

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO
DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES**

-Facultad de Ciencias Sociales -

Olavarría, 23 NOV 2016

Resolución de Consejo Académico Nro. 191 16

VISTO

La propuesta de la comisión asesora de la agencia de Noticias "Comunica" sobre un documento donde se define el perfil del medio de comunicación.

CONSIDERANDO

Que la Comisión Asesora de las Agencias de Noticias ha resuelto proponer al Consejo Académico la unificación y reformulación de las resoluciones: - Creación de las Agencias de Noticias Comunica y ZUM Res N° 160/11; - Manual Operativo para Agencias de Noticias Comunica y ZUM N° 160/12; por el siguiente documento.

Que se propone que los objetivos y acciones vinculadas a la Agencia ZUM sean reemplazados por el Observatorio de la Niñez y Adolescencia creado por Res N° 151/15.-

Que la agencia es un medio de comunicación digital de la Universidad pública destinada a producir contenidos periodísticos de interés social. Se inscribe como un nuevo espacio conformado por estudiantes, graduados y docentes de las carreras de Comunicación Social y Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales de Olavarría.

POR TODO ELLO,

En uso de las atribuciones conferidas por el Art. 35 del Estatuto de la UNCPBA aprobado por Resolución Ministerial 2672/84

**EL CONSEJO ACADEMICO DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA UNCPBA
RESUELVE**

Artículo 1: Aprobar el Documento que define el perfil de la Agencia de Noticias Comunica (Anexo)

Artículo 2: Regístrese, comuníquese, notifíquese y archívese.


Dr. Rafael Curtosi
DECANO
Facultad de Ciencias Sociales
U.N.C.P.B.A.

Definición del perfil de Agencia de Noticias Comunica – 2016

La Comisión Asesora de las Agencias de Noticias ha resuelto proponer al Consejo Académico la unificación y reformulación de las resoluciones: - Creación de las Agencias de Noticias Comunica y ZUM Res N° 160/11; - Manual Operativo para Agencias de Noticias Comunica y ZUM N° 160/12; por el siguiente documento.

Y propone que los objetivos y acciones vinculadas a la Agencia ZUM sean reemplazados por el Observatorio de la Niñez y Adolescencia creado por Res N° 151/15.-

PRIMERA PARTE

Encuadre del espacio:

La agencia es un medio de comunicación digital de la Universidad pública destinada a producir contenidos periodísticos de interés social. Se inscribe como un nuevo espacio conformado por estudiantes, graduados y docentes de las carreras de Comunicación Social y Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales de Olavarría. Este espacio es concebido desde una perspectiva plural y busca constituirse como un núcleo sólido para el desarrollo de actividades de producción de contenidos periodísticos, gráficos, fotográficos y multimediales.

Consideramos que la producción de contenidos periodísticos debe regirse por criterios pluralistas, fiables y socialmente relevantes. La agencia se propone aportar un enfoque de diversas temáticas en las que debate en torno a la realidad social a fin de que los lectores perciban la diversidad de voces que comprenden las noticias. Nuestra tarea es visibilizar y dar voz a quienes no tienen acceso a este debate, como establece la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N°26.522, para así garantizar sus principios democratizadores. En este sentido, acordamos con Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual:

- La promoción y garantía del libre ejercicio del derecho de toda persona a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura, en el marco del respeto al Estado de Derecho democrático y los derechos humanos, conforme las obligaciones emergentes de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y demás tratados incorporados o que sean incorporados en el futuro a la Constitución Nacional;
- La promoción del federalismo y la Integración Regional Latinoamericana;
- La difusión de las garantías y derechos fundamentales consagrados en la Constitución Nacional;
- La defensa de la persona humana y el respeto a los derechos personalísimos;
- La construcción de una sociedad de la información y el conocimiento, que priorice la alfabetización mediática y la eliminación de las brechas en el acceso al conocimiento y las nuevas tecnologías;
- La promoción de la expresión de la cultura popular y el desarrollo cultural, educativo y social de la población;
- El ejercicio del derecho de los habitantes al acceso a la información pública;
- La actuación de los medios de comunicación en base a principios éticos;
- La participación de los medios de comunicación como formadores de sujetos, de actores sociales y de diferentes modos de comprensión de la vida y del mundo, con pluralidad de puntos de vista y debate pleno de las ideas.

Objetivos generales:

- Consolidar a la agencia como un medio periodístico con una mirada atenta al contexto social de la ciudad y la región.

Objetivos específicos:

- Adoptar un lenguaje con una perspectiva de derechos y pluralista.
- Promover un sistema de información y difusión sobre diversas temáticas de carácter social y comunitaria.
- Fortalecer el rol del comunicador social y los periodistas en un medio y en la producción de noticias, atendiendo a las personas y a sus necesidades.
- Generar un servicio para los medios de comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales (Radio Universidad y FACSO Producciones); y externos/privados (diarios, portales, radios, magazines).
- Realizar producciones periodísticas en base a las investigaciones del Observatorio de Niñez y Adolescencia y/o coberturas especiales de interés social.
- Buscar una diversidad de fuentes y voces siempre que sean respetuosas de los derechos de todas las personas.
- Constituir un espacio de prácticas pre-profesionales y propiciar una articulación con diferentes cátedras.

Línea editorial:

La política institucional y el trabajo en torno a problemáticas sociales amplias y diversas, analizadas desde una perspectiva de derechos, constituye una línea de referencia insoslayable para la agencia. Se propone una agenda de actualidad en la cual las temáticas puedan pensarse y tratarse bajo un recorte distintivo y con un anclaje y proyección netamente periodística. Para ello se definen algunos ejes temáticos:

- Participación ciudadana;
- La defensa del sistema democrático;
- La protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes;
- La libertad de expresión en todos los ámbitos;
- La inclusión social;
- La igualdad de oportunidades;
- El trabajo y las políticas laborales;
- El respeto por la diversidad;
- Derechos humanos;
- Género;
- Educación.

SEGUNDA PARTE

Acerca del equipo:

- Consejo Asesor.
- Coordinación.
- Redactores/Prosumidores¹: Iniciales - Avanzados – Voluntarios – Prácticas pre-profesionales.

Consejo Asesor:

La conformación del Consejo Asesor está integrado por profesionales de la Facultad de Ciencias Sociales que representan claustros, departamentos de carreras, área editorial y gestión. Estará integrado por: Vicedecanato, Secretaría de Extensión Bienestar y Transferencia, un representante del Departamento de Comunicación Social; un representante del Departamento de Antropología, un representante del Departamento de Educación y un

¹ Véase García-Galera y Valdivia (2014) "Prosumidores mediáticos. Cultura participativa de las audiencias y responsabilidad de los medios" en *Comunicar. Revista científica de comunicación y educación*. En: <https://revistacomunicar.wordpress.com/2014/07/16/revista-comunicar-no-43-prosumidores-mediaticos/>

integrante del Centro de Estudiantes. Los responsables asignados serán avalados por resolución de Consejo Académico una vez por año. Las autoridades de la facultad integrantes del Consejo deberán ser los representantes ante la Universidad.

Funciones:

- Definir y analizar las líneas y contenidos de la agencia en general. Identificar líneas editoriales en relación a los fundamentos, objetivos y perfil propuestos y aprobados en la creación de la agencia.
- Informar a la coordinación y equipo sobre modificaciones y/o propuestas sugeridas sobre la línea editorial, contenido de producciones específicas y administración.
- Realizar las convocatorias para cubrir roles en la agencia.
- Proponer y conformar los jurados pertinentes para cada caso. Realizar dos veces por año evaluaciones al equipo de trabajo.
- Realizar aportes a las planificaciones que presente la coordinación y equipo a principio de cada año.
- Convocar a reuniones específicas o generales.
- Suministrar la estructura edilicia y de equipamiento.
- Auditar el cumplimiento del proyecto de la agencia y proponer los cambios que considere pertinente.
- Auditar el desarrollo de las producciones periodísticas.

Área Editorial

- Evaluar la coherencia editorial que denota cada temática propuesta, enfoque y nota para articular o adecuar al compromiso social que tiene la Facultad de Ciencias Sociales.
- Auditar los criterios editoriales establecidos para la Agencia y en caso de realizar alguna observación presentar un informe al Consejo Asesor.

Asesores Ad-hoc:

- Serán especialistas en una temática requerida.
- Podrán ser docentes, graduados y/o investigadores de la UNICEN u otras instituciones que tienen un importante conocimiento en la temática vinculada a la producción de un contenido específico. Los mismos serán propuestos por el Consejo Asesor, la Coordinación y/o los Redactores Avanzados.
- Guiará en el recorte de la producción y podrá sugerir posibles testimonios al respecto.

Coordinación:

Será un graduado, docente, investigador de la FACSO, o externo, que presente un perfil con experiencia en comunicación mediática, actividades de extensión universitaria (conocimiento de la realidad social y organizacional de la comunidad) y conocimiento de la agenda y/o dinámica de la FACSO y UNICEN. Su nombramiento se realizará a través de una convocatoria y se evaluará mediante el Consejo Asesor. Podrá permanecer en el rol no más de dos años con renovaciones en marzo/septiembre de cada año previa evaluación.

Funciones:

- Identificar temas sociales y de carácter periodístico para el armado de la agenda temática a corto y mediano plazo.
- Seleccionar fuentes pertinentes no sólo en relación a la temática sino a la formación, a la trayectoria y experiencia profesional.
- Promover el desarrollo y la formación de los redactores/prosumidores (iniciales y voluntarios) en el proceso de producción de las notas.



- Considerar las metodologías disponibles para poder cumplir con los objetivos específicos de los contenidos periodísticos: diversidad de fuentes, testimonios e informes de investigación en tanto y en cuando la temática y el enfoque corresponda.
- Corrección y edición de los contenidos periodísticos.
- Redacción de artículos especiales relacionados con la agenda institucional.
- Mantener un diálogo de carácter consultivo con el Consejo Asesor (de acuerdo a la temática).
- Entregar una planificación semestral donde se mencionen los objetivos generales propuestos y las temáticas transversales.
- Solicitar la entrega de material a cada redactor/prosumidor según el tiempo estipulado en las reuniones de sumario.
- Garantizar la circulación de los contenidos periodísticos en los medios de la FACSΟ y en los canales institucionales de la UNICEN.
- Notificar al Consejo Asesor cualquier situación que afecte las relaciones institucionales o los contratos de servicios.
- Responder a todos los requerimientos que desde Consejo Asesor se exija respecto a nuevas disposiciones, notificaciones, servicios a terceros, participación de la agencia en eventos académicos o sociales, cambios de estructura, informes, planificaciones, desarrollo de manuales operativos, contratación y evaluaciones.

Redactores/Prosumidores:

- Iniciales: Son estudiantes de la FACSΟ cuya labor será supervisada por la Coordinación. Adquieren una beca de hasta un año para formarse en este medio de comunicación con opción a renovación de acuerdo a su crecimiento y autonomía en la agencia.
- Avanzados: Quienes han superado su rol como redactor/prosumidor inicial y han demostrado un crecimiento en la práctica estarán considerados dentro de esta categoría. También podrán considerarse a graduados que demuestren experiencia en medios de comunicación (su ingreso será mediante una convocatoria). Quienes formen parte de este grupo tendrán períodos de un año con renovaciones automáticas en caso de ser propuestas por la Comisión Asesora y Coordinación.
- Prácticas pre-profesionales: Contempla las prácticas periodísticas que deban realizar los alumnos del nuevo plan de Comunicación (2014) y se prevé, además, la participación de estudiantes de Periodismo dentro de esta modalidad.
- Voluntarios: Son aquellos estudiantes que quieran colaborar con la agencia a través de producciones de cátedras (en este caso supervisado por el docente titular) o con propuestas independientes (guiados por la Coordinación). Participarán proponiendo temas, redactando en forma conjunta con otros integrantes o produciendo individualmente. Su ingreso podrá ser en cualquier momento del año. Su tarea se certificará a fin de cada año por pedido del Consejo Asesor al Académico.

TERCERA PARTE

Producción de contenidos²:

La agencia produce los siguientes contenidos periodísticos: crónicas, crónicas transmedia, reportajes informativos, entrevistas y coberturas especiales en formato multimedia.

² La misma es una re-actualización del Manual Operativo de la Agencia de 2012.



Las estrategias de gestión de contenidos trabajarán en la comunicación digital haciendo énfasis en lo semiótico y atendiendo a los nuevos modos de vinculación con los lectores y usabilidad de las redes sociales. Estos contenidos tendrán un seguimiento de trabajo propio de la dinámica de la agencia.