

**Comisión de Comunicación y Medios
PLAN DE FORTALECIMIENTO DE LOS MEDIOS UNIVERSITARIOS DE LAS
UNIVERSIDADES NACIONALES**

**Acuerdo Plenario N° 1015/17
Junín, 31 de marzo de 2017**

VISTO:

la Resol. CE N° 1198/17 por el que se eleva a este Plenario el Plan de Fortalecimiento de los Medios Universitarios de las Universidades Nacionales presentado por la Comisión de Comunicación y Medios; y

CONSIDERANDO:

que el Comité Ejecutivo analizó el plan presentado por la comisión y lo consideró de manera favorable;

que, por tanto, corresponde que este Cuerpo se expida de acuerdo a lo previsto en el art. 8 inc. o) del Estatuto.

Por ello,

**EL CONSEJO INTERUNIVERSITARIO NACIONAL
ACUERDA:**

Artículo 1°: Aprobar el Plan de Fortalecimiento de los Medios Universitarios de las Universidades Nacionales, que se agrega como anexo a la presente.

Artículo 2°: Regístrese, dése a conocer en general y archívese.


MIGUEL GONZÁLEZ GAVIOLA
Secretario Ejecutivo


GUILLERMO R. TAMARIT
Presidente

**PLAN DE FORTALECIMIENTO DE LOS MEDIOS UNIVERSITARIOS DE LAS
UNIVERSIDADES NACIONALES**

CONTENIDO

**1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS UNIVERSIDADES
NACIONALES**

- 1.1. La Comunicación como derecho humano.
- 1.2. Los medios de comunicación audiovisual como misión de la universidad
- 1.3. Una política de medios de las universidades: criterios y condiciones
 - a) Articulación del sistema
 - b) Consolidación de capacidades
 - c) Compromiso con el desarrollo sustentable
 - d) Pensamiento estratégico

**2. EL PRESUPUESTO NACIONAL PARA LOS MEDIOS DE UNIVERSIDADES
NACIONALES**



1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS UNIVERSIDADES NACIONALES

1.1. La Comunicación como derecho humano

Nuestras Universidades Nacionales consideran la comunicación social como un derecho humano inalienable, al servicio de las necesidades sociales y en beneficio de la pluralidad de la palabra.

Como instituciones de la República, las Universidades Nacionales fomentan la práctica de la comunicación de sus actos de gobierno y la transparencia de su gestión a través de diversos dispositivos tecnológicos y sobre todo por sus medios de comunicación, poniendo énfasis en la información como un bien social que debe estar al alcance de todos y cada uno de los ciudadanos de nuestro país.

El punto de partida de un Plan de Fortalecimiento vinculado a la política universitaria en materia de medios de comunicación social implica, en primer lugar, el reconocimiento por los mismos, sus luchas y reivindicaciones; como así también la explícita conciencia que representa la responsabilidad social de los medios de comunicación para la construcción de una democracia justa, pluralista y al servicio de las necesidades sociales.

Es por ello que el sistema universitario, desde el advenimiento democrático, profundizaron su reflexión sobre los temas de la realidad, e incorporaron en su formación los debates por la democratización de la comunicación. El compromiso por la comunicación se manifestó en el fortalecimiento, desarrollo y creación de radios y canales de televisión universitaria, y procesos educativos que incluyen nuevas tecnologías de la información y la comunicación; y fundamentalmente una fuerte declaración por una comunicación como un derecho humano inalienable, al servicio de las necesidades sociales y en beneficio de la pluralidad de la palabra. Esto se constituye en una mirada estratégica de la Universidad que, sumándose a la docencia, la investigación y la extensión, debe tener como función primordial el fortalecimiento, la consolidación y la visibilización del sistema universitario y su vinculación con la comunidad.

Es necesario que el compromiso de las universidades nacionales incorpore desde el comienzo opciones para el análisis y resolución de problemas relevantes y disponga los medios necesarios para garantizar el impacto económico y social de los medios. Al mismo tiempo, es preciso establecer articulaciones internas y externas, en especial con los organismos o gobiernos que tienen que diseñar e implementar políticas públicas.



El Plan de Fortalecimiento de los Medios Universitarios Nacionales que aquí se propone tiene el propósito de consolidar a las universidades como actores relevantes del sistema social, científico, tecnológico y de innovación en la Argentina.

El sistema de medios universitarios se concibe en permanente interacción con el sistema de medios públicos de la Nación y otros organismos del Estado, visibilizando así las fortalezas de las universidades y potenciando la presencia de políticas públicas en todo el territorio nacional.

1.2. Los medios de comunicación audiovisual como misión de la universidad

Desde que en 1924 se inauguró la primera radio universitaria del mundo, Radio Universidad Nacional de La Plata, se puso en marcha un sistema de medios públicos atendiendo a las funciones sustantivas del sistema universitario como herramienta fundamental para llevar adelante estrategias educativas, políticas e identitaria de comunicación pública de las ciencias.

El sistema universitario nacional cuenta con redes activas en materia de comunicación: la Asociación de Radios Universitarias (ARUNA), la Red Nacional Audiovisual Universitaria (RENAU), la Red de Carreras de Comunicación Social (REDCOM) y la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (Fadeccos). A su vez la RENAU interactúa con el propósito de consolidar la interconexión nacional con la Asociación de Redes de Interconexión Universitarias (ARIU), encargada de la distribución de la fibra óptica entre las distintas universidades del país. Tanto ARUNA cuanto RENAU dependen del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) y concentran un poderoso flujo de producciones, informaciones y datos que circulan entre la totalidad del sistema universitario nacional.

La comunicación entre las universidades y desde las universidades a la sociedad dejó de ser un núcleo estanco para convertirse hoy en una fuerte característica del sistema universitario y también del sistema de medios públicos en la Argentina, que encuentra en las universidades su capítulo más plural desde la sanción de la Ley 26.522, o Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que regula las actividades del sector.

La promulgación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual generó importantes cambios en el planteo de medios de comunicación en el país, en el marco del cual las universidades fueron consideradas actores fundamentales, a partir del otorgamiento de frecuencias en el espectro radioeléctrico tendientes a crear señales de televisiones abiertas locales y regionales. Se implementó una importante política pública por la que las universidades comenzaron a trabajar activamente a través del CIN, el Ministerio de Educación a través de la Secretaría de Políticas



Universitarias (SPU) y el MINPLAN a través del Consejo Asesor de la Televisión Digital Abierta (TDA) en la ejecución de diferentes planes de fomento y apoyo, tanto de infraestructura como de equipamiento técnico, generación de contenidos e incorporación de recursos humanos, cargos no docentes que ingresaron al sistema tras la firma de un convenio paritario con FATUN.

En una apretada síntesis, la descripción de los medios universitarios puede segmentarse en las radios existentes y los canales de tv, en plena ebullición y creación.

Los canales, las radios

En el año 1924 nació la Radio Universidad Nacional de La Plata, y en los 60, a sólo una década de la llegada de la televisión, nacieron los primeros dos canales universitarios: el de la Universidad Nacional de Córdoba y de la Universidad Nacional de Tucumán. Luego de distintos procesos históricos e institucionales, el sistema de medios en la actualidad se encuentra con más de 50 radios en todo el país, más de 10 canales de televisión al aire y otros en proceso de creación.

Existen 58 radios universitarias, pertenecientes a 39 instituciones de nivel superior, integrando la red ARUNA. Muchas de estas radios anteceden a la ley sancionada y algunas otras se incorporaron tras su sanción. En el caso de las señales de tv se da el caso inverso: apenas dos señales han sido pioneras en la tv universitaria (Universidad Nacional de Córdoba y Universidad Nacional de Tucumán), transitando caminos de distinto tipo a lo largo de su historia. El resto de las señales hoy existentes son relativamente nuevas, y su nacimiento se vincula a una etapa reciente de crecimiento de la disciplina en las universidades y de oportunidades a partir de la sanción de la ley y por sobre todo al compromiso asumido por las diferentes casas de estudio con la comunicación y la decisión de aportar a los valores sustanciales de las sociedades donde están insertas.

Actualmente, las universidades que cuentan con canales al aire son las Universidades Nacionales de Cuyo (Señal U), La Plata (TV Universidad), Litoral (Litús), Córdoba (Cba24N y Canal 10), Villa María (UNI TV) y Río Cuarto (UniRío), Chaco Austral (UNCAus), Tucumán (Canal 10), Tres de Febrero (UNTres) y Mar del Plata.

Estas señales emiten a través del convenio entre ARSAT y el CIN para el uso de las plataformas (o antenas de ARSAT, desde donde se distribuyen los contenidos TDA), convenio firmado en mayo de 2015. Este convenio marco, más los sucesivos convenios específicos con universidades, permiten utilizar las plataformas a nivel local por las señales de tv universitarias, en aquellos lugares donde la universidad tenga la sede.

El escaso espectro radioeléctrico disponible en el conurbano bonaerense, sumado a la densidad demográfica y la existencia de numerosas universidades públicas distribuidas en ese sector, impulsó la



generación de dos consorcios integrados por grupos de universidades, las del sur del conurbano y las del noroeste. Cada consorcio gerencia un canal de tv que nucleará los contenidos producidos por las diferentes universidades.

Unisur TV, integrado por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV), la Universidad Nacional de Lanús (UNLa), la Universidad Nacional Arturo Jauretche (UNAJ) y la Universidad Nacional de las Artes (UNA). El otro, del conurbano noroeste, está integrado por la Universidad Nacional de San Martín, la Universidad Nacional de José C. Paz, la Universidad Nacional de Luján, la Universidad Nacional de Moreno, y la Universidad Nacional de La Matanza.

Además de ellas, hoy otras tantas universidades nacionales están trabajando en lanzar su señal al aire: Universidad Nacional del Centro, Universidad Nacional de Misiones, Universidad Nacional de Santiago del Estero, Entre Ríos, La Pampa, Río Negro y otras tantas proyectan su emisión en el mediano plazo.

En los últimos años, al sistema universitario se incorporaron más de 23 Centros de Producción Audiovisual (CEPAS) de alta calidad en todo el país, una línea presupuestaria reservada para el desarrollo y mantenimiento de los medios, la creación de líneas de fomento para la producción de contenidos o renovación tecnológica y mediante contratos programas la incorporación de quince cargos en cada centro de producción, lo que representa la creación de más de 500 puestos de trabajo efectivos destinados al desarrollo, mantenimiento y producción de canales de televisión digital en todo el país.

El trabajo asociativo y colaborativo de la RENAU dio nacimiento al Plan Federal de Contenidos Audiovisuales Universitarios. Este se articuló en tres líneas de trabajo: producción en red (línea bajo la cual se producen los ciclos Mundo U y Museos), producción regional (42 formatos producidos con las universidades asociadas según cada una de las 10 regiones RENAU) y proyectos especiales (Periodismo en Juego, Mujeres Ingenieras y Otra Excursión a los Indios Ranqueles). En su primera etapa, año 2015/16, estas producciones representaron 150 horas de contenidos.

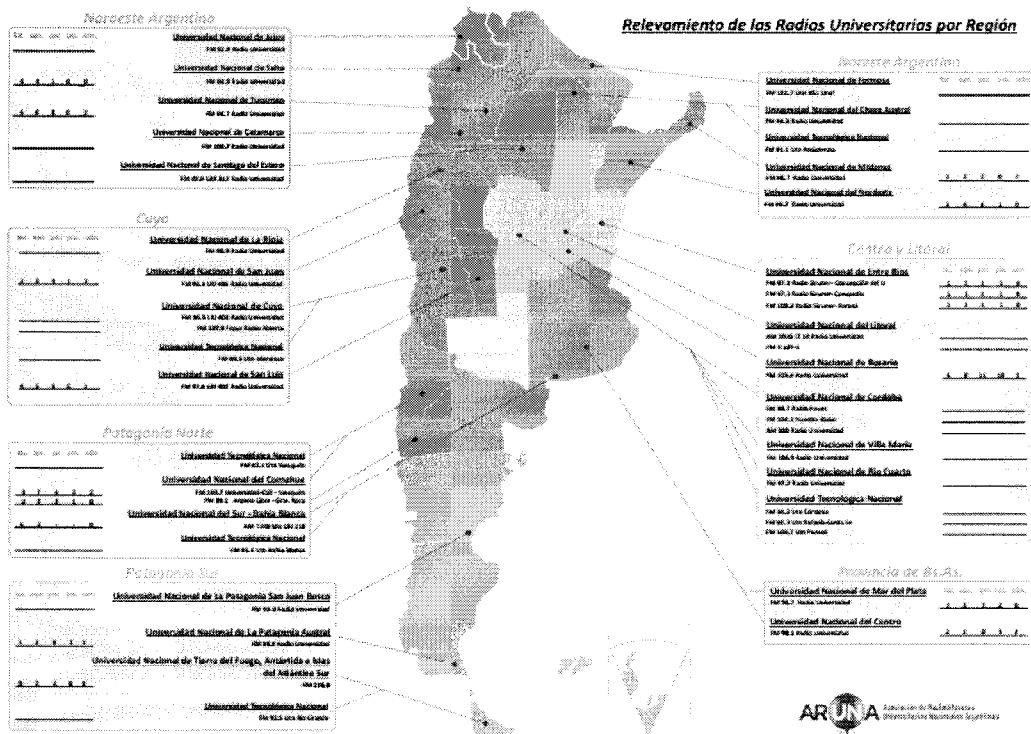
Por otro lado, las redes que incluyen la articulación de carreras de grado dan cuenta de los trayectos de formación y los debates académicos que también motivan la reflexión sobre la comunicación pública universitaria, los sistemas de gestión, la producción de contenidos, etc., que dan cuenta del intercambio permanente.

En definitiva, se trata de un camino de desarrollo fruto de una política pública que cumple con lo establecido por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y el compromiso histórico del sistema universitario nacional con la comunicación democrática. De esta manera,



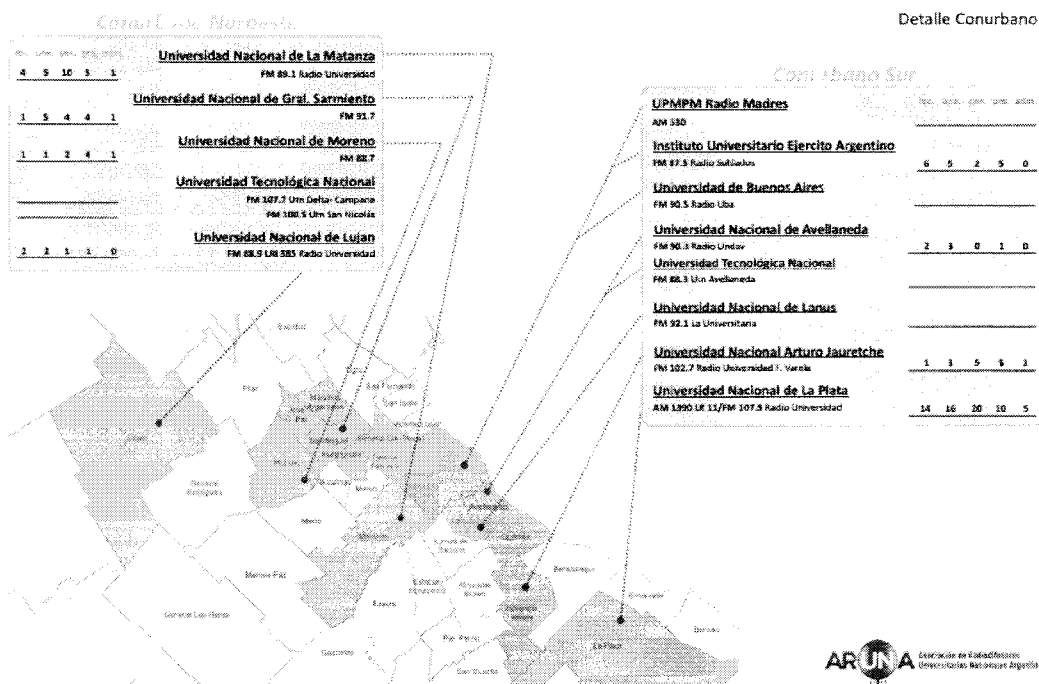
los medios universitarios constituyen espacios educativos de aprendizaje
para los estudiantes, docentes, no docentes y graduados.

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'M' followed by a smaller, more complex mark that resembles a stylized 'J' or a flourish.



Relevamiento de las Radios Universitarias por Región

Detalle Conurbano



Handwritten signature

1.3. Una política de medios de las universidades: criterios y condiciones

Desde la perspectiva de las universidades nacionales, para potenciar su aporte al cumplimiento de sus funciones y de los objetivos estratégicos del país en materia de educación, ciencia, tecnología e innovación, extensión y comunicación es necesario fortalecer las capacidades de cada institución universitaria para llevar adelante una estrategia de comunicación dotada de orientación propia, la que deberá, a su vez, articularse con las generadas a nivel nacional y regional. Para ello, y para el cumplimiento de sus propios fines docentes y su función social, es que las universidades deben ser capaces de generar su propia estrategia, entre cuyos ejes tienen particular relevancia los siguientes:

- a) Articulación del sistema universitario con organismos públicos**
- b) Consolidación de capacidades**
- c) Compromiso con el desarrollo sustentable**
- d) Pensamiento estratégico**

a) Articulación del sistema con organismos públicos

Es fundamental consolidar un sistema universitario de medios de comunicación, articulando el conjunto de las universidades nacionales entre sí y con el resto del sistema nacional de ciencia y tecnología, organismos de comunicación pública y entre otros actores sociales y estatales.

En este sentido, el sistema cuenta con importantes avances gracias al trabajo consolidado de sus redes **ARUNA** (Radios Universitarias) y **RENAU** (Medios Audiovisuales Universitarios) y del trabajo promovido por la Comisión de Comunicación y Medios del CIN, que permitió elaborar propuestas presupuestarias transversales para el sistema de medios, atendiendo a la diversidad de los mismos.

El trabajo articulado debe darse no sólo en la distribución presupuestaria para la producción, sino también para la formación, el intercambio de contenidos, etc. Entendemos que, de esta manera, y a partir del trabajo conjunto y constante, se puede llegar a la meta de un sistema de medios universitarios sólido, profesional, y en perfecta articulación con el sistema de medios públicos, al servicio de la sociedad en su conjunto.



Por otro lado, es fundamental una sólida articulación con diferentes organismos del Estado nacional, provinciales y municipales, trabajando para promover y diseñar campañas educativas, de salud, medio ambiente, etc., desarrollar acciones conjuntas y planificar políticas públicas integrales.

b) Consolidación de capacidades

Las universidades nacionales han desarrollado radios, canales de televisión, como así también centros de producción audiovisual, disponen de equipamiento y recursos humanos que, si bien deben ser fortalecidos, son capaces de generar, transmitir conocimientos, suministrar asesoramiento y prestar servicios. Esta capacidad, que cubre prácticamente todo el territorio nacional, debe ser consolidada, aumentada y modernizada.

c) Compromiso con el desarrollo sustentable

Las universidades nacionales deben profundizar su compromiso para que la educación, los resultados de la investigación y el desarrollo de los procesos de innovación tecnológica estén al alcance del conjunto del sistema educativo, de las organizaciones sociales, del propio Estado, de los trabajadores y de los sectores productivos, a fin de contribuir a un desarrollo social, económica y ecológicamente sustentable y al logro de una mejor calidad de vida. Es por ello, que los medios mencionados deben pensarse en sintonía con el desarrollo estructural de las actividades sustantivas del sistema universitario.

d) Pensamiento estratégico

Es necesario lograr que las universidades nacionales consoliden su capacidad institucional de pensar estratégicamente, orientando su accionar hacia metas de mediano y largo plazo y que contribuyan a explorar e interpretar las futuras demandas, sociales, económicas y ambientales. Por lo tanto, es preciso fortalecer sus núcleos de pensamiento prospectivo y sus vínculos con los restantes actores de la sociedad.

2. EL PRESUPUESTO NACIONAL PARA LOS MEDIOS DE UNIVERSIDADES NACIONALES

Desde que nacieron los medios de comunicación en Argentina, el debate sobre el sistema gestión y financiamiento de los mismos, se dividió entre las experiencias del sistema público europeo y el sistema de financiamiento privado norteamericano. Más allá de cambios en el contexto reinante en cada momento histórico, el sistema privado captó mayoritariamente las vías de financiamiento del medio productivo generando un mayor desarrollo de medios privados que públicos o sin fines de lucro. En la actualidad, el financiamiento estatal destinado a pauta publicitaria equivale a un 10% del aporte de la pauta privada. Esto significa



que la brecha de financiamiento existente entre el sector público y privado es muy inequitativa, y demanda un mayor compromiso del Estado para el desarrollo de medios públicos universitarios.

Para el desarrollo del *Plan de fortalecimiento de medios universitarios en las universidades nacionales* se requiere contar con recursos presupuestarios adicionales a los que se disponen en la actualidad.

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

- a) Formación e incorporación de recursos humanos**
- c) Desarrollo de infraestructura edilicia y tecnológica**
- d) Gastos de producción de contenidos**
- e) Gastos de transmisión**

Componente 1: Formación e incorporación de Recursos Humanos
--

Justificación

Los medios de comunicación universitarios, en general, se desarrollan en las universidades nacionales con sus propios recursos, que no son significativos en relación con las funciones sustantivas; sin embargo, son un instrumento indispensable para la comunicación pública de las funciones sustantivas, investigación, transferencia y docencia.

A la creatividad en formatos y la permanente búsqueda por generar contenidos locales y micro locales, los canales universitarios deben sumar profesionalidad en la producción, emisión y transmisión de sus contenidos. Para eso es necesario incrementar instancias de formación y sumar infraestructura tecnológica que permita estar a la altura de los requerimientos mínimos del sistema de medios. Más allá de las acciones descriptas, el sistema sigue presentando una profunda disparidad en la profesionalización de los equipos y recursos humanos.

Objetivos:

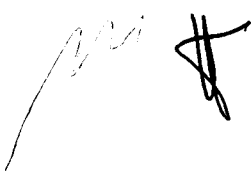
Fortalecer los medios universitarios que actualmente desarrollan las UUNN mediante recursos destinados a asegurar el funcionamiento de sus actividades científicas.

Incluir un plan de formación de recursos humanos con perfiles técnicos, realizadores y comunicadores.

Incluir recursos humanos en áreas prioritarias de medios universitarios (radios y canales de televisión).

Acciones

Promover instancias de capacitación permanente de recursos humanos, aprovechando las fortalezas que el propio sistema presenta.



Realizar una agenda de recursos humanos propios y externos del sistema universitario, que enriquezca el trabajo transversal y entienda la modalidad de producción colaborativa como fundamental para el ecosistema de medios.

Consolidar las plantas funcionales con recursos humanos estables. Se propone para las radios, un organigrama ordenado que incluya, por ejemplo, jefe de operadores, jefe de locutores y director de la radio, etc.

Establecer una asignación presupuestaria directa por pautas aumentando los aportes a los programas de formación permanente de forma transversal al sistema universitario para garantizar las condiciones de funcionamiento de radios y canales de televisión.

Elaborar un contrato programa para la asignación de cargos para garantizar las condiciones de funcionamiento de radios y canales de televisión.

Componente 2:
Desarrollo de infraestructura edilicia, tecnológica y gastos de transmisión

Justificación

El desarrollo vertiginoso de tecnologías de la información y comunicación, modifican de manera permanente las condiciones de producción y circulación; al mismo tiempo que modifica las pautas de consumo social en paralelo con la irrupción de nuevas tecnologías.

Estas consideraciones justifican la necesidad de apoyar y consolidar no sólo la incorporación de infraestructura para la producción audiovisual, sino también contar con recursos permanentes para hacer frente al desgaste producido por el uso.

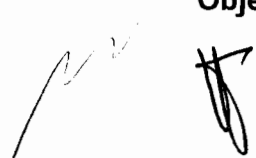
Por otro lado, los sistemas de transmisión de televisión digital requieren de gastos de distribución mediante la contratación de dicho sistema.

De este modo, junto con los recursos destinados a asegurar las bases del funcionamiento de las actividades comunicacionales en las universidades nacionales, es preciso articularlas con el lineamiento estratégico de formación de recursos humanos.

Trazar un mapa de conexiones eficaz en el territorio nacional es un desafío que emprendió ARIU para atender las necesidades del sistema universitario. Hoy entre esas necesidades se detecta la de transportar materiales audiovisuales para promover el intercambio de productos y - como enfatiza el objetivo anterior- la promoción de alianzas para la coproducción de materiales.

Los criterios generales para este componente:

Objetivo



Mejorar y/o ampliar las condiciones de infraestructura edilicia, tecnológica y de distribución de los medios de comunicación universitarios, mediante la incorporación de Infraestructura tecnológica.

Acciones

Incorporar tecnologías para medios audiovisuales integrales (Centros de Producción Audiovisual, instalación de nuevos medios audiovisuales como radios y canales de televisión).

Renovación de equipamiento tecnológico para radios y canales existentes atendiendo a la justificación de renovación de parques tecnológicos y desgaste por el uso.

Incorporación de una línea de financiamiento para el pago de gastos de transmisión (satelital, digital, etc.).

Instalar en Mundo U un sistema de intercambio que mejore el flujo de transferencia de contenidos.

Promover la realización de la última milla para conectar en cada universidad al centro informático con el centro de producción.

Potenciar la conectividad entre cada universidad y la plataforma Mundo U.

Equipar con infraestructura tecnológica en forma permanente y según necesidades detectadas.

Optimizar la conectividad por fibra con las redes existentes (ARIU-ARSAT) a fin de mejorar el flujo de intercambio de contenidos para emisión en todo el territorio nacional.

Componente 3 Producción de Contenidos

Justificación

En los últimos años el sistema de medios universitarios viene desarrollando de manera articulada el fomento a la producción audiovisual en base áreas estratégicas de difusión de políticas educativas, de investigación, extensión, etc. poniendo en valor y en visibilidad los enormes esfuerzos que realiza el sistema universitario. Ejemplo de estos son los ciclos Mundo U; Museos; Noti U; Después viene lo de antes, con Pedro Saborido y Omar Quiroga, A pensar de todo, con José Pablo Feiman; Demasiado Humano, con Darío Sztajnszrajber; Fuera de contexto, con Adrián y Alejandro Korol; Gente necesaria, con Darío Grandinetti, entre otros.

Este sistema de producción no sólo es un mecanismo de puesta en valor de la producción universitaria, sino también en política de



articulación, ya que los contenidos están preparados para ser distribuidos por todas las radios y canales del sistema de medios universitarios.

Objetivo

Mejorar y/o ampliar la producción de contenidos, orientadas a jerarquizar la producción de los medios universitarios, poner en valor y en visibilidad la producción científica, educativa y de extensión.

Acciones

Generar líneas de fomento para la producción de contenidos, vinculados a las pantallas disponibles y frecuencias radiofónicas.

Realizar concursos para alimentar campañas públicas, en consonancia con las acciones correspondientes con el objetivo anterior.

Realizar alianzas tanto dentro del sistema universitario como con el sistema de medios públicos, para producir de contenidos de interés general.

Promover interacciones con medios iberoamericanos.

Promover la generación de nuevos e innovadores formatos tendientes a la utilización de multiplataformas.

Promover trabajos conjuntos entre RENAÚ, ARIU y ARUNA, optimizando las capacidades existentes.

Realizar acuerdos de trabajo conjunto con organismos públicos o privados para la cobertura de actividades y la generación de contenidos.

Generar convenios de intercambio con redes similares en otros países de Iberoamérica.

Difundir y crear contenidos con fines sociales, a partir de las políticas definidas como prioritarias.

Presupuesto total solicitado

El presupuesto debe estar compuesto por una sumaria de fuentes, con fuerte respaldo del tesoro nacional, pero incluyendo importantes conquistas como la Ley de Publicidad Oficial, que prevé una política de "Fomento del federalismo y de la pluralidad de voces", en función de la necesaria difusión del mensaje en cada provincia abarcando todo el territorio nacional; en función de aquellos medios de comunicación y/o soportes, productoras de contenidos y/o comercializadoras de espacios publicitarios, incluyendo, entre otros a los medios de comunicación de universidades públicas. Dicho financiamiento, junto al de medios comunitarios y de comunidades originarias, debe no ser inferior al 20% del presupuesto general.

A los fines de fortalecer los medios universitarios actuales y consolidar los que se encuentran en plena gestación o en fase incipiente, se requiere el 0,03 por ciento del total del Presupuesto universitario aprobado.

