radial y asumir la responsabilidad por sus actos en el programa que se emita por la radio de la Universidad Nacional del Sur. Ésta no será responsable por sus dichos, contenido del programa u otras derivaciones que pudiera ocasionar su actuación.

ARTÍCULO 22°.- El Director general y el Coordinador serán responsables de abrir convocatorias por lo menos dos veces al año y darle la mayor difusión posible, para promover en la comunidad universitaria el interés por realizar programas en la emisora.

Sin perjuicio de ello, los interesados en realizar programas en la radio podrán presentar propuestas en cualquier momento del año, aunque las presentaciones serán evaluadas semestralmente.

ARTÍCULO 23°.- Todas las propuestas de programación que no sean programas eventuales o servicios informativos de la propia emisora, deberán presentar un proyecto de acuerdo al modelo que, para tal fin, brindará la emisora y para cuya elaboración podrán contar con asistencia del personal de la misma. En el mismo deberá constar la siguiente información:

- a) Responsable (deberá tratarse exclusivamente de la persona física de mayor injerencia en la audición, ya sea su productor, conductor o coordinador).
- b) Avaes (dos miembros de la comunidad universitaria, si se trata de producciones externas).
- c) Género y formato.
- d) Estilo musical predominante.
- e) Objetivo.
- f) Público al que apunta (target).
- g) Duración y periodicidad.
- h) Horario sugerido de emisión.
- i) Fecha de inicio y finalización del ciclo expresada en semanas.
- j) Recursos requeridos.
- k) Fuentes posibles de financiación.
- l) Antecedentes de los participantes vinculados a la temática de la propuesta.
- m) Antecedentes o experiencia en radio (si existiera).
- n) En la medida de las posibilidades, un demo de quince minutos.

ARTÍCULO 24°.- Las propuestas serán aprobadas o rechazadas por el Consejo de Programación mediante dictamen escrito.

ARTÍCULO 25°.- Los interesados podrán ser citados por el Consejo de Programación o pedir ser recibidos por el mismo a los fines de brindar información adicional referida a su propuesta.

Asimismo, el Consejo de Programación podrá proponer reconsideraciones o sugerencias. En estos casos, los interesados dispondrán de un plazo a definir por el Consejo para presentar las propuestas modificadas.

ARTÍCULO 26°.- Aprobada la propuesta, los responsables deberán firmar con el Presidente del Consejo de Programación el acuerdo correspondiente en el que se fijarán los derechos y responsabilidades de las partes.

ARTÍCULO 27°.- El responsable de la audición lo será ante las autoridades de la emisora, las universitarias y los tribunales de justicia por todos los contenidos emitidos en ella de acuerdo a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y sus decretos modificatorios, las leyes nacionales y provinciales pertinentes y las disposiciones de la AFSCA.

ARTÍCULO 28°.- Los responsables deberán asegurar la continuidad del ciclo y el desarrollo de las transmisiones de acuerdo al proyecto presentado. Tanto ellos como quienes los avalaron podrán ser citados en cualquier momento por el Consejo de Programación, su Presidente o el responsable de contenidos de la emisora para requerir los informes correspondientes.

### 3. DEL GOBIERNO DE LA RADIO

ARTÍCULO 29°.- El gobierno de la radio de la Universidad Nacional del Sur estará constituido por un Consejo de Programación integrado por:

1. El Secretario General de Cultura y Extensión Universitaria, quien será el Director General de la radio y actuará como Presidente del Consejo de Programación, con voz y voto.
2. El responsable del Área de Comunicación de la Universidad Nacional del Sur, quien actuará como Coordinador de Contenidos de la emisora con voz y voto.

3. Un representante titular y un suplente propuestos por cada una de las listas con representación en el Consejo Superior Universitario, con voz y voto.

4. Dos representantes titulares y dos suplentes por los Departamentos Académicos a propuesta de sus Directores Decanos. Éstos estarán agrupados en Ciencias Exactas, Naturales e Ingenierías, por un lado; y Ciencias Económicas y Sociales, por el otro.

Los miembros suplentes actuarán en caso de ausencia o renuncia del titular.

ARTÍCULO 30°.- Los miembros representantes de las listas actuantes en el CSU serán designados mediante resolución de éste, y durarán en sus funciones dos años, pudiendo su lista designante renovar su representación sin limitación de períodos.

En el caso de los representantes de las listas estudiantiles su designación durará un año.

ARTÍCULO 31°.- Las reuniones del Consejo de Programación serán públicas, aunque éste podrá sesionar en privado si así lo decidiera.

### **Del Consejo de Programación**

ARTÍCULO 32°.- El Consejo de Programación tendrá las siguientes funciones:

- 1) Evaluar semestralmente la programación y su sujeción al perfil de la emisora y la misión y objetivos establecidos para ella.
- 2) Evaluar, aprobar o rechazar las propuestas de programación solicitadas bajo cualquiera de las formas mencionadas.
- 3) Sugerir modificaciones en los proyectos presentados.
- 4) Decidir sobre el levantamiento de programas cuando medie causa justificada.
- 5) Evaluar el desempeño en general de la emisora y su personal.
- 6) Asistir a cada reunión que convoque su Presidente por cualquier motivo.
- 7) Fijar para cada caso el valor de los espacios de aire de las producciones comerciales que se incorporen a la programación de la emisora.
- 8) Aprobar las propuestas de su Presidente para la utilización de los ingresos publicitarios.
- 9) Dictar su propio reglamento de funcionamiento para someterlo a aprobación del CSU.

ARTÍCULO 33°.- El Director General tendrá las siguientes funciones:

- 1) Convocar y presidir el Consejo de Programación.
- 2) Supervisar que la programación al aire se ajuste al perfil, misión y objetivos de la emisora en particular y a las funciones atribuidas para ella por las autoridades universitarias y el Consejo de Programación.
- 3) Evaluar directamente la tarea del coordinador de contenidos.
- 4) Favorecer la implementación de las políticas de comunicación definidas para la emisora por las autoridades universitarias.
- 5) Disponer de todos los medios a su alcance tendientes al correcto funcionamiento de la emisora.

ARTÍCULO 34°.- El Coordinador de Contenidos tendrá las siguientes funciones:

- 1) Dirigir la actividad diaria de la emisora y las tareas de su personal.
- 2) Llevar a cabo las acciones necesarias para asegurar la operatividad de la emisora y su constante mejoramiento.
- 3) Concretar las acciones correspondientes para insertar en la grilla de programación las propuestas aprobadas por el Consejo de Programación.
- 4) Brindar la asistencia técnica necesaria a los miembros de la comunidad universitaria para la presentación de los proyectos de programación, grabación de los demos y otras cuestiones técnicas a su alcance, así como las nociones mínimas de desempeño en un medio radial.
- 5) Tratar directamente con las personas involucradas en los programas que se irradian por cualquier fin u objeto.

#### 4. DE LA FINANCIACIÓN

ARTÍCULO 35°.- La emisora universitaria se financiará con recursos provenientes de:

- a) Asignaciones presupuestarias atribuidas en las leyes de presupuesto nacional y en el presupuesto universitario propio;
- b) Venta de publicidad;
- c) Los recursos provenientes del Consejo Interuniversitario Nacional o del Ministerio de Educación;
- d) 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 jurídica;
- e) La venta de contenidos de producción propia;

- f) Auspicios o patrocinios; y
- g) Otros aportes provenientes de actos legítimos que no desvirtúen su función y objetivos.

ARTÍCULO 36°.- La utilización de sus ingresos en concepto de publicidad será definida por el Consejo de Programación a propuesta de su Director General.

ARTÍCULO 37°.- El producto de la venta de espacios de publicidad o espacios de programación y todo lo que la emisora perciba como producto de su actividad deberá reinvertirse prioritariamente en sus propias necesidades o, en caso de considerarse cubiertas éstas, en proyectos de extensión que lleve adelante la Secretaría General de Cultura y Extensión Universitaria, previa aprobación del Consejo de Programación.

ARTÍCULO 38°.- No deberá incorporarse en la emisora publicidad por parte de terceros cuya actividad sea comprobadamente reñida con el fin y misión de la Universidad en general y de la radio en particular. Las controversias surgidas en este aspecto serán resueltas por el Consejo de Programación.

## 5. DE LA NORMATIVA APLICABLE

ARTÍCULO 39°.- La organización, función y emisión de la radio de la Universidad Nacional del Sur deberá ajustarse a la normativa vigente, especialmente a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual Nº 26.522, a la normativa emanada de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), a la Ley Nacional Nº 24.521 de Educación Superior, a las resoluciones del Consejo Superior Universitario sobre ella o sobre cualquier otro tema relacionado directa o indirectamente con su quehacer y a la normativa de la Universidad Nacional del Sur.

**Bases para la presentación propuestas de programas en Radio Universidad**  
**1° Convocatoria – Julio-Agosto 2014**

ARTICULO 1º).- Los proyectos podrán presentarse en por parte de Secretarías, Departamentos Académicos, Institutos, Centros, Laboratorios, Cátedras, Escuelas dependientes, Gremios, o grupos conformados para tal fin. En el caso de las propuestas de alumnos de las EMUNS, se requerirá el aval de la Dirección del establecimiento correspondiente.

ARTICULO 2º).- Los grupos deberán conformarse con un mínimo de tres participantes.

ARTICULO 3º).- Para la selección se tomarán en cuenta las propuestas de acuerdo al siguiente orden:

- 1) Secretarías, Departamentos Académicos, EMUNS
- 2) Institutos, Centros y Laboratorios,
- 3) Cátedras
- 4) Gremios
- 5) Centros de estudiantes y agrupaciones universitarias
- 6) Grupos conformados para tal fin.

ARTICULO 4º).- Cada grupo tendrá un coordinador que será el responsable de que las audiciones se sostengan durante todo el período establecido, y de que el programa se ajuste a la propuesta presentada ante el Consejo de Programación.

ARTICULO 5º).- Sin excluir los criterios particulares que podrá aplicar el Consejo de Programación, se evaluarán las propuestas teniendo en cuenta:

- la claridad en la definición del objetivo y el desarrollo de la propuesta
- la congruencia de la temática con la/las actividades que los proponentes desarrollan en el ámbito de la Universidad
- la relación de las temáticas abordadas con las problemáticas locales y regionales
- la participación e integración de diferentes voces, perspectivas y puntos de vista sobre los temas a tratar;
- la heterogeneidad en la conformación de los equipos de trabajo

- La participación en las actividades informativas previas a la selección llevadas a cabo por la Radio
- la sustentabilidad del proyecto a futuro, considerada en base a la conformación del grupo y la disponibilidad para llevar a cabo la iniciativa.

ARTICULO 6º).- La Universidad Nacional del Sur acreditará el servicio realizado por los participantes del equipo de trabajo mediante la extensión de un certificado a cada uno de ellos.

ARTICULO 7º).- Los integrantes de los proyectos seleccionados se comprometen a participar de las actividades de capacitación y orientación que organizará la emisora antes de la salida al aire de los programas.

ARTICULO 8º).- Los Responsables de los equipos tendrán a su cargo el monitoreo de las actividades realizadas por los participantes. Periódicamente se podrá solicitar un informe acerca de los logros, dificultades, y todo otro dato de utilidad en vistas al mejoramiento continuo del funcionamiento de la Radio.



**Convocatoria de Proyectos de Programas de Radio**  
**Universidad Nacional del Sur**

**CONVOCATORIA 2013 – BASES**

**Del 06 de mayo al 06 de junio de 2013**

**Lineamientos generales**

Los proyectos de programas de radio deberán ajustarse a los siguientes lineamientos:

a) Tendrán que considerar que la grilla de contenidos de la emisora deberá organizarse de manera tal que la distribución de los espacios persiga las funciones de: Informar – Formar – Entretener. En este sentido, la extensión y la investigación de la Universidad deberán involucrarse en los contenidos generales de la radio de manera directa e indirecta.

b) En los temas a abordar se deberá privilegiar lo local y regional, procurando ofrecer perspectivas y propuestas superadoras a partir del aporte de la comunidad universitaria.

c) Las propuestas tendrán como conductores o columnistas principales a los miembros de la comunidad universitaria.

d) Los contenidos deberán regirse por los criterios definidos por la misión y objetivos de la emisora (arts. 1º y 2º, Anexo II de la Res. CSU-242/12) y deberán seguir el asesoramiento del responsable de contenidos y el personal de la radio, de manera tal que –sin perder su intención y objetivos originales- su formato radiofónico se ajuste a la propuesta estética y programática de la emisora.

**¿Quiénes pueden presentar proyectos de programas de radio?**

Los proyectos deberán ser presentados por un Profesor, Auxiliar de Docencia, Docente de las EMUNS o Personal No Docente de la Universidad, quien se desempeñará como responsable del mismo. Podrán completar el equipo de trabajo otros docentes, no docentes, investigadores y estudiantes preuniversitarios y/o universitarios. Los equipos deberán estar constituidos, al menos, por tres (3) personas.

Los/el responsable/s de la audición lo serán ante las autoridades de la emisora, las universitarias y los tribunales de justicia por todos los contenidos emitidos en ella, de acuerdo a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y sus decretos modificatorios, las leyes nacionales y provinciales pertinentes y las disposiciones de la AFSCA.

Los/el responsable/s deberán asegurar la continuidad del ciclo por un plazo de seis (6) meses a un (1) año y el desarrollo de las transmisiones de acuerdo al proyecto presentado. Tanto ellos como quienes los avalaron podrán ser citados en cualquier momento por el Consejo de Programación, su Presidente o el responsable de contenidos de la emisora para requerir los informes correspondientes.

A todos los interesados en realizar programas, micros, audiciones especiales o producciones de cualquier tipo en la radio de la Universidad Nacional del Sur se les exigirá para el otorgamiento de un espacio: idoneidad en el tema a desarrollar, clara dicción vocal, capacidad de exponer en forma clara los contenidos en el lenguaje radial y asumir la responsabilidad por sus actos en el programa.

La emisora no será responsable por sus dichos, contenido del programa u otras derivaciones que pudiera ocasionar su actuación (art. 20° Res. CSU-242/12).

### **¿Cómo y dónde se presentan los proyectos?**

**1°)** En la página web de la Universidad Nacional del Sur ([www.uns.edu.ar](http://www.uns.edu.ar)), en el link de la Secretaría de Cultura y Extensión Universitaria, estarán disponibles los siguientes documentos, a saber:

- Formulario Guía para la presentación de proyectos.
- Reglamentación (Resolución CSU-242/12).

**2°)** Una vez completo el Formulario Guía, deberá imprimirse un (1) ejemplar con firma aval del responsable del proyecto. El formulario deberá ser impreso en Arial 11, hoja A4.

**3°)** Los proyectos deberán presentarse en la Secretaría General de Cultura y Extensión Universitaria en los plazos establecidos y habiéndose cumplimentado los recaudos dispuestos en la reglamentación vigente.

La presentación contendrá la siguiente documentación, a saber:

- Formulario Guía completo.
- En caso de proyectos que vienen desarrollándose, deberá adjuntarse los antecedentes del mismo y un demo grabado. Además, deberá fundamentarse dicha solicitud de continuidad.

También deberá enviarse la presentación a la dirección de correo electrónico [culturayextension@uns.edu.ar](mailto:culturayextension@uns.edu.ar).

### **¿Cómo se evalúan los proyectos presentados?**

En primer lugar, se examinará que se cumplan los requisitos formales exigidos en la bases de la convocatoria y en la reglamentación.

Los proyectos que superen la instancia de revisión de sus aspectos formales, serán evaluados por el Consejo de Programación (art. 32° de la citada resolución), teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- a. Cumplimiento de la misión y objetivos de la emisora y naturaleza de la propuesta (ver artículos 1° y 2° de la Res. CSU-242/12), conforme los lineamientos generales del presente documento.
- b. Claridad en la formulación de los objetivos y el proyecto.
- c. Originalidad y pertinencia de la propuesta.
- d. Identificación precisa de los destinatarios del proyecto.
- e. Interdisciplinariedad, constitución preferentemente heterogénea del grupo.
- f. Sustentabilidad del proyecto por un plazo de seis (6) meses a un (1) año.
- g. Criterios que defina el Consejo de Programación que tomen de referencia las pautas emergentes de la Resolución CSU-242/12 de Creación de la Radio de la UNS (LRU 218 AM 1240).

El Consejo de Programación dejará explícitos en sus dictámenes los criterios utilizados.

Este Consejo se reservará el derecho de solicitar a los participantes información adicional sobre el proyecto presentado, pudiéndose requerir una entrevista con el responsable del proyecto y/o parte de su equipo (conf. art. 25° de la Resolución CSU-

242/12). Asimismo, podrá sugerirse la fusión de aquellas propuestas que versen sobre la misma temática.

Aprobada la propuesta, el/los responsables deberán firmar con el Acuerdo de Cesión de Espacio en el que se fijarán los derechos y responsabilidades de las partes. Sin perjuicio que, deberán ajustarse a lo dispuesto en las reglamentaciones vigentes (art. 26° y concordantes de la citada normativa).

### **Cronograma**

Del 06 de mayo al 06 de junio de 2013: Difusión de la convocatoria (conf. art. 22° de la mencionada resolución). Presentación de Proyectos.

Del 17 de junio al 01 julio de 2013: Evaluación de Proyectos.

### **Marco regulatorio**

Resolución CSU-242/12.

[http://www.servicios.uns.edu.ar/boletin/consulta/bof\\_gral.asp](http://www.servicios.uns.edu.ar/boletin/consulta/bof_gral.asp)

### **Información**

Dirección de Prensa y Ceremonial  
Colón 80. Planta Baja (8000FTN) Bahía Blanca  
Teléfono: (0291) 4595058  
Telefax: (0291) 4595057  
Correo electrónico: [prensa@uns.edu.ar](mailto:prensa@uns.edu.ar)

## Listado de programas seleccionados

Convocatoria 2012 (emisión sept. 2012-ago.2013)			
Nombre	Duración	Participantes	Temática
Agroconciencia	60	3	Agronomía
Atrapados en azul	30	2	Temáticas no docentes
Bonus Track	60	4	Temáticas estudiantiles
Causa y efecto	60	2	Física y divulgación científica
Comprometerse	60	4	Responsabilidad social
Con voz no docente	30	4	Actualidad sindical
Contratapa	60	2	Deporte universitario
De eso no se habla	30	2	Cultura, arte y espectáculos
Economía y sociedad	30	2	Economía
Equipo de viaje	60	3	Turismo
Experiencia internacional	30	1	Entrevistas
Frecuencia CEIA	30	4	Temáticas estudiantiles
Futurama	60	4	Vinculación Tecnológica
Ingeniería y la comunidad*	30	3	Ingeniería
Kallimera Elada	30	1	Cultura y música griega
Leyenda dorada	60	2	Música celta
Leyes en el aire	60	4	Derecho y humor
Música Universal*	60	1	Musical
No te des manija	60	4	Temáticas estudiantiles
Qué querés ser cuando seas grande	30	2	Difusión académica
Rescate verde	30	4	Ecología
Teatro documental*	60	4	Teatro
Teoría del Caos	60	4	Divulgación científica
Traidores de Textos	30	2	Literatura
Vamos derecho a la salud	60	6	Políticas de salud
Voluntarios*	60	3	Extensión universitaria
Y Nacho se fue a México	60	4	Temáticas estudiantiles
<b>Micros</b>			
Abogacía preventiva	15	1	Derecho
Cuestión criminal	15	1	Justicia
Salud día a día	15	1	Salud
<b>TOTAL</b>	<b>22 hs 15 min</b>	<b>84</b>	

\* No llegaron a emitirse

Convocatoria 2013 (emisión sept. 2013-ago.2014)			
Nombre	Duración	Participantes	Temática
<b>RENOVACIONES UNS</b>			
Atrapados en Azul	30	2	Temáticas no docentes
Causa y efecto	60	4	Física y divulgación científica
Con voz no docente	30	4	Actualidad sindical
Contratapa	60	2	Deporte universitario
Economía y sociedad	30	2	Economía
Equipo de viaje	60	3	Turismo
Experiencia internacional	60	1	Entrevistas
Futurama	60	3	Vinculación tecnológica
Leyenda dorada	60	2	Música
Leyes en el aire	60	5	Derecho y humor
No te des manija	60	5	Temáticas estudiantiles
Rescate verde	30	4	Ecología
Teoría del caos	60	3	Divulgación científica
Traidores de textos	30	2	Literatura
Vamos derecho a la salud	60	5	Políticas de salud
TOTAL	<b>12 hs 30'</b>		
<b>UNS NUEVOS</b>			
De cerca nadie es normal	60	8	Salud mental y DD.HH
Desarrollo Infantil Temprano*	30	2	Idem
Diversidad al viento	30	2	Ecología y medioambiente
Efecto mariposa	30	4	Divulgación científica (química)
El taller de Clorindo	60	3	Arquitectura
En rebeldía	30	4	Derecho y legislación
Encuentros in vitro	30	3	Divulgación científica (bioquímica)
La buena noticia sos vos*	60	5	Actividad social y comunitaria
La oreja biónica	60	15	Temáticas estudiantiles
Ladra pero no muerde	60	4	Temáticas estudiantiles
Letras íntimas	30	2	Historia y literatura
Letras y libros	60	2	Literatura
Pido la palabra	60	15	Temáticas adolescentes
Radio de Convergencia	60	4	Divulgación científica (matemática)
Radiofoto	30	1	Fotografía
Radioteatro UPAMI*	60	10	Radioteatro
Sin naftalina	60	10	Tercera edad
Rockeando la tarde	60	4	Divulgación científica (geología)
Rompiendo el gris	30	2	Derechos humanos
Santo remedio	30	3	Divulgación científica (farmacia)
Sobrehumanos	60	4	Humanidades

Taller de radio de las EMUNS	60	13	Temáticas adolescentes
Taller de radio de la UPSO	60	12	Variedades (prácticas de periodismo)
<b>TOTAL</b>	<b>18 hs 30'</b>		
<b>PRODUCCIÓN PROPIA</b>			
Las tapas del día	30		Noticias
Agenda pública	240		Noticias
Línea de dos	30		Deporte
Resumen del mediodía	30		Noticias
Resumen de la tarde	30		Noticias
<b>TOTAL</b>	<b>6 hs</b>	<b>7</b>	
<b>PRODUCCIONES DE OTRAS RADIOS</b>			
Aulas argentinas	60		
Perfiles	60		
Puentes	60		
Tecnología para todos	60		
Vamos las radios	60		
<b>TOTAL</b>	<b>5 hs</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>42 hs</b>	<b>186</b>	

\* No llegaron a emitirse

<b>Convocatoria 2014 (emisión sept. 2014-dic.2015)</b>			
<b>Nombre</b>	<b>Duración</b>	<b>Participantes</b>	<b>Temática</b>
<b>RENOVACIONES UNS</b>			
Con Voz No Docente	30	4	Actualidad sindical
Radiofotos	30	2	Fotografía
Atrapados en Azul	30	2	Temáticas no docentes
Economía y Sociedad	30	2	Economía
Equipo de viaje	60	3	Turismo
Leyes en el aire	30	4	Derecho y humor
Diversidad al viento	30	2	Ecología y medio ambiente
Sobrehumanos	60	5	Humanidades
En rebeldía	60	4	Derecho y legislación
Efecto mariposa	30	4	Divulgación científica (química)
Encuentros in vitro	30	4	Divulgación científica (bioquímica)
El taller de Clorindo	60	3	Arquitectura
Letras íntimas	30	2	Historia y literatura
La oreja biónica	30	15	Temáticas adolescentes
Rompiendo el gris	30	2	Derechos Humanos
Pido la palabra	60	15	Temáticas adolescentes
Ladra pero no muerde	60	5	Temáticas estudiantiles
No te des manija	60	5	Temáticas estudiantiles
Contratapa	60	2	Deporte universitario
Radio de convergencia	60	4	Divulgación científica (matemática)
Causa y efecto	60	4	Divulgación científica (física)
<b>TOTAL</b>	<b>15 hs 30'</b>		
<b>UNS NUEVOS</b>			
Radio Pixel	30	4	Tecnología e informática
Oid Mortales	60	2	Derecho y legislación
Qué grandes son las ideas	60	5	Entrevistas universitarias
Latiendo América	30	3	Política internacional
Más allá del bien y del mal	60	2	Música
Enlazados	30	7	Discapacidad e inclusión
Ahí va	30	2	Políticas públicas y actualidad
Comprometerse	30	4	Responsabilidad social
Enfoque internacional	30	3	Política internacional
<b>TOTAL</b>	<b>6 hs</b>		
<b>PROGRAMAS EXTERNOS</b>			
Espacio regional	60	12	Temáticas regionales
Arriba el telón	60	1	Música clásica
Percantas	30	2	Arte y género
Difusión filarmónica	60	1	Música clásica



Ni reinas ni esclavas	30	3	Temáticas de género
La Cucharón Radio	60	1	Murga
El Juicio desde la Calle	30	2	Derechos humanos
Tarde sin control	30	15	Temáticas adolescentes
Sobrevuelos	60	2	Literatura
<b>TOTAL</b>	<b>7 hs</b>		
<b>PRODUCCIÓN PROPIA</b>			
Las tapas del día	30		Noticias
Agenda pública	240		Noticias
Línea de dos	30		Deporte
Resumen del mediodía	30		Noticias
Resumen de la tarde	30		Noticias
<b>TOTAL</b>	<b>6 hs</b>	<b>6</b>	
<b>PRODUCCIONES DE OTRAS RADIOS</b>			
Argentina investiga	60		
Aulas argentinas	60		
El anecdotario	120		
Perfiles	60		
Tecnología para todos	60		
Vamos las radios	60		
<b>TOTAL</b>	<b>7 hs</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>41 hs 30'</b>	<b>170</b>	

<b>Convocatoria 2015 (emisión mar-dic 2016)</b>			
<b>Nombre</b>	<b>Duración</b>	<b>Participantes</b>	<b>Temática</b>
<b>RENOVACIONES UNS</b>			
Con Voz No Docente	30	4	Temáticas no docentes
Equipo de viaje	60	3	Turismo
Sobrehumanos	60	4	Humanidades
El taller de Clorindo	60	3	Arquitectura
Letras íntimas	30	2	Historia y literatura
Rompiendo el gris	30	2	Derechos humanos
Una que sepamos todos	30	2	Música
Enfoque Internacional	30	4	Política internacional
La oreja biónica	30	15	Temáticas adolescentes
No te des manija	60	4	Temáticas estudiantiles
En rebeldía	30	4	Derecho y legislación
Radio pixel	60	5	Tecnología e informática
Economía y sociedad	60	5	Economía
Enlazados	60	10	Discapacidad e inclusión
<b>TOTAL</b>	<b>10 hs 30'</b>		
<b>UNS NUEVOS</b>			
Ambiente sustentable	60	3	Ecología
Clínica de la Historia	60	3	Medicina y salud
Había una vez	60	5	Literatura
Con M de memoria	60	4	Historia y ciencia
ADUNS*	60	3	Temáticas sindicales docentes
Delivery Económico	60	5	Economía
<b>TOTAL</b>	<b>6 hs</b>		
<b>PROGRAMAS EXTERNOS</b>			
Trade sin control	60	15	Temáticas adolescentes
Ni reinas ni esclavas	30	3	Temáticas de género
Difusión filarmónica	60	2	Música clásica
<b>TOTAL</b>	<b>2 hs 30'</b>		
<b>PRODUCCIÓN PROPIA</b>			
Las tapas del día	30		Noticias
Reporte UNO	30		Noticias universitarias
Agenda pública	240		Noticias
Línea de dos	30		Deporte
Resumen del mediodía	30		Noticias
Tarde para clases	120		Magazine universitario y general
Resumen de la tarde	30		Noticias
<b>TOTAL</b>	<b>8 hs 30'</b>	<b>6</b>	
<b>PRODUCCIONES DE OTRAS RADIOS</b>			
Aulas argentinas	60		

Argentina tecnológica	60		
Argentina investiga	60		
<b>TOTAL</b>	3 hs		
<b>TOTAL</b>	<b>30 hs 30'</b>	<b>116</b>	

\* No llegaron a emitirse

## **BIBLIOGRAFÍA**

- AA.VV (1998) Colegio Nacional de Buenos Aires *Historia Argentina Contemporánea*, Buenos Aires. Página/12
- AMMAN, Ana Beatriz y DA PORTA, Eva (comps), (2008) Rutas alternativas de la Comunicación. Procesos de significación social, ideología y poder. Córdoba, Ferreyra Editor.
- 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
- ASEF, Federico y Moreno, Leandro (2011). El bolillero, guía para la radiodifusión universitaria. Tesis de grado licenciatura en Periodismo. UNLP.
- AYALA ESPINO, José (1996). Mercado, elección pública e instituciones. Una revisión de las modernas teorías del estado. UNAM, México DF.
- BARANCHUK, Mariana y RODRIGUEZ USE Javier (comps) (2011): “Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual” AFSCA-UNLZ, Buenos Aires.
- BARBERIS, Sergio y Dido, Juan Carlos (2006). Radios universitarias: principios, funciones, objetivos. UNLM, La Matanza.
- BECERRA, Martín y Mastrini, Guillermo (2006). “Senderos de la economía de la comunicación: un enfoque latinoamericano”. En *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- BECERRA, Martín y Mastrini, Guillermo (2007). “La concentración mediática argentina: de eso no se habla”. En Derechos Humanos en Argentina. Informe 2007, Cels, Siglo XXI, Buenos Aires.
- BECERRA, Martín y Mastrini, Guillermo (2009). *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del Siglo XXI*, Prometeo, Buenos Aires.
- BELTRÁN, Luis Ramiro (1974): Informe para la Reunión de Expertos sobre la Planificación y las Políticas de la Comunicación en América Latina. Bogotá, Colombia.
- BELTRÁN, Luis Ramiro (1976): Políticas nacionales de comunicación en América Latina: Los primeros pasos. Nueva Sociedad N° 25, julio-agosto de 1976, P.4-34
- BLALOCK, Hubert. Estadística social. México, Fondo de Cultura Económica, 1986.

- BORGARELLO, Ester Susana. Una mirada a la ley de radiodifusión en nuestro país. Revista Question, Vol 1, No 13 (2007), UNLP
- BORRAT, Héctor (1989). El periódico, actor político. Buenos Aires, Gustavo Gili.
- BOSETTI, Oscar y Haye, Ricardo (2015): Radios Universitarias Argentinas: una red pública y federal para ejercer el derecho a la comunicación. La Matanza, UNLAM ediciones.
- BUENFIL BURGOS, Rosa (1992): El debate sobre el sujeto en el discurso marxista. México, Departamento de Investigaciones Educativas.
- CASTELLS, M y Arsenault, A. (2008). The Structure and Dynamics of Global Multi-Media Business Networks. International Journal of Communication N° 2 University of Southern California.
- CASTRO, Edinson y PINEDA, Alicia. La política comunicacional de las universidades venezolanas y su impacto sobre la competitividad de sus emisoras de radio. *Revista de Ciencias Sociales*. 2007, vol.13, n.3, pp. 390-409.
- CERNADAS, Mabel, Orbe, Patricia; Marcilese, José y Tedesco, Marcelo (2006). Universidad Nacional del Sur, 1956-2006. Bahía Blanca, UNS.
- DIDO, Juan Carlos (2008). Radios Universitarias: realidad y perspectivas. Ponencia en el 10º Congreso REDCOM, Salta, septiembre de 2008.
- DNSE (1959). Censo de Comercio 1954.
- DUHALDE, Eduardo Luis (2007). Teoría Jurídico-Política de la Comunicación. Buenos Aires, Argentina. Editorial Universitaria de Buenos Aires
- ELÍADES, Analía (2004): La regulación del servicio de radiodifusión en Argentina. *Un abordaje histórico normativo, conceptual y en el derecho comparado*. Revista Argentina del Régimen de la Administración Pública. (RAP). Año XXVI. 304. Año 2004. Págs. 25 a 60.
- EXENI, José Luis (1998): Políticas de Comunicación, Retos y Señales para no renunciar a la Utopía. La Paz, Bolivia, Plural Editores.
- FUENZALIDA, V. (2000). "Situación de la TV pública en América Latina", en: La televisión pública en América Latina. México DF, Fondo de Cultura Económica.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1998), "La globalización en pedazos: integración y rupturas en la comunicación", en *Diálogos de la Comunicación* nro. 51, FELAFACS, Lima, p. 9-23 (también disponible en [www.felafacs.org/dialogos/pdf51/1.51%20Garcia.pdf](http://www.felafacs.org/dialogos/pdf51/1.51%20Garcia.pdf))
- GARNHAM, Nicholas (1990) "Public service versus the market", en *Capitalism and communication. Global culture and the economics of information*, Londres, Sage.
- GIORDANO, Carlos J., MILITO, Carlos y VALLINA Carlos A., (1997) "Políticas de comunicación audiovisual universitaria". En *Oficios Terrestres* (UNLP), año 3, N° 4.
- GIORGI, Mario (2015). La Radio Universitaria. Hacia la consolidación de una red autónoma de medios. Ediciones UNDAV.

- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, Fernpandez Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar (2006) Metodología de la Investigación. México, Mc Graw Hill.
- IESALC (2005). Boletín N° 105, <http://iesalc.unesco.org.ve/docs/boletines/boletin105/boletinNro105.htm>
- IGLESIAS, Martín (2015). A contramano: modelos de gestión y estrategias económicas de las radios comunitarias argentinas en búsqueda de la sustentabilidad (2005-2015) Tesis para la Maestría en Industrias Culturales de la UNQ, 2015 (inédita).
- ITS (1948) Discursos del acto de fundación. Bahía Blanca, Panzini Hnos.
- IOVINO, Gustavo A. y otros: "La oferta comunicativa de las radios universitarias del NOA, en Revista de la SeCyT, N° 6, noviembre de 2001, Santiago del Estero.
- JAIME, Fernando (2013) Ficha de cátedra "Análisis de Políticas Públicas". Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades, UNQ.
- LIPONETZKY, Tamara (2008) Emisoras universitarias: entre la alternatividad y el mercado. La cuestión del decir desde una institución. En: AMMAN, Ana Beatriz y DA PORTA, Eva (comps), (2008) Rutas alternativas de la Comunicación. Procesos de significación social, ideología y poder. Córdoba, Ferreyra Editor.
- LA NUEVA PROVINCIA (1928) *Centenario de Bahía Blanca*, Homenaje de la Nueva Provincia en el primer centenario de la fundación de la ciudad de Bahía Blanca, Bahía Blanca
- LÓPEZ VENERONI, Felipe (1997). Forma y sentido de la radio pública. En "El hilo de Ariadna", UNAM, México. En <http://www.radio.uady.mx/ariadna/articulos/radio.html>
- LORETI Damián (1995). El Derecho de la Información. Relación entre medios, público y periodistas. Editorial Paidós. Buenos Aires.
- LORETI Damián (2006). América Latina y la libertad de expresión. Norma, Buenos Aires.
- MACBRIDE (1980). Un solo mundo, voces múltiples. Unesco. Comunicación e Información en nuestro tiempo. Fondo de Cultura Económica, México/UNESCO.
- MALBRÁN, Carlos (2012): La radio como herramienta pedagógica. Buenos Aires, Corregidor.
- MARINO, Santiago (2010). "Aportes para el análisis de las Políticas Públicas de comunicación". Ponencia presentada en las XIV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Investigación y participación para el cambio social, Red Nacional de Investigadores en Comunicación (RedCom), Universidad Nacional de Quilmes.
- MARINO, Santiago; Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín (2010). El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina, Oficios Terrestres, año XVI, N° 25, UNLP, La Plata, Buenos Aires.
- MARTIN BARBERO, Jesus (2008). Políticas de la comunicación y la cultura. Claves de la investigación. En: "Documentos CIDOB" Número 11. Barcelona.

- MASTRINI, Guillermo y De Charras, Diego (2005). 20 años no es nada: del NOMIC a la CMSI. Buenos Aires. UBA (Carrera de Ciencias de la Comunicación).
- y Becerra, M. (2006). Periodistas y Magnates. Buenos Aires, Prometeo.
- y Mestman, Mariano (1996). Desregulación o re-regulación?: De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota. Cuadernos de Información y Comunicación N°2, Universidad Complutense de Madrid. Ediciones Complutense.
- (editor, 2009). Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2007). Buenos Aires, La Crujía.
- (2011), "Medios públicos y derecho a la comunicación: una aproximación desde América Latina", en *Lecciones del Portal InCom*, Instituto de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona, disponible en [http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/65\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/65_esp.pdf)
- MATTELART, Armand (1998) La mundialización de la comunicación. Paidós, Barcelona.
- MERRIAM, Shara B (1998). Qualitative research and case study applications in education. San Francisco, Jossey-Bass.
- OFFE, Claus (1990) Contradicciones del Estado de Bienestar. Alianza Universidad. Madrid.
- ORBE, Patricia (2004). *La Liga de Estudiantes Humanistas del Sur y la democracia: análisis del discurso político del Humanismo cristiano universitario en Bahía Blanca (1955-1966)*. VI Encuentro Corredor de las Ideas del Cono Sur. "Sociedad civil, democracia e integración", Montevideo.
- OSZLAK, Oscar y O' Donnell, Guillermo (1981): "Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación", en Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES), Documento G.E. CLACSO. Vol. 4, 1981: Buenos Aires, Argentina.
- PANOZZO ZENERE, Alejandra G. (2013) Fases de creación, producción, distribución y consumo en las radios universitarias públicas a partir de la digitalización y su introducción a la web. Un estudio comparativo entre Radio LT10 de la Universidad Nacional del Litoral y Radio Universidad de la Universidad Nacional de Rosario. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales, UNQ (inédita).
- PARSONS, Wayne (2007) Políticas públicas. Una introducción a la teoría y práctica del análisis de políticas públicas. Madrid, Miño y Dávila.
- PASQUALI, Antonio (1991, a) "¿Qué es una radiodifusión de servicio público?", en El Orden Reina. Caracas, Monte Avila.
- (1991, b) "Reinventar los servicios públicos", en El Orden Reina, Caracas, Monte Avila.

- PAULI, María Cristina (2012). Democratizar la comunicación. Estudio y propuesta para la gestión de la radio de la Universidad Nacional de La Plata. Trabajo Final Integrador para la Especialización en Comunicación Radiofónica de la UNLP, inédita.
- PELLET LASTRA, Arturo (1970) "Régimen Legal de Radio y Televisión", Edic. Abeledo-Perrot, Buenos Aires.
- QUIROGA, Hugo. (2000) La experiencia democrática: entre pasado, presente y futuro" en *Estudios Sociales*, Nº 18, Santa Fe, Argentina.
- RONCAGLIOLO, Rafael y Avila, Lourdes (1985). Las políticas nacionales de comunicación en América Latina: perspectivas analíticas y experiencias democráticas. En: Arriaga, Patricia y otros. Estado y comunicación social. México, D.F. CEESTEM-Nueva Imagen. pp. 37-56.
- ROSSI, Diego (2006). Acceso y Participación en el Nuevo Siglo. Limitaciones de la Política, Condicionamientos de los Conglomerados. Ficha de cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación. En <https://es.scribd.com/doc/15900998/acceso-y-participacion>
- SCHIFER, Claudio y PORTO, Ricardo (2006). "Radiodifusión. Marco Regulatorio". El Derecho, Universitas S.R.L. Buenos Aires.
- SCHLESINGER, Philip (2011), "Intelectuales y políticas culturales", en Albornoz, Luis (comp.), Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación, Paidós, Buenos Aires, p. 93-108.
- SIERRA, Francisco (2005). Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento. Barcelona, Gedisa.
- TORRES LÓPEZ, Juan, y Ramón Zallo (1991), "Economía de la información. Nuevas mercancías, nuevos objetos teóricos", en Telos nº28, Fundesco, Madrid, p. 54-67.
- TREMBLAY, Gaëtan (1988) "La noción de servicio público", en Revista Telos, N.º 14, Junio-Agosto 1988, páginas 57-63.
- UNESCO (2008): Indicadores de desarrollo mediático. Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social.
- UNS (1966) Décimo aniversario de su creación y desarrollo. Bahía Blanca, UNS.
- (1978) Documentos para la historia de la Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca.
- URANGA, Washington y PASQUINI DURÁN, José María (1988): Precisiones sobre la radio. Buenos Aires, Ediciones Paulinas.
- VAN CUILENBURG, Jan y MCQUAIL Denis, (2003). Cambios en el paradigma de política de medios. Hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación, en *European Journal of Communication*, Vol. 18. Num. 2, Sage, Londres.



VILLAFANÍA, Irving Berlín (2000). "El derecho a decir: radios educativas y universitarias en México". Revista Latina de Comunicación Social. Marzo, año/vol 3, N° 027, Canarias.

WOLTON, Dominique (2004), *La otra mundialización*, Gedisa, Barcelona,

YIN, Robert K (1993). Applications of Case Study Research. London, SAGE.

ZALLO, Ramón (1992) El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación. GAKOA, San Sebastián.

## **FUENTES DOCUMENTALES:**

### ***Expedientes y normativa***

ANALES de Legislación Argentina ADLA (1920-1940), Ed. La Ley, Buenos Aires, 1953. D. Núm. 21.044 del 3 de mayo de 1933.- Reglamento de radiocomunicaciones. (B.O.: 13/VII/933). Págs. 962 a 975.

BOLETÍN OFICIAL DE LA REPÚBLICA ARGENTINA (BORA).

Decretos PEN 21.044/1933; 14.241/1953; 14.467/62; 15.460/1957; 16.530/1957; 5753/1958; 22.285/1980; Leyes 26.075/2005; 26.522/2009

UNS, Expediente 1416 F/1957

----- Expediente 1470/57-58

----- Expediente R 183/1964

----- Expediente 979/1976

----- Expediente 461/1984

----- Expediente 2166/1998

----- Expediente 4367/09

----- Resolución CSU 242/12

----- Actas del Consejo Universitario del 1 de agosto de 1958

----- Actas del Consejo Universitario del 27 de agosto de 1958

----- Actas del Consejo Superior Universitario del 28 de agosto de 2012

### ***Publicaciones periódicas***

DIÁLOGOS. Publicación trimestral de la UNS, N° 7, octubre de 1997, pp. 4-7.

GALLARDO, Juan Pedro (2014). "La construcción de la realidad". En Página/12, 8 de octubre

KNIGHT CENTER (2016). "Críticas a la reversión de la Ley de Medios de Argentina llegan a la Comisión Interamericana". <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-16930->

[criticas-la-reversion-de-ley-de-medios-de-argentina-llegan-la-comision-interamericana](#)

URANGA, Washington (2013). "Debates actuales en políticas de comunicación". En: Página/2, 27 de junio.

**Otros:**

AMUNS. Archivo de la Memoria de la UNS. Entrevista N° 159 al contador Julio Horvitz, -----Entrevista N° 2 al profesor Pedro González Prieto.

ARUNA (1998) Estatutos sociales. En [www.aruna.org.ar](http://www.aruna.org.ar)

----- (2005) Declaración de las IX Jornadas de Radios de Universidades Nacionales Argentinas. Paraná, Junio de 2005.

----- (2011) Informe y relevamiento sobre la radiodifusión universitaria en Argentina. En: [www.aruna.org.ar](http://www.aruna.org.ar)

----- (2016). Anteproyecto de declaración del 5 de abril como Día de la Radio Universitaria.

BURGOS, Nidia. (2006) Palabras de presentación del libro Universidad Nacional del Sur 1956-2006, mimeo, Archivo de la Memoria de la UNS.

CONSEJO INTERUNIVERSITARIO NACIONAL (2000). Acuerdo Plenario 384/00. [www.cin.edu.ar](http://www.cin.edu.ar)

----- (2016). "Las universidades frente a la Ley de Comunicaciones Convergentes"

----- (2016 II) Material informativo y de discusión del 76° Plenario de Rectores realizado en Jujuy, 29 y 30 de septiembre de 2016.

----- (2016 III) Anteproyecto del Plan de Fortalecimiento de Medios Universitarios.

SEMINARA, Eduardo y BICCIRÉ, Fabián (2009). Exposición 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).

TURCONI, Omar (2009) Exposición 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)

MARÍNEZ DE AGUIRRE, Elizabeth (2009) Exposición 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)

Ponencia de CONADU 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)

SECRETARÍA DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS (2013) Anuario de estadísticas universitarias argentinas. En <http://portales.educacion.gov.ar/spu/investigacion-y-estadisticas/anuarios/>

### Listado de entrevistados

N°	Entrevistado/a o Encuestado	Cargo/Función
1	Guillermo Crapiste	Ex Rector (2007-2015)
2	María del Carmen Vaquero	Secretaria General de Comunicación y Cultura (1994-2003) Vicerrectora (2007-2015)
3	Claudio Carucci	Secretario Gral. de Cultura y Extensión (2011 y continúa)
4	Claudia Legnini	Sec. Gral. de Cultura y Extensión (2007-2011) Secretaria General Técnica (2011-2015) Vicerrectora (2015 y continúa)
5	Guillermo Lucanera	Secretario General Técnico de la UNS (1997-2004)
	<b>Realizadores de programas</b>	
6	Gabriela Cabeza	Profesora carrera de Física
7	Roberto Cimatti	Subsecretaría de DDHH de la UNS
8	Lucrecia Boland	Directora Escuela Superior de Comercio
9	Verónica Tavella	Profesora Taller de Radio EMUNS
10	Karina Concetti	Directora de Personal UNS, productora
11	Sandra Reñones	Subsecretaría de DDHH de la UNS
12	Felix Antuñano	Alumno de Abogacía
13	Corina Iuale	Profesora carrera de Derecho
14	Romualdo Vera	Profesor carrera de Arquitectura
15	Rosana Vecchi	Productora externa
16	Melina Rodríguez Prieto	Alumna de Abogacía
	<b>Personal de la radio</b>	
17	Andrea Romero	Jefa de Noticias
18	Gabriel Bermúdez	Periodista
19	Gabriel Cena	Productor