



Expediente N°18957/16

Los Polvorines, 05 DIC 2016

VISTO el Estatuto General de la Universidad Nacional de General Sarmiento; la Resolución (CS) N°285/00 que aprueba el Marco Estratégico y lineamientos de políticas de la UNGS; las Resoluciones (CS) N°269/99 y 5211/14 que aprueban el Régimen de Organización del Sistema de Gestión de la UNGS y,

CONSIDERANDO:

Que la Universidad Nacional de General Sarmiento cuenta con la emisora de Radio en frecuencia modulada “La UNI”, con la Revista “Noticias UNGS” y con la posibilidad de contar con un canal de televisión web;

Que en virtud del crecimiento y la diversificación de las acciones de comunicación que la Universidad realiza a través de la Radio FM La UNI, la Revista Noticias UNGS, la página institucional y el próximo canal audiovisual en formato web, es necesario establecer unos criterios generales que orienten la producción de la información a ser comunicada a través de los mismos;

Que el establecimiento de dichos criterios favorecerá la coordinación de las acciones en materia de Medios de Comunicación de la UNGS;

Que, con similar espíritu se han establecido ya en la UNGS criterios orientadores de políticas institucionales;

Que corresponde al Consejo Superior aprobar los *Lineamientos generales para una política de los medios de comunicación de la UNGS* que opere como marco orientador de las acciones, como así también para evaluar las mismas y promover nuevos desarrollos;

POR ELLO:

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE GENERAL SARMIENTO

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Aprobar los *Lineamientos generales para una política de los medios de comunicación de la UNGS*, que como anexo forma parte de la presente Resolución en cinco (5) hojas.



ARTÍCULO 2º.- Regístrese, comuníquese a todas las dependencias de la Universidad, a la Secretaría General, a la Unidad de Auditoría Interna, a la Dirección General de Asesoría Jurídica, a la Dirección General Unidad de Biblioteca y Documentación y a la Dirección de Prensa y Promoción Institucional. Cumplido, archívese.

RESOLUCIÓN (CS) Nº 6065

Dra. Susana Beatriz Lombardi  
Secretaria del Consejo Superior  
Universidad Nacional de General Sarmiento

Dra. Gabriela Leticia Diker  
Rectora  
Universidad Nacional de General Sarmiento



Anexo  
Resolución (CS) N° 6065

UNGS – MEDIOS

-PROPUESTA DE LINEAMIENTOS GENERALES-

**Presentación:**

Además de las actividades que desarrolla en cumplimiento de su función formativa y de la producción de conocimientos, la UNGS despliega un conjunto muy diverso de acciones de vinculación institucional y territorial. Estas acciones surgen tanto de la predisposición de la propia Universidad a ser parte activa de la vida social de la región como de las interpelaciones que las demás instituciones, los actores sociales o los nuevos escenarios sociales le plantean.

En los últimos dos años, la UNGS asumió el desafío de poner en funcionamiento una Radio y de conformar un Equipo de Producción Audiovisual. Antes que eso, venía sosteniendo regularmente la producción gráfica de un Boletín informativo, hoy convertido en una Revista y una página web.

La especificidad de los medios de comunicación de los que hoy dispone la Universidad está dada por la integración de su política académica con su política de vinculación con el territorio, la región y el país. Dicha integración se expresa con claridad en su Marco Estratégico y lineamientos de políticas<sup>1</sup>, en donde se expresa que la Universidad mantiene su autonomía de toda organización política partidaria, vinculándose institucionalmente con las diversas instancias de gobierno y sus autoridades democráticamente elegidas así como con las diversas organizaciones corporativas y de la sociedad. Dichos lineamientos indican a su vez que la política de comunicación social de la Universidad se articula y se proyecta a partir de las actividades que la Universidad desarrolla efectivamente en los campos de la docencia, la investigación y los servicios a la comunidad.

Por otra parte, el crecimiento de los medios de comunicación de la UNGS habilitan pensar en una dinámica de funcionamiento integrada y atravesada por las perspectivas de los distintos actores que componen la Universidad. Es por ello que este documento

<sup>1</sup> Resolución CS 285/00



pretende ser una orientación general que jerarquice, oriente y de marco a las actividades de los medios de comunicación con que cuenta la UNGS.

**Principios orientadores:**

Los medios de comunicación de la UNGS pretenden ser una opción comunicacional tanto para un público universitario como no universitario. Su producción de contenidos buscará responder a las necesidades comunicacionales del conjunto de la comunidad, dirigida a un público amplio y capaz de aportar a la construcción de un espacio público de mayor calidad democrática.

Tanto los propósitos como las funciones específicas de los medios de comunicación de la Universidad, se sustentan en cuatro principios generales:

- En el empeño fundacional de esta Universidad por contribuir con el desarrollo local por medio de una vinculación territorial efectiva, materializada en el diálogo permanente con los distintos actores sociales de la región (gobiernos locales, sistema educativo, sistema productivo, organizaciones sociales, etc.)
- Un compromiso activo con la ampliación, el fortalecimiento, la promoción y defensa de los DDHH en general y con la reivindicación de Memoria, Verdad y Justicia en particular.
- Una vocación democratizadora de la comunicación tal como la expresada en la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, promulgada el 29 de octubre de 2009, que asigna a las universidades Nacionales un rol específico en ese sentido, autorizándolas a ser titulares de servicios de radiodifusión.<sup>2</sup>
- Asumir la comunicación pública de la ciencia como un aporte sustantivo para la construcción de una esfera pública democrática.

**Los propósitos de la política de medios de la UNGS:**

---

<sup>2</sup> La UNGS, al igual que muchas Universidades Nacionales, ha tenido activa participación en la amplísima discusión pública y colectiva que llevó a la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y en todas las instancias posteriores en que ha sido necesario para garantizar su efectiva aplicación.

Los medios de comunicación gráfica, audiovisual y radiofónica de la UNGS serán herramientas y expresión de un proyecto comunicacional colectivo y consensuado.<sup>3</sup>

Con ellos la UNGS puede contribuir a garantizar el acceso de todos los ciudadanos y ciudadanas al derecho a la comunicación, concebido como el derecho a acceder a una comunicación plural, democrática y de calidad como el derecho a participar de la construcción de la misma.

La producción de contenidos de **FM LaUNI 91.7**, del **Canal Web**, de **Noticias UNGS** y de la **Página web** se enmarca en los siguientes propósitos que expresan el sentido de la política de medios de la UNGS:

- Potenciar y amplificar la comunicación de las acciones tradicionalmente asumida por la Universidad, como la formación profesional de grado, posgrado; la difusión pública de avances científicos; las acciones con la comunidad; la promoción y difusión de la producción cultural, etc.
- Democratizar la comunicación ampliando los modos y las perspectivas en el acceso a la información, contribuyendo a garantizar el acceso de todos los ciudadanos al derecho a la comunicación, concebido como el derecho al acceso a una comunicación plural, democrática y de calidad.
- Promover el acceso al conocimiento científico y académico que producen esta y otras universidades.
- Ampliar los canales de difusión de la producción cultural local, nacional e internacional.

#### Funciones de los medios de la UNGS:

La utilidad de los medios de comunicación de los que dispone la Universidad (FM LaUni 91.7, Canal Web, Noticias UNGS, la página web y todas aquellas iniciativas institucionales de las unidades académicas) resulta evidente si se considera que constituyen herramientas que permiten poner en valor la actividad universitaria y profundizar el contacto entre ella y la comunidad.

<sup>3</sup> Este documento acompaña la presentación al Consejo Superior del proyecto de resolución que crea la Comisión Asesora de Medios de la Universidad Nacional de General Sarmiento.



Si bien cada uno de ellos posee su especificidad y no resultan homogéneos en su funcionamiento, es posible producir algunas definiciones comunes sobre criterios y público destinatario para darle coherencia e identidad de conjunto.

De este modo la función principal de los medios de comunicación de la universidad es la producción de contenidos gráficos, audiovisuales y radiofónicos. De modo convergente con esta función los mismos funcionarán a su vez como espacios formativos, en donde los estudiantes desarrollen prácticas pre-profesionales y becas de formación y gestión académica.

#### Producción de contenidos:

Lo que se propone a continuación no debe ni puede funcionar como un conjunto de reglas para ser aplicadas a cada una de las acciones. Por el contrario, se trata de criterios que explicitan algunos lineamientos generales.

Uno de los contenidos privilegiados que puede elaborar un medio universitario es el que provee su propia agenda de actividades. Su producción científica y académica, a la par que su actividad de vinculación institucional y territorial o su producción cultural, se presentan como una oportunidad privilegiada si se la compara con otras instituciones sociales. Tanto por los recursos preexistentes como por la especificidad de esas propias actividades. Pero a la par de esta situación diferencial con respecto a las características de otros medios de comunicación, tanto la Radio, como el Canal Web y Noticias UNGS, constituyen una formidable herramienta para impulsar la participación de la Universidad en el debate público de los grandes temas nacionales, con una perspectiva caracterizada por la identidad institucional.

Los contenidos que produzcan los medios de comunicación de la UNGS, en tanto Universidad Pública pueden ser pensados desde la necesidad de vincular creativamente imágenes, palabras y texto de un modo capaz de ensanchar las degradadas nociones de entretenimiento, información y educación que usualmente recubren las programaciones televisivas y radiofónicas principalmente.

La característica de concentración monopólica del actual sistema de medios de comunicación se conjuga gravemente con la centralización geográfica en la Capital Federal de la producción de contenidos. En este contexto, el Conurbano Bonaerense, suele ser objeto de representaciones sociales estigmatizantes y discriminatorias, construidas y amplificadas por el sistema de medios concentrados. En ellas, emerge como la alteridad que amenaza el orden –político, securitario, sanitario y ambiental- y la normalidad: delito, contaminación, pobreza, clientelismo, son temas recurrentes con que los medios de alcance nacional producen y reproducen una cartografía de la



periferia en las últimas décadas. Asimismo, los medios locales, incluso aquellos con voluntad de producir contenidos alternativos, carecen muchas veces de sustento financiero o son objeto de presiones de poderes locales cuya preocupación no es la difusión de esos contenidos sino el control de la información. Por una vía o por otra, se debilita la posibilidad de producir contenidos sobre la realidad política y social del Conurbano que no respondan a esos estereotipos afines a intereses comerciales y/o sectoriales.

Los medios de comunicación de la Universidad trabajarán en la deconstrucción de las imágenes estereotipadas y discriminatorias de la vida en el Conurbano Bonaerense y en la construcción de otra mirada que pueda dar cuenta de la vida asociativa y cívica que signa su historia, de la riqueza que supone la diversidad demográfica y cultural que lo caracteriza, de la producción cultural local y de la dinámica de ampliación de derechos, de la cual las Universidades del Conurbano son, entre otros actores, protagonistas.

La idea de una propuesta de desarrollo de contenidos destinada a un público amplio tiene presente no obstante el compromiso con el acontecer del territorio en el que está emplazada la Universidad. Este compromiso con la realidad local, debe a la vez estar alejada de cualquier localismo *folckorizante* y de cualquier noción de identidad fija y cerrada. Se concibe lo local en permanente apertura y diálogo con lo que ocurre en nuestro país y más allá de sus fronteras. La producción de un conocimiento situado territorialmente sobre los aspectos más relevantes de los desafíos sociales, económicos, políticos y culturales, es también lo que producen docentes, investigadores y estudiantes no sólo de la UNGS sino de cualquier Universidad. Esta producción de un saber situado, difícil y solo excepcionalmente logra ubicarse como un insumo relevante del debate público.

Tomando entonces como referencia este marco conceptual es posible reconocer algunos ejes para clasificar los tipos de contenidos que se producen para la radio y la revista y que se producirán para el canal web. Estos serán *periodísticos*, *académicos* y *artísticos*.