



Radios Públicas Universitarias esas Constructoras de Identidades

Oscar E. Bosetti

Question/Cuestión, Nro.77, Vol.3, Abril 2024

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e896>

## **Radios Públicas Universitarias esas Constructoras de Identidades**

### **University Public Radios those Builders of Identities**

**Oscar E. Bosetti**

Universidad de Buenos Aires. Universidad Nacional de Entre Ríos.

Universidad Nacional de Quilmes.

Argentina

[oscarbosetti@hotmail.com](mailto:oscarbosetti@hotmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-5593-6901>

### **Resumen**

A muy poco tiempo de ocurrido aquel hecho fundacional y provocador protagonizado por los inefables *Locos de la Azotea*, el inquieto sistema universitario argentino post Manifiesto Liminar de 1918 ingresaba de manera pionera al universo radiofónico con la fundación de la mítica *LR 11 Radio Universidad Nacional de La Plata*.

Desde entonces, con mayor o menor niveles de intensidad e interés, con zigzagueantes climas de época que fueron mutando saludablemente los contenidos abordados, se continúa debatiendo acerca de qué hablamos cuando hablamos de las Radios Universitarias. O, más directamente, sin eufemismos: se indaga en torno a la identidad constitutiva de las mismas.

Esos interrogantes se concentran, entonces, en este nodo central: ¿Qué es una Radio Universitaria?

### **Abstract**

A very short time after that foundational and provocative event starring the ineffable Locos de la Azotea (Crazy Fools on the Rooftop), the restless Argentine university system after the Liminar Manifesto of 1918 entered the radio universe in a pioneering way with the foundation of the mythical LR 11 Radio Universidad Nacional de La Plata.

Since then, with greater or lesser levels of intensity and interest, with zigzagging epochal climates that were mutating the contents addressed in a healthy way, it has continued debating what we are talking about when we talk about University Radios. Or, more directly, without euphemisms: the constitutive identity of the same is investigated. These questions are concentrated, then, in this central node: What is a University Radio?

**Palabras clave:** Radio; Universidad; Identidad

**Key Words:** Radio; University; Identity

### **1º Parte**

A muy poco tiempo de ocurrido aquel hecho fundacional y provocador protagonizado por los inefables *Locos de la Azotea* (1), el inquieto sistema universitario argentino post Manifiesto Liminar de 1918 ingresaba de manera pionera al universo radiofónico con la fundación de la mítica *LR 11 Radio Universidad Nacional de La Plata*.(2)

Desde entonces, con mayor o menor niveles de intensidad e interés, con zigzagueantes climas de época que fueron mutando saludablemente los contenidos abordados, se continúa debatiendo acerca de qué hablamos cuando hablamos de las Radios Universitarias. O, más directamente, sin eufemismos: se indaga en torno a la identidad constitutiva de las mismas. Esos interrogantes se concentran, entonces, en este nodo central: ¿Qué es una Radio Universitaria?

En esta *Primera Parte*, ajenos a la vana actitud jactanciosa que suele establecer rápidos imperativos categóricos, intentaremos contextualizar el fenómeno de la Comunicación en las Instituciones para luego ingresar en la temática de los perfiles y enumerar una gama de variados desafíos que nuestras Emisoras Universitarias debieron enfrentar para plasmar una personalidad propia, claramente reconocible y socialmente útil.

### **La circulación del conocimiento en una época de continuas transformaciones**

Las generaciones actuales son testigos y partícipes de un profundo proceso transformador en el cual todos los valores de la Cultura, en su acepción más amplia, antropológica, están sujetos a revisión, a cuestionamientos y oportunas resemantizaciones.

Los nuevos instrumentos científicos y tecnológicos están imponiendo profundos cambios estructurales en la composición de la Sociedad, en el rol del Estado y en los contenidos de la Justicia y de la Libertad, en las funciones y los alcances de la Educación y, seguramente, de la Universidad.

Vastas regiones del mundo, entre las que se incluye a América Latina y en particular a nuestro país, sufren el agobio de agudas fallas estructurales de índole económica, social y cultural que, en las últimas décadas, han hecho sentir a sus poblaciones el peso de sus abrumadoras consecuencias.

Estas comunidades tienen el denominador común de no haber tenido la prioridad en la transmisión del conocimiento que unos pocos conseguían en la investigación de su realidad y que no siempre adoptaron a las Ciencias como elementos indispensables para la transformación de sus sociedades.

Por eso resulta imperiosa la utilización de la Comunicación Social desde los centros responsables de estudio e investigación, enfocada como herramienta útil para la circulación del conocimiento y su catalítico efecto en la promoción del denominado desarrollo social.

## **El Derecho a Informar y a Ser Informado**

Frente a la inexorabilidad de los hechos que se desplazan con inusitada rapidez se hace necesario e inteligente moderar los cambios que se producen en los términos hasta ahora habituales de las relaciones humanas.

La conciencia y las acciones de una sociedad democrática obligan a defender sin distorsiones los principios de la Libertad de Expresión. Pero es necesario destacar que el motor irremplazable de la cultura social tiene un complemento no siempre adecuadamente atendido, que es el Derecho a la Información y a la Comunicación.

Todas las personas tienen Derecho a la Libertad de Expresión, entendiendo por ella no sólo la facultad de expresar sus pensamientos, sino también de buscar, recibir y difundir información e ideas de todo tipo ya sea en forma oral, impresa, digital, a través de los medios masivos o mediante cualquier otro dispositivo de su propia elección. La Libertad de Expresión abarca, asimismo, una dimensión colectiva en los sistemas democráticos que incluyen el derecho del público a recibir la máxima diversidad posible de informaciones e ideas a través de la radiodifusión, y el derecho de la emisora a no estar sometida a la intervención política o comercial.

Los Medios de Comunicación Masiva -tanto la prensa escrita o la digital, como la radio, el cine y la televisión, entre otros múltiples sistemas, plataformas y soportes- hoy forman parte activa de todo el quehacer humano. Nada de interés social cursa al margen de estos vehículos del conocimiento. Acaso podría concretarse esta afirmación en el sentido de que, en la actualidad, no es posible que un acontecimiento de significación histórica pueda ocultarse frente a este ecosistema informacional complementado por la presencia creciente de las Redes Sociales. La mecánica de la vida social, en sus formas políticas, económicas, artísticas y culturales, requiere ante todo de la más plena y eficiente difusión de los hechos para alcanzar una respuesta colectiva capaz de hacerlos comprensibles, perdurables y conseguir los resultados previstos.

La población debe ser informada para superar los conflictos derivados de la ignorancia, la más grave forma del aislamiento.

Esta concepción de la Libertad de Expresión ha sido adoptada tanto en la Convención Americana de Derechos Humanos como en la Convención Universal de Derechos. También la Corte Interamericana en numerosos fallos se refirió a la importancia colectiva de este derecho fundamental al sostener que *“la libertad de expresión es una piedra angular en la existencia misma de una sociedad democrática. Es indispensable para la formación de la opinión pública... Es, en fin, condición para que la comunidad, a la hora de ejercer sus opciones, esté suficientemente informada. Por ende, es posible afirmar que una sociedad que no esté bien informada, no es plenamente libre”*.

#### **La Comunicación: Base de la Integración Universidad / Sociedad**

Los Medios de Comunicación de gran alcance son el nexo entre el acontecimiento y las comunidades: entre el acontecer y el conocimiento. Cumplen una doble función informativa y educativa cuya trascendencia social a veces no es suficientemente valorada. Todos y todas quieren servirse y disponer de dichos medios.

La influencia de los Medios de Comunicación Social es tal que no solo pone en contacto entre sí a las personas al participarles de asuntos para los cuales hay un interés común, sino que obra como un condicionante del futuro. La Universidad Pública, Gratuita, Laica, Inclusiva, de Calidad y Científica que pretende estar socialmente integrada a su contexto de referencia no puede ignorar esa realidad porque su indiferencia no solo la dejaría fuera del futuro sino, fundamentalmente, del presente de una comunidad que la requiere con sus demandas insatisfechas.

La responsabilidad de la Comunicación es así, ciertamente, preocupante. Solo una comunidad bien informada es capaz de obrar en libertad para darle fuerza y fundamento a las instituciones democráticas. La visión de los hechos le da sentido al Medio de Comunicación Social en un cuadro único que se distribuye simultáneamente a miles de seres. Por ello y en concordancia

con la función social de la Universidad, la información que esta proporcione debe estar ordenada teóricamente como para servir de imprescindible elemento de juicio para la reflexión crítica. A lo cual debe agregarse que los saberes que posee la Universidad no le pertenecen a ella sino a la comunidad.

Forma parte de lo que denominamos el Derecho a la Información y a la Comunicación.

Por su parte, la libertad del pensamiento traducida al Derecho a la Información tiene su propia causa valorativa. La libertad de estudiar, de investigar, de pensar, no debe ser privilegio personal del ser universitario ni global de la Universidad. Es un derecho de todos y de todas, de las ciudadanas y de los ciudadanos que con su trabajo diario hacen posible con esfuerzos invalorable la existencia de ese ámbito de reflexión.

La Universidad está dotada de condiciones que son inherentes a su misma existencia para cumplir eficazmente con la función de socializadora del conocimiento y la cultura generados en su seno y en el de la propia Sociedad. La integración entre ambas no se logra solo con la difusión de las actividades universitarias a través de los *Mass Media* preexistentes. En primer lugar, porque estos reflejan solo una parte de dichas actividades utilizando criterios de tratamiento de la información regidos por una lógica comercial que le es propia y en donde, además, para esas miradas, la Universidad no tiene por qué tener principalidad. Pero más importante aún es que esa lógica no permite que se cumpla el segundo y fundamental paso del proceso de integración: la respuesta de la comunidad, la interacción entre el medio y sus públicos, donde el intercambio permanente de estos roles hace que la Extensión Universitaria no sea una simple intrusión de la Universidad en la comunidad, un estímulo sin respuesta registrable sino una conjunción de acciones e intereses que van generando respuestas organizadas a la problemática social, regional y nacional.

### **¿Por qué una Radio Universitaria?**

Ya es clásico (aunque no exento de revisiones y actualizaciones necesarias) el paradigma con el que Charles Wrigth definió a los Medios de Comunicación Social caracterizándolos de acuerdo con el tipo de *Auditorio*, *Comunicación* y *Comunicador*.

El primero es grande, heterogéneo y anónimo. La segunda es breve, pública y transitoria. El tercero no actúa solo, sino que está inscripto en un complejo entramado con gran división del trabajo profesional.

Esta caracterización muestra con claridad la estructura de uno de los Medios de Comunicación Social más importantes como es la Radio. Pero la Radio a diferencia de otros medios es el ideal cuando se piensa en la mayor penetración posible de los mensajes. De sus numerosas ventajas podemos señalar las siguientes:

**a.-** El soporte de la información es la palabra oral que, por su propia naturaleza de ser vehículo cotidiano de Comunicación, llega a toda la población. Para este caso debe tenerse bien en cuenta la comparación con los diarios, las revistas, los periódicos y los portales digitales ya que la palabra escrita se enfrenta con el crónico problema del analfabetismo real o funcional.

**b.-** La cuestión económica, tanto para el enunciador como para el destinatario, es fundamental. Los costos que debe afrontar la comunicación escrita o televisiva comparados con los de la radiofónica son incuestionablemente más onerosos y, hasta a veces, prohibitivos. En cuanto al usuario de la Comunicación Radiofónica, desde la invención del transistor y su popularización en la década de 1950, el artefacto técnico tiene un costo mínimo, y está prácticamente al alcance de toda la población. En el escenario actual, por cierto, se suman otros recursos de índole digital que ayudan a ampliar el circuito de la Comunicación Sonora.

**c.-** Por las dos características antes mencionadas, la Radio tradicionalmente goza de una mayor receptividad en relación a los otros Medios de Comunicación. Esto se ha tratado de explicar de diferentes maneras, pero, aparentemente, se funda sobre todo en la menor distancia psíquica que se entabla en el proceso de la comunicación, característica intrínseca de la palabra articulada, expresión y sustancia de la de los insondables pliegues de la conciencia.

## **2º Parte(3)**

*“El concepto de Radio Educativa es suficientemente amplio y genérico para que cualquier definición resulte incompleta o estrecha. Si como señalara Alain Trutat, "la naturaleza misma de la cultura es ser no definible", a la Radio Educativa le sucede algo similar. Bajo esta denominación se agrupan modalidades radiofónicas muy diferentes: Instructiva, Comunitaria, Popular, Formativa... Todas ellas -eso sí- parecen compartir un rasgo común: intentan alcanzar objetivos no comerciales y se orientan especial y directamente hacia una finalidad de carácter social.(4)*

### **Arturo Merayo Pérez**

A muy poco de iniciar su recorrido, entre 1925 y 1937, nuestro Sistema Radiofónico fue diseñando las bases de su organización que se perfilará definitivamente con la creación de la *Red Oficial de Radiodifusión* que tuvo su origen en el plan de expansión mediático emprendido en 1948. Fue ahí cuando se determinó que el entramado radiofónico argentino estaría constituido por tres redes de gestión privada y una oficial. Y que la cabecera de esta última sería *LRA1 Radio Nacional*, denominación asignada a *LRA Radio del Estado*, a la que se sumaron, en un comienzo, más de una veintena de estaciones distribuidas en todo el territorio del país.

Vale precisar que el primer antecedente del *Servicio Oficial de Radiodifusión* se remonta a 1933; por entonces, el Poder Ejecutivo autorizó a la Dirección de Correos y Telégrafos a licitar públicamente el otorgamiento de una licencia de radiodifusión. Así, el 30 de mayo de 1934, mediante el Decreto 42.594, se otorgó esa concesión a la Empresa Editorial Haynes S.A. de capitales ingleses, cuyos directivos se reunieron en enero de 1935 con funcionarios de Correos y Telégrafos para considerar la ubicación y las características del equipo que, finalmente, inició sus transmisiones el 6 de julio de 1937.

Una de las más antiguas emisoras de la órbita estatal es *LS1 Radio Municipal de la Ciudad de Buenos Aires*, que se fundó el 23 de mayo de 1927 como *LOS Broadcasting Municipal*, en



virtud de una Ordenanza sancionada por el Concejo Deliberante de la Ciudad de Buenos Aires, que le fijó como objetivo fundamental transmitir las funciones del Teatro Colón, donde se instaló inicialmente.

Un poco antes que *Radio Municipal*, *LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata* se incorporó al éter radiofónico, hasta entonces gestionado de manera hegemónica por la iniciativa privada. La primera Radio Universitaria de nuestro país obtuvo el 26 de junio de 1925 un permiso otorgado por el Ministerio de Marina. Esa misma dependencia, el 21 de diciembre de 1925 le brindó al Estado bonaerense la licencia que, finalmente, se identificará como *LS11 Radio Provincia de Buenos Aires*.

Entre 1925 y 1937, entonces, la radiofonía argentina va asumiendo los rasgos propios del *sistema mixto* donde convivirán emisoras privadas comerciales con emisoras privadas no comerciales, emisoras municipales, provinciales y universitarias con otras gestionadas por el propio Estado argentino. De este último lote, por cierto, *Radio Nacional* fue una de las que protagonizó con mayor dosis de tensión un debate que atravesó buena parte de su historia y se extiende hasta nuestros días. A veces, se la caracterizó como *Radio Oficial*, en determinadas oportunidades como *Radio Estatal*, en muchas otras como *Radio Gubernamental* y, más recientemente, como *Radio Pública*.

Cada uno de esos debates exudó un clima de época que no se acotó al ámbito nacional sino que generó polémicas y cruces más o menos intensos en el campo académico latinoamericano durante las décadas del setenta y ochenta, se atenuó pero no extinguió durante los años noventa marcados por las rancias políticas neoliberales, y reapareció con saludable energía a comienzos del nuevo milenio. Menciones como *Interés Público* y *Servicio Público* polarizaron la atención de los foros ensimismados en desocultar las tramas de los *mass media* y su lugar en la sociedad.

Las líneas que siguen suman un repertorio abreviado de aspectos para debatir al momento de interrogarnos *¿De qué hablamos cuando hablamos de Radio Pública?* Que es lo mismo que

decir, como sostuvimos en la Primera Parte: *¿De qué hablamos cuando hablamos de Radios Universitarias?*

## Principios sobre los que se sustenta la Radio Pública

### Diversidad

Nuestra Nación fue construida sobre, y es producto de la **diversidad**. *Diversos* son los pueblos originarios que habitaron el territorio que hoy conforma nuestro país, cuyas culturas se mantienen vivas y que, después de siglos de sometimiento, hoy siguen reclamando sus plenos derechos. *Diversos* son también los pueblos que han terminado de definir nuestro perfil de Nación, arribados a nuestros puertos desde los cinco continentes.

Esa **diversidad** racial, lingüística, religiosa y cultural, que nos define como argentinas y argentinos, debe ser sostenida y revitalizada; más aún cuando la concentración del poder mediático en todo el mundo tiende a una homogeneización en el ámbito de la cultura, cuya función es la de acrecentar los beneficios en los sectores más concentrados del capital.

### Pluralismo

La **circulación plural de ideas y opiniones** en los medios de comunicación constituye una de las bases del sistema democrático. La Radio Pública no sólo tendrá la misión de difundir, en el marco de la mayor pluralidad posible esas ideas y opiniones, sino que asume el indeclinable compromiso de apoyarlas y promoverlas.

### Calidad

La Radio Pública define la **calidad** como una política permanente de la emisora. En este sentido, la **calidad** constituye una *búsqueda* que compromete a todas las instancias responsables de su planificación y gestión (tanto técnicas como periodísticas, administrativas o

de participación) y no como una meta definida sobre bases estáticas, ahistóricas y permanentes.

No hay un solo, unívoco, concepto de **calidad**, sino que el mismo surge, de manera dinámica, de las distintas miradas sobre la Radio. Por lo tanto, la **calidad** está estrechamente relacionada con otros principios enumerados en este texto, en especial el **pluralismo** y la **participación**.

### **Creatividad**

Los variados formatos estéticos constituyen el lenguaje particular en el que se expresan la **diversidad**, el **pluralismo** y la **integración cultural**. La Radio Pública entiende la **creatividad** como riesgo estético, siempre como una búsqueda permanente donde la experimentación, las innovaciones y los reciclamientos operen como guías ineludibles en la *praxis* diaria de la producción de contenidos.

### **Participación**

La Radio Pública es patrimonio de todos los ciudadanos y de todas las ciudadanas y, en consecuencia, éstos tienen el derecho como propietarios y como destinatarios de la programación, de participar en su gestión.

Entendemos a la **participación** como la capacidad de intervención de los distintos actores sociales sobre la propia emisora y en los distintos niveles de su organización. Por su parte, la Radio Pública implementará aquellos mecanismos que faciliten dicha participación de manera efectiva.

### **Profesionalismo**

La Radio Pública, en su accionar cotidiano, es recreada y sostenida por sus realizadoras y realizadores, ya tengan éstos una relación permanente o transitoria con la emisora.

El logro de los objetivos de la Radio, como el hacer efectivo cada uno de los principios que la sustentan, están íntimamente relacionados con las posibilidades de formación y capacitación que la emisora brinde a sus trabajadores y trabajadoras, a otras y a otros profesionales involucrados con la emisora en forma eventual y a las personas que potencialmente puedan estar interesadas en la producción y/o realización de contenidos, en aspectos técnicos, estéticos e informativos de la Radio.

### **Integración Territorial**

La organización de los medios comerciales está íntimamente relacionada con la configuración geográfico-poblacional del país, al menos a tres niveles:

- En la cobertura física de las emisiones, que privilegia las áreas de mayor densidad de población;
- En el tratamiento casi excluyente de las temáticas de interés para los habitantes de dichas áreas.
- En la concentración -aún más acentuada- de la producción de contenidos, generando desarrollo económico sólo en muy pocas ciudades.

La Radio Pública tendrá como misión desarrollar la **integración territorial** en los tres niveles indicados, bajo la premisa que es una responsabilidad ineludible del Estado la integración territorial, y hacerlo en todos sus aspectos.

### **Regionalización de la producción**

La **diversidad** como principio debe entenderse en relación con la viabilidad técnica y económica de una producción que la haga realidad.

La Radio Pública implementará mecanismos que fomenten la producción de contenidos entre distintas regiones del país, y por distintos actores, sean estos profesionales o no profesionales. Este aspecto no implica desconocer la configuración geográfico-poblacional del país ni afectar los principios de calidad aquí enunciados.

### **Integración cultural**

La Radio Pública deberá ser una expresión de la cosa común, de una experiencia compartida más allá de las diferencias geográficas, sociales, económicas o educativas.

### **Compromiso**

La Radio Pública es un conjunto de medios orientados hacia el interés general de la sociedad que lo financia y, naturalmente, debe respetar la lógica de los proyectos y de las políticas nacionales, regionales y supranacionales en los cuales el país se reconoce.

### **Independencia**

La **independencia** como principio está orientada a preservar a los trabajadores y a las trabajadoras de la Radio Pública en general, y a sus periodistas o productoras y productores informativos en particular, de presiones, intromisiones y/o cualquier otro mecanismo tendiente a limitar el accionar profesional, tanto desde el sector político como desde el sector económico.

### **Transparencia**

La Radio Pública, como parte integrante del Estado Nacional y financiada -ya sea parcial o totalmente- por el Tesoro Nacional, hará observar las leyes respectivas de la Nación en cuanto a la gestión de un organismo público.

Pero, además, y en consonancia con el principio de participación, la Radio promoverá el **acceso a la información** relativa a la emisora hacia todos los públicos.

### **Ética profesional**

El **bien común** es un interés supremo para un organismo del Estado, y es éste un principio general para el accionar de la Radio Pública. Este principio no puede ser interferido por intereses particulares, de la naturaleza que sean.

La publicidad comercial o institucional deberá estar separada de los contenidos en forma clara e inequívoca, y las fuentes de información deberán ser expuestas claramente.

### **Las Radios Universitarias: Un tipo de Radio Pública en el sistema argentino de medios**

A un Siglo de su fundación, las Radios Universitarias tienen el desafío de generar consensos sobre su función, dando a conocer su identidad y especificidad, sin someterse a los mecanismos de mercado, pero realizando una asignación eficiente de los recursos que las ciudadanas y los ciudadanos le asignan al sistema a través de los impuestos.

Las Radios Públicas Universitarias no son competitivas ni complementarias del resto de las emisoras que componen la oferta de medios en el país, sino que definen su identidad en función de los principios que la sustentan, ofreciendo una propuesta que debe constituir un parámetro para todo el sistema.

No son competitivas en el sentido que no están regidas por los mismos objetivos. No son complementarias porque no están destinadas a ocupar nichos específicos de poco o nulo interés para las emisoras comerciales.

Las Radios Públicas tienen vocación de masividad, pero en esa búsqueda no pueden resignar los principios que la rigen.

Como parte del Estado Nacional, financiadas totalmente o en parte con los recursos provenientes del Tesoro Nacional y, por ende, patrimonios de toda la ciudadanía, las Radios Públicas tienen la obligación de ser eficientes en el uso de los recursos asignados u obtenidos.

Las Radios Públicas Universitarias pueden obtener recursos a través de la publicidad, pero en ese objetivo no pueden resignar los principios de independencia, de objetividad en la información ni ningún otro eje descripto en este documento.

Todos los principios enunciados, pero especialmente los referidos a **pluralismo**, **creatividad**, **calidad** y **ética profesional** apuntan a constituir asimismo la base de un patrón de Radiofonía que signifique el umbral sobre el que se configura el Sistema Radiofónico Argentino.

En este sentido, dicho modelo tendrá tres funciones fundamentales:

- Elevar el nivel promedio de calidad del sistema, otorgando a las audiencias de manera directa o a través de su influencia en el resto de las emisoras, piezas sonoras de calidad y jerarquía en sentido amplio;
- Orientar la inversión publicitaria, dando a los anunciantes la posibilidad de pautar en propuestas alternativas a la estandarización imperante de formatos y temáticas.
- Ampliar las posibilidades de nuevas propuestas estéticas, de nuevos enfoques y de nuevas temáticas dentro de la radiodifusión.

En un marco de multiplicidad de emisoras, las Radios Públicas Universitarias deberán constituirse en un regulador del sistema radiofónico en los términos descriptos; un rol que es insustituible y específico de los medios del Estado, aun en tiempos ásperos como los que estamos atravesando.

Las sociedades modernas, con múltiples intereses y gustos, podrán encontrar en las Radios Públicas un medio dinámico, independiente, inclusivo y de excelencia, pero a la vez,

encontrarán en ellas la multiplicidad de expresiones que puedan fortalecer la necesaria cohesión que requiere una sociedad democrática.

Las crecientes movilidad y complejidad sociales deberán encontrar en las Radios Públicas Universitarias un espacio abierto que dé lugar al crecimiento y la búsqueda permanentes de nuevos horizontes, donde los obstáculos que limiten el pleno ejercicio de la libertad o de la igualdad puedan ser expuesto a la luz pública, debatidos y superados, con plena participación ciudadana y sin ataduras de ningún tipo.

### Notas

(1) Al anochecer del 27 de agosto de 1920 se realizó la primera emisión radiofónica en nuestro país. En ella participaron el doctor Enrique Telémaco Susini y un grupo de entusiastas colaboradores que compartían tanto las aulas de la Facultad de Medicina de la UBA como las largas noches de la bohemia porteña; ellos eran: Luis Romero Carranza, César José Guerrico y Miguel Mujica. Para tal fin, instalaron en la terraza del edificio un rudimentario equipo transmisor de no más de cinco vatios de potencia que difundió estoicamente la representación de la Ópera Parsifal, de Richard Wagner, programada para esa histórica velada por Wálter Mocchi y Faustino Da Rosa, los inquietos empresarios del Teatro Coliseo.

(2) “Tenemos el orgullo de tener la primera radio universitaria del mundo, esto es a partir del 23 de noviembre de 1923, el entonces presidente de la Universidad Nacional de La Plata, Dr. Benito Nazar Anchorena, dispuso la instalación de una oficina radiotelefónica de alta potencia, capaz de transmitir a todas las regiones del país las conferencias que se dictaran en el ámbito universitario, con el objetivo de contribuir a la labor de extensión que la Universidad realizaba. La instalación de la estación quedó completada poco tiempo después en terrenos del Colegio Nacional, realizándose, en ese momento, algunas transmisiones a modo de prueba. Radio Universidad Nacional de La Plata fue inaugurada oficialmente el 5 de abril de 1924, en el Salón de Actos del Colegio en un acto en el que también se dio inicio al ciclo lectivo de ese año. La ceremonia, encabezada por el presidente de la casa de estudios, se realizó en memoria del fundador y primer presidente de la UNLP, Dr. Joaquín V. González.”  
(<http://www.laplatamagica.com.ar/web/?q=node/70>)



(3) En la Primera Parte de este trabajo inscribimos a las *Radios Universitarias* en el espacio constituido por las *Radios Públicas*, ese universo compuesto por un ecosistema de medios destinados a ejercer plenamente el Derecho a la Comunicación, la Información y la Cultura de la ciudadanía. En esta Segunda Parte ampliamos la mirada acerca de las metas que debieran alcanzar este tipo de medios.

(4) "*Identidad, Sentido y Uso de la Radio Educativa*". Artículo publicado en el IIIº Congreso Internacional de Cultura y Medios de Comunicación. Ediciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, España, 2000, pp. 387-404.