

**SERVICIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN**  
**DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA S.A.**  
(con participación estatal mayoritaria)

**MEMORIA ANUAL**

**AÑO 2021**

## CONTENIDOS

a) Composición Accionaria	2
b) Autoridades	2
c) Introducción	3
d) Área Administrativa Financiera	4
e) Área Televisión	10
f) Área Radios	12
g) Área Contenidos	14
h) Área Editoría de Género	16
i) Área Técnica	20
j) Área Tecnologías Informáticas y Comunicaciones	22
k) Área Comercial	23
l) Área Personal	24

## **ACCIONISTAS**

Universidad Nacional de Córdoba	99%
Municipalidad de Bell Ville	1%

## **AUTORIDADES**

Presidente:	Ing. Manuel Javier San Pedro
Vicepresidente:	Mgtr. Jhon Darío Boretto
Directoras Titulares:	Dra. Mariela Lucrecia Parisi Mgtr. Patricia Altamirano Mgtr. Luis Edgardo Recalde *1
Directores Suplentes:	Mgtr. Ana Mohaded Ing. Pablo Genaro Antonio Recabarren Sr. Daniel Colautti *1
Comisión Fiscalizadora: Síndicos Titulares:	Dr. Hugo Alejandro Carcavallo Cra. Mirta Teresa Albamonte Cr. Angel Enrique Rodríguez
Síndicos Suplentes:	Cr. Daniel Alejandro Spinosa Dra. María Angélica Vázquez Cra. Claudia Villavicencio

\*1 En Representación del Personal

## INTRODUCCIÓN

En el ciclo 2021 continuaron los múltiples efectos generados por la pandemia mundial de Coronavirus (originada un año atrás) y los cuidados sanitarios correspondientes que obligaron a extender medidas administrativas y laborales para cumplir con los requerimientos que obligan al funcionamiento de una empresa de medios de comunicación.

El conocimiento de los riesgos sanitarios operó en favor de la mejora de los cuidados del personal y autoridades, porque si bien hubo picos de contagio que involucraron a dependientes y contratados de los Servicios de Radio y Televisión de la UNC SA, se avanzó en aspectos como concientización de la problemática y aplicación de las vacunas disponibles en los centros de salud por parte de casi la totalidad del personal.

Con el avance del período se fueron reincorporando a la actividad presencial, empleados que habían modificado su prestación habitual por imperio de la presencia del Covid, aunque esa decisión resultó parcial, ya que se debieron mantener esquemas de rotación y coberturas de puestos de trabajo vinculados con contagios y declaración de contactos estrechos, tal como ocurrió en el resto de la actividad de los medios.

En el plano general, la economía del país tuvo una leve mejora con relación a las fuertes caídas del período 2020, aunque esa situación recién fue visible hacia el final del período en lo concerniente al mercado de inversión publicitaria, con una leve suba en los niveles de ingresos.

Los ingresos en 2021 alcanzaron los seiscientos ochenta y un millones con 900 mil pesos (\$681.900.000), cuyo componente principal resultó el aporte realizado por la Universidad Nacional de Córdoba, a partir de la decisión del Consejo Superior y con el aval del rector, Dr. Hugo Juri, que alcanzó la cifra de cuatrocientos millones de pesos (\$400.000.000); el Estado nacional giró cien millones de pesos (\$100.000.000) y los ingresos propios alcanzaron los ciento ochenta y un millones con 900 mil pesos (\$181.900.000).

Estas cifras muestran el crecimiento del aporte universitario que, en el período anterior fue de doscientos cuarenta millones de pesos (\$240.000.000), y a pesar de una serie de gestiones institucionales y administrativas, no permitió elevar demasiado el aporte federal, cuya alza se ubicó en un 7% anual, porcentual que se encuentra lejos en relación con los números oficiales de la inflación anual en el país y a los porcentajes de incrementos otorgados a otros medios de comunicación.

Con relación a los ingresos propios, hubo un aumento superior a los sesenta millones de pesos (\$60.000.000) en comparación al ciclo anterior, ayudado por la inversión publicitaria oficial (tanto del Gobierno de la provincia de Córdoba como de la Municipalidad de la ciudad de Córdoba), fundamentalmente.

En cuanto a las erogaciones que se efectuaron en el corriente período, alcanzaron la cifra de seiscientos treinta millones con 910 mil pesos (\$ 630.910.000), con un total de quinientos cuarenta y dos millones con 720 mil pesos (\$542.720.000) que correspondieron al pago de remuneraciones al personal de planta y contratados de SRT, donde hubo que hacer frente a los aumentos salariales acordados por los gremios con representación en el Multimedio, que superaron el 45% anual.

Los Servicios No Personales demandaron un gasto de cuarenta y nueve millones con 770 mil pesos (\$ 49.770.000); Impuestos más Derechos obligó a un egreso de veintitrés millones con 290 mil pesos (\$ 23.290.000) y Bienes de Consumo, generó un gasto de dos millones con 800 mil pesos (\$ 2.800.000).

En cuanto a las inversiones realizadas durante 2021, alcanzaron la cifra de doce millones con 350 mil pesos (\$12.350.000), para poder reemplazar equipamiento y cumplir con los mantenimientos de la tecnología implantada en la empresa.

De esta manera, el resultado favorable del período fue de cincuenta millones con 990 mil pesos, alentada por los ajustes realizados y la mejor producción en las ventas en los últimos meses del año.

No se hicieron modificaciones sustanciales en las programaciones de radio tanto en AM como en FM. Los proyectos que se tenían previstos en el área televisiva debieron ser acomodados a la realidad que permitió la pandemia.

## **ÁREA ADMINISTRATIVA FINANCIERA**

### **A - De la gestión presupuestaria**

En la continuidad de las premisas instauradas desde su comienzo por la actual gestión, se siguió impulsando con firmeza la obtención de mayores ingresos por ventas y una activa intervención de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) como accionista mayoritario, de manera tal de poder mitigar la licuación que se ha venido produciendo en los Aportes del Tesoro Nacional, y así otorgar a los Servicios de Radio y Televisión (SRT) una mejor base de sustentabilidad y previsibilidad en el tiempo.

Las distintas solicitudes de crédito adicional cursadas a la Oficina Nacional de Presupuesto del Ministerio de Economía de la Nación, por vía del Ministerio de Educación, no tuvieron respuesta (EX-2021-12609174- -APN-DPRESU#ME de fecha 12/01/21 y reiteración de fecha 28/07/21). Las mismas habían sido formuladas por la suma de pesos doscientos treinta millones (\$ 230.000.000) como transferencias corrientes y la suma de pesos diez millones (\$ 10.000.000) como transferencias de capital.

Dicha solicitud también fue acompañada por una nota dirigida a la Presidencia de la Nación firmada por el Rector de la Universidad Nacional de Córdoba, el

Vicerrector y por todos los Decanos y Decanas (EX-2021-70394679-APN-CGDYAIP#JGM, de fecha 04/08/21), pero el incremento solicitado no fue asignado, poniendo en riesgo cierto la continuidad operativa de la empresa.

Ante la falta de respuesta del Estado nacional, la Universidad Nacional de Córdoba, con acuerdo del Consejo Superior, asignó para el último cuatrimestre de 2021, una partida adicional para cubrir las remuneraciones del personal por la suma de pesos doscientos veinte millones (\$220.000.000), con financiamiento de recursos propios, que sumaron a la partida de pesos ciento ochenta millones (\$180.000.000), que ya había sido transferida en el primer semestre.

El crédito de Transferencias Directas Corrientes de la Administración Central del Presupuesto 2021 (En la Jurisdicción 91 - Obligaciones a cargo del Tesoro Nacional - Programa 75 - Asistencia Financiera a Empresas Públicas y Otros Entes del Ministerio de Educación -Subprograma 0- Fuente 11 Tesoro Nacional) fue de pesos cien millones (\$100.000.000,00) en el Inciso 5-5-2 Transferencias para Gastos Corrientes-Partida Subparcial 153. Al igual que en el ejercicio 2020, no hubo crédito de la Administración Central para Gastos de Capital.

Las Transferencias para gastos corrientes se aplican siempre en su totalidad para el pago de remuneraciones. En el ejercicio 2016 se podía cubrir el 75% de las remuneraciones con las transferencias del Estado nacional, en tanto que para 2022, el monto reconducido del presupuesto 2021 (en virtud del artículo 27 de la Ley 24156 y el Decreto 882/2021), apenas cubriría el 13%. Lo expuesto puede observarse en el siguiente cuadro:

AÑO	TRANSFERENCIAS TESORO NACIONAL	% REMUNERACIONES CUBIERTO POR TGN	TOTAL REMUNERACIONES
2016	102.500.000	75%	137.530.584
2017	82.509.000	46%	177.729.288
2018	86.509.000	39%	222.943.482
2019	93.000.000	33%	285.962.871
2020	93.000.000	24%	389.702.282
2021	100.000.000	19%	542.718.910
2022	100.000.000	13%	750.000.000

Nota: Los importes corresponden a Transferencias Corrientes. Remuneraciones 2022 estimada 2021 total financiero y el resto de años s/contabilidad.

Sigue quedando como materia pendiente que los SRT puedan lograr un monto de crédito presupuestario de transferencias, tanto en el presupuesto de la UNC, como en el Estado nacional, de manera permanente con actualizaciones anuales que cubran el saldo no financiado o déficit operativo, por lo que se deberán continuar las gestiones pertinentes para ello y así asegurar la sustentabilidad del multimedio en el futuro.

En la conformación y definición del Presupuesto 2021 se había trabajado, como en otros ejercicios, con un marcado criterio de racionalización y contención de gastos, no obstante, es importante mencionar que cerca del 85% del gasto total está constituido por las remuneraciones del personal que están atadas a los acuerdos de paritarias (nacional y provincial). En ese aspecto debe mencionarse que en los SRT conviven cuatro gremios: SAT (Sindicato Argentino de Televisión), AATRAC (Asociación Argentina de Trabajadores de las Comunicaciones), SAL (Sociedad Argentina de Locutores) y CISPREN (Círculo Sindical de Prensa), existiendo además personal jerárquico no convenionado, que a efectos de sus remuneraciones, sigue las pautas de actualización de la UNC de acuerdo a lo dispuesto oportunamente por el Directorio.

Hay servicios que se encuentran tercerizados para evitar mayores costos de personal, como son los casos de: Limpieza, Seguridad, Móviles Informativos (traslados de cronistas), Medicina Laboral, Seguridad e Higiene del Trabajo, Mantenimiento de Espacios Verdes, Desinfección, Archivo, Cadetería y Cantina, impulsando además regularmente las licitaciones, concursos de precios o consultas de ofertas que correspondan, con el objeto de conseguir el mejor precio y la posibilidad de cubrir sus costos mediante el canje publicitario.

En el siguiente cuadro puede observarse la ejecución, con base financiera, del ejercicio 2021 y la participación relativa, tanto de los conceptos de egresos, como de ingresos:

SRT DE LA UNC SA		
Concepto	EJECUCIÓN FINANCIERA 2021	
Ingresos Corrientes		Participación
Transferencias TGN	100.000.000,00	0,15
Transferencias UNC	400.000.000,00	0,58
Fondos Propios	181.900.000,00	0,27
Total Ingresos Corrientes	681.900.000,00	
Ingresos de Capital		
Transferencias TGN	0,00	
TOTAL INGRESOS	681.900.000,00	
Gastos Corrientes		
Servicios No Personales	49.770.000,00	0,0789
Impuestos + Derechos	23.290.000,00	0,0370
Bienes de Consumo	2.800.000,00	0,0044
Remuneraciones	542.720.000,00	0,8602
Total Gastos		
Inversiones	12.350.000,00	0,0195
TOTAL EROGACIONES	630.910.000,00	
RESULTADO	50.990.000,00	

Nota: Montos con IVA donde corresponde. En Fondos Propios los ingresos por ventas están netos de descuentos, bonificaciones y comisiones y no se incluyen los del Canje Decretos 852/14 – 2379/15

## El Resultado cubre el Déficit que empieza a generarse en Enero 2022

Con el resultado operativo financiero y parte de deuda por Contribuciones SUSS, se decidió, con acuerdo del Presidente y del Director en Representación del Personal, constituir un fondo de reserva transitorio con el objeto de no correr riesgos respecto del pago de remuneraciones y de gastos operativos imprescindibles para el normal funcionamiento, en razón de la imprevisibilidad respecto de la forma en que pudieran llegar los fondos. Al efecto se constituyeron inversiones transitorias y conservadoras en plazo fijo, con el fin de atenuar la erosión sobre dicho fondo de reserva por los efectos de la inflación.

En el transcurso del ejercicio se fueron generando desde la Gerencia distintos informes de ejecución presupuestaria para un adecuado seguimiento y control de gestión, con el objeto de formular y sustentar los distintos planes de acción y para apoyar las gestiones realizadas por las autoridades para la obtención de fondos.

La asistencia financiera de la Universidad permitió abonar en tiempo y forma al personal, locaciones de servicios, pasantías y todas las retenciones de la Seguridad Social -SUSS- y de Ganancias -Sicore-, las Asignaciones Familiares, los planes de pagos y los intereses, punitivos, mora u otros conceptos sobre deuda de AFIP cancelada.

Respecto de los gastos de capital, a pesar de que no hubo Transferencias para Gastos de Capital de la Administración Central, fue posible ejecutar algunas inversiones en mejoras edilicias, las inversiones de sostenimiento que se detallan en los capítulos técnicos y la reposición de puestos de trabajo que se encontraban obsoletos.

Siguen quedando pendientes, por falta de fondos suficientes, algunas inversiones de relevancia tales como la construcción de la red hidrante para incendios (necesaria para lograr la habilitación municipal de negocios correspondiente); el recambio de varios tableros eléctricos de alimentación de antigua data y el reemplazo de vehículos de las áreas de Intendencia y Técnica por obsoletos, entre otras vinculadas a esta área, más otras que están bajo la órbita de las áreas técnicas.

Se continuó, en el ejercicio 2021, regularizando deuda impositiva y previsional en el marco de los Decretos 852/14; 2379/15 y 345/16 (Canje por pauta publicitaria del Estado nacional), iniciada en ejercicios anteriores con la adhesión también al Decreto N° 1145/2009. Los números vinculados a esta operatoria se detallan en el Análisis de los Estados Contables.

### **Perspectivas 2022:**

Continuar impulsando una activa intervención del Sector Público tanto de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), como del Estado Nacional, para que, ya sea por incremento del crédito presupuestario permanente o mediante otros medios que se consideren oportunos y convenientes, se pueda cubrir el déficit operativo y así otorgar a estos Servicios de Radio y Televisión (SRT) una base

de sustentabilidad y previsibilidad en el tiempo para la oportuna planificación y ejecución de los planes de producción y de inversión.

Los SRT continuarán con la premisa de seguir obteniendo mayores ingresos por ventas, la contención de gastos operativos y la continuidad de rescisiones de contratos de trabajo por mutuo acuerdo que permita generar ahorros extras en el rubro Remuneraciones.

No resulta un tema menor mencionar que, al no haberse aprobado en el Congreso el presupuesto 2022, se regirá por las disposiciones de la Ley N° 27591 de Presupuesto General de la Administración Nacional para el ejercicio 2021 de acuerdo a lo establecido por el artículo 27 de la Ley 24156 y el Decreto 882/2021. Las transferencias del Estado Nacional tuvieron un crédito vigente para el presupuesto 2021 de pesos cien millones (\$ 100.000.000) para gastos corrientes y pesos cero (\$0) para gastos de capital cuando la Oficina Nacional de Presupuesto había establecido un techo mayor en la suma de pesos ciento treinta y cinco millones doscientos mil (\$135.200.000) para transferencias corrientes y de pesos diez millones (\$10.000.000) para transferencias de capital. A su vez, en oportunidad del tratamiento del proyecto de ley en la Comisión de Presupuesto, se había agregado a dichos créditos, transferencias corrientes por la suma de pesos doscientos millones (\$ 200.000.000) (Planilla Anexa al Art. 118 del Proyecto de Presupuesto).

## **B - De la gestión administrativa**

### **Ejercicio 2021:**

- Se brindó la colaboración necesaria con el objeto de optimizar la preparación y el envío de información de gestión oportuna y confiable a organismos como la Oficina Nacional de Presupuesto, el Ministerio de Educación y al propio accionista mayoritario, la Universidad Nacional de Córdoba.

- Se mantuvo la interacción continua con las áreas Técnica, TIC, Intendencia, Redacción Multiplataforma y Producción de TV para tomar contacto con todas las necesidades y poder fijar las prioridades para programar las acciones adecuadas para satisfacerlas con el objeto de que la empresa opere de manera eficaz de acuerdo a las pautas establecidas por la Gerencia General o el Directorio.

- En el mes de noviembre se pudieron restablecer las reuniones del Comité de Higiene y Seguridad en el Trabajo, las que habían sido suspendidas a causa de la pandemia de coronavirus, que impuso otra lógica de trabajo. Dicho Comité es un ámbito creado por la Gerencia para que el personal, a través de sus representantes, pudiera llevar distintas inquietudes en materia de higiene y seguridad para dar un marco más adecuado y ágil en la búsqueda de soluciones.

- Se continuó en 2021 con la coordinación de la logística necesaria para contar permanentemente con todos los insumos necesarios para la prevención del

coronavirus, las adecuaciones de los puestos de trabajo y la presencia semanal del asesor externo de Higiene y Seguridad, quien mediante un listado elaborado en conjunto, realizaba un check list de cumplimiento de las medidas adoptadas en el protocolo.

- Se generaron mas de 120 Órdenes de Compra, las que tuvieron su origen en los distintos procesos previstos para las compras, tales como Compulsas Abreviadas de Precios, Consulta de Ofertas y Concursos Privados, respetando en cada caso el encuadramiento establecido por el Directorio.

- Se continuó trabajando en la despapelización e instrumentación de procedimientos y circuitos digitalizados.

También constituyó un aspecto importante de la gestión del área, la continuidad en el avance de las soluciones sobre las fallas edilicias, mejoras en la infraestructura e instalaciones y adopción de medidas de seguridad e higiene, tales como:

Ejecutar otra etapa de reemplazo de luminarias existentes a vapor de sodio o descarga o fluorescente, en distintos sectores de la empresa, por luminaria led para un menor consumo y mayor rendimiento.

Dar solución a las observaciones expuestas en los informes del servicio externo de Higiene y Seguridad.

Conservación de todas las luces internas, perimetrales y de emergencia, sensores de alarma de incendio, aires acondicionados y pintura de seguridad necesarias de acuerdo a la normativa.

Limpieza continua de techos, desagües y canaletas con el objeto de minimizar las posibilidades de colapso ante copiosas lluvias.

Ejecución de un estricto plan de desinfección y desinsectación, control de carga de matafuegos y reemplazo de filtros en dispenser y AA.

Mantenimiento general en el predio de la empresa, incluido el control de malezas, podado de arbustos y árboles, colocación de nuevas especies, recambio de plantines y cortado del césped.

Remoción del techo de chapa en el escenario del anfiteatro, que al volarse constituían un serio riesgo para terceros.

Recambio de cañerías pluviales del Estudio I.

### **Perspectivas 2022:**

Han quedado pendientes para el ejercicio 2022 por distintas circunstancias:

Identificar y actualizar el registro de todos los bienes que conforman el inventario de la empresa.

Impulsar un mecanismo para la suscripción en tiempo y forma de todos los contratos de programas y convenios, utilización de firma digital y comunicación por sistema a todas las áreas involucradas.

Impulsar la aprobación del Reglamento de Compras que en su origen recibió los aportes del Encargado de Compras, del Auditor Interno, de la Asesora Legal y de la Dirección Obrera y que ya fue presentado al Directorio y se agregaron las observaciones realizadas por la Sindicatura.

Impulsar la aprobación del Organigrama de la sociedad para un cabal conocimiento interno y externo de la organización.

Diseñar, definir con las áreas involucradas y ejecutar un procedimiento para todas las modalidades de canjes que ingresan.

Avanzar junto a TIC y la Gerencia de Contabilidad y Cuentas Corrientes en el reemplazo del sistema de gestión administrativa actual (AS400) por las continuas falencias que el mismo presenta en razón de su obsolescencia

Impulsar una solución definitiva para el predio de la ciudad de Villa Nueva donde funcionaba la repetidora y donde actualmente permanece la torre que la contenía con graves deterioros en su estructura.

Por otra parte, en relación a las falencias edilicias, mejoras en la infraestructura e instalaciones y adopción de medidas de seguridad e higiene, quedaron pendientes para su ejecución en el ejercicio 2022:

Instalación del Sistema Hidrante de Incendios.

Recambio de tablero eléctrico de alimentación en Radio.

Recambio de tablero de alimentación general en sala de ingreso de energía principal.

Continuar con otra etapa de reemplazo de luminarias antiguas por luminarias Led.

Reemplazo de vehículos del área de Intendencia por obsoletos.

Colocación de una barrera automatizada en Guardia para el ingreso y egreso.

Ampliación de Cocheras para el personal.

Remodelación del Edificio de Transmisores de Radio.

Resolver el problema estructural que representa el techo parabólico sobre las áreas de Transmisión y Producción de TV.

Tanto en la gestión específica de naturaleza presupuestaria, como en los aspectos operativos propios de la gestión administrativa, tiene relevancia el financiamiento adicional a los ingresos por ventas que aporten la Universidad Nacional de Córdoba y la Administración Nacional, para brindar seguridad a la normal y habitual operación de la empresa.

Sólo con dicho apoyo, que complementa los esfuerzos propios, se podrán plasmar los objetivos institucionales trazados por el Directorio que permitirán consolidar a esta sociedad como un medio de comunicación público y universitario, de carácter plural.

En ese contexto, no debe perderse de vista que los SRT son un medio público que además de su fin de lucro, debe transmitir y generar valores y conocimientos y propender al desarrollo cultural de la población, la defensa de los derechos humanos y el afianzamiento de la democracia.

## **ÁREA TELEVISIÓN**

### **A- Acciones centrales y relevantes llevadas a cabo en el año 2021**

1- Continuando con la interacción entre la UNC y los SRT, durante el 2021 realizamos en coproducción diferentes actividades de relevancia para ambas instituciones.

En ese marco, entre el 06 y el 14 de octubre desde los SRT organizamos, estructuramos y realizamos televisivamente los debates de las candidaturas a los Decanatos de la UNC de la Facultad de Filosofía y

Humanidades, Ciencias de la Comunicación, Arquitectura Urbanismo y Diseño, Ciencias Exactas, Psicología y Odontología, además de un programa especial con las facultades que tuvieron candidaturas únicas, donde pudieron presentar su plataforma electoral.

En el mismo sentido, una vez más, transcurrió en las distintas plataformas de los SRT la campaña electoral de la UNC con spots en los cortes de Canal 10 y Canal U y diferentes espacios en la programación de ambos canales.

- 2- El 22 de octubre fue el cierre de la votación de los Decanatos de la UNC, por lo que en Canal 10 y Canal U se realizó la transmisión en vivo del escrutinio y se obtuvo la palabra de todos quienes fueron electos en el cargo.
- 3- Durante el 2021 se realizaron elecciones legislativas en dos instancias, las PASO y la elección final de quienes deben ocupar las bancas, Canal 10 realizó el operativo elecciones, como es habitual, con móviles en vivo y puesta en piso para informar a los cordobeses de lo acontecido en ambas jornadas.
- 4- La Secretaría de Innovación junto a las Secretaría de Asuntos Estudiantiles de la UNC y los SRT organizaron el evento TEDx en donde disertaron estudiantes, docentes, no docentes y graduados de la UNC.  
La consigna principal fue “¿Qué necesita el futuro de nosotros y nosotras?”, en un evento televisado y realizado por primera vez en un estudio de televisión.
- 5- Por segunda vez los SRT participaron en “La noche de los museos” que organiza cada año la UNC. En el 2021 fue una transmisión especial en vivo con móviles en los distintos nodos y Museos de la Universidad.
- 6- Desde la Gerencia de Producción de TV se continuó con la participación activa en el Consejo Federal de Televisión Pública, siendo parte de manera presencial en la primera reunión realizada luego de la pandemia en CABA y trabajando en la Comisión de Contenidos del Consejo.  
Esto permite a los SRT participar de la diagramación de la grilla del Canal Mirador (Canal de TDA que nuclea contenidos de los canales públicos de todo el país) pudiendo tener visibilidad nacional los contenidos de los SRT. Además, a través del Consejo se está pidiendo equipamiento para todos los canales públicos. Parte de los beneficios de ser parte de este grupo es que tenemos autorización para emitir en nuestras pantallas diferentes eventos de interés nacional e internacional, como los partidos de las eliminatorias del Mundial de Qatar 2022, recitales y eventos especiales.
- 7- Hemos obtenido nominaciones a los Martín Fierro Federal a mejor programa de entretenimientos por “Pailos bar” y mejor participación periodística para Yanina Soria por el programa “Día 7”, que se emite por nuestra pantalla, esta última obtuvo el galardón.
- 8- Hemos tenido diversas transmisiones especiales que le dan visibilidad a la cultura, como los premios CIEyA; el recital Homenaje a Charly García; etc.

#### **B- Principales objetivos para el 2022**

- 1- Continuar trabajando con las demás áreas intervinientes en nuestras plataformas audiovisuales en el mismo compromiso por parte de todos, entendiendo que la responsabilidad de la emisión al aire de nuestros

- canales es conjunta.
- 2- Que nuestros productos audiovisuales tengan visibilidad a nivel nacional haciendo hincapié en la calidad de contenidos que producimos como canal público y universitario.
  - 3- Perfeccionar la estrategia de difusión de los contenidos tanto de Canal 10 como de Canal U en todas las plataformas de los SRT.
  - 4- Aumentar nuestra producción de contenidos teniendo en cuenta que se puede comenzar a normalizar nuestro funcionamiento luego de la cuarentena de años anteriores.
  - 5- Seguir afianzando nuestra participación en el Consejo Federal de Televisión Pública, teniendo en cuenta que gracias a pertenecer a este colectivo, entre otros eventos, tendremos los derechos para emitir el Mundial de Fútbol Qatar 2022 y en base a esto, pensar contenidos para nuestras grillas relacionados con este evento deportivo.
  - 6- Durante el 2022 Canal 10 estará cumpliendo 60 años, por lo que tendremos que realizar una campaña y programación con el objetivo de resaltar la importancia de nuestro canal en la historia de los cordobeses y celebrar el aniversario.

## **ÁREA RADIOS**

Se realizó un trabajo de coordinación general para las 3 radios (AM LW1; FM 102,3 y FM 88.5) a cargo de Martín Notarfrancesco, Secretario de Redacción a cargo de los Contenidos y Romina Seyral, encargada de la gestión administrativa de las emisoras. Se debieron ajustar las gestiones para mantener algunos programas con desarrollo virtual, donde los conductores estaban trabajando desde sus hogares, mientras que en el estudio estaban operador y locutores/as, para hacer frente a los requerimientos que generó la pandemia. Avanzado el año se fue normalizando la presencia de trabajadoras/es en la planta de SRT, con medidas de bioseguridad que así lo permitían. Los principales hitos del período estuvieron centrados en lo siguiente:

- Redefinición de la grilla de programación de la AM y FM con la incorporación de propuestas sustentables y valiosas para el proyecto comunicacional radiofónico de los SRT, que incluyeron reuniones con espacios nuevos y aquellos a los que se les solicitó cambios de horario, de formas o contenido. Asimismo, se desarrolló un proceso de evaluación y seguimiento de los distintos programas que conforman las grillas de las radios. En un primer momento, acotado a las nuevas propuestas que ingresaron en el año 2021.
- Puesta en marcha de una política institucional tendiente a reforzar la equidad y la perspectiva de género en la programación de las radios.
- Armado y diseño de una plataforma de podcast para los SRT alojada en la página web de [www.cba24n.com.ar](http://www.cba24n.com.ar). Para esto se ha organizado un equipo de producción y edición de podcast, que se realizan de manera habitual con autores asignados, y otros que se producen para determinadas fechas importantes del calendario anual.
- Renovación de las piezas artísticas sonoras de las radios y de los programas, incluyendo voces femeninas y masculinas.

- Diseño de una campaña de difusión en redes con nuevas imágenes y gráficas de los programas de las radios, en articulación con Arte y Diseño de los SRT.
- Diseño y elaboración de micrositiOS web para cada uno de los programas en la página de Cba24n. Estos espacios permitirán ofrecer contenidos específicos, seleccionados y alojados en un reproductor, para cada espacio radiofónico. Trabajo coordinado con equipo de soporte informático, arte y diseño y redes.
- Convenio con el Ministerio de Cultura de la Nación para emitir los programas de Sonido Cultura y los eventos culturales del CCK.
- Producción del ciclo audiovisual “Desde Adentro” realizado en conjunto con Canal 10 que permitió la creación de videos clips con artistas consagrados y emergentes de Córdoba.
- Realización de producciones especiales para las radios durante fechas especiales del calendario (8M, 24M, 2 de Abril, 1 de Mayo, 9 de Julio, 12 de Octubre, 17 de Agosto, 70 años de Charly, Navidad y Año Nuevo).
- Elaboración de un nuevo esquema de organización para el área de Musicalización, con reasignación de tareas y horarios, incorporación de nuevas tecnologías y cronograma anual.
- Selección y distribución de pasantes en áreas y roles de las radios.
- Coordinación con Cba24N para la publicación periódica de notas sobre novedades y producciones desarrolladas por las radios de los SRT.

### **Principales objetivos a desarrollar durante el 2022**

- Diseño de nuevas piezas para la imagen institucional de las radios de los SRT.
- Refuerzo de producciones especiales para fechas importantes y piezas audiovisuales para redes.
- Generar eventos y actividades desde las radios y sus diferentes espacios para propiciar encuentros con las audiencias y visibilizar nuestra propuesta.
- Seguimiento y evaluación periódica de los programas que se insertan este año en las grillas de las radios, en un primer momento, para luego continuar con otros segmentos con mayor trayectoria.
- Elaborar un plan de trabajo coordinado con diferentes áreas de los SRT para fortalecer las estrategias transmedias e integrales.
- Sistematizar informaciones acerca de las audiencias para ir elaborando un estudio cualitativo.

## **ÁREA DE CONTENIDOS**

### **Gestión institucional**

-PostPandemia: buena parte de los esfuerzos institucionales se centraron en lograr el funcionamiento cotidiano y sostener nuestras programaciones. Durante el 2021 pasamos por distintos estadíos sanitarios, lo que obligó a adaptar el funcionamiento de la redacción con tareas presenciales, remotas y mixtas. Estas experiencias también dejaron un aprendizaje colectivo y se ganó flexibilidad hacia adentro de los equipos de trabajo. Hoy es más simple gestionar estas situaciones, donde ya quedaron asimiladas dinámicas que combinan presencialidad y trabajo remoto, sin afectar los productos.

- Nuestras plataformas digitales siguen mostrando crecimiento en todas sus métricas. 2021 fue el año donde reactivamos las cuentas en RRSS de todos los medios, generamos contenidos especiales para redes y comenzamos a monetizar nuestro tráfico. Algunos datos de referencia:

- YouTube: Comenzamos a monetizar en mayo de 2021. El promedio de ingresos mensual del año fue de 200 dólares. Nuestra comunidad de seguidores alcanzó los 180 mil usuarios.
- Facebook: La FanPage de Canal 10 alcanzó los requisitos para comenzar a monetizar y comenzó a generar un pequeño ingreso mensual. Nuestra comunidad de seguidores actual es de 330.000 usuarios.

-Periodismo móvil: Continuamos con nuestro segundo año de capacitación e incorporación de Periodismo Móvil. Adquirimos 10 equipos para tal fin, con los accesorios correspondientes que nos permiten generar contenidos multiplataforma de manera ágil y descentralizada. Algunos de estos contenidos obtuvieron un alto desempeño en visualizaciones en plataformas digitales.

### **Articulaciones**

-Articulaciones institucionales: Tercera temporada de “Justicia Cerca”, el programa de televisión que se emite por Canal U y por Canal 10, desde el cual abordamos distintas dimensiones de la vida institucional del Poder Judicial de Córdoba. Cabe destacar que esta producción genera ingresos para los SRT.

-UNC: el 2021 también fue un año de fortalecimiento de los vínculos con las distintas áreas de nuestra universidad. Entre otras acciones, desde Canal U organizamos 6 debates electorales para las facultades. En ese marco, también realizamos un programa especial montando un operativo electoral inédito para nuestra universidad, con cobertura en vivo desde las 15 facultades.

-TED X UNC: Dimos soporte de transmisión para la primera edición y conducción del evento TED y el especial emitido en Canal 10 y Canal U.

-Noche de los Museos: Transmisión en vivo por primera vez en el marco de la décima edición.

-Redacción Abierta: La Voz del Interior, Alfil, Perfil, Punto a Punto, Le Monde Diplomatique, Hoy Día Córdoba, La Nueva Mañana y Comercio y Justicia fueron convocados para una propuesta periodística televisiva en el Prime Time.

## **Producciones**

-Redacción Abierta: Apostamos por un producto periodístico, colaborativo, en la franja central de la programación de Canal 10. De lunes a viernes, todos los medios gráficos que se editan en nuestra ciudad, tienen su lugar en nuestra pantalla.

-Lanzamos el micrositio de podcast: Por primera vez los SRT despliegan de manera institucional una apuesta sostenida asentada en este formato de contenidos sonoros. Creamos un equipo de trabajo dedicado que produjo una colección con más de 30 autores y superando los 200 episodios.

-Producciones especiales: Por primera vez generamos contenidos nativos de plataformas digitales. Entre estos se destaca “Ruge el Mar”, un documental audiovisual de 7 capítulos que narra la experiencia de un periodista de nuestra casa, Dante Leguizamón, visitando las islas Malvinas.

“Arde” fue otra de nuestras producciones especiales, reviviendo los dramáticos días de diciembre de 2001.

-Micrositios deportivos: Desarrollamos micrositios con toda la información deportiva dedicados a los principales clubes de fútbol cordobés. Esta apuesta de contenido, también está acompañada de una propuesta comercial.

## **Principales Objetivos para el 2022**

- 1- Lanzamiento de Zona de Noticias: será un nuevo formato de noticias en la pantalla de Canal 10. Cada 20 minutos, un compacto de las principales noticias de la hora.
- 2- Profundizar el uso de nuevas herramientas para la narrativa periodística, vinculados a nuevas tecnologías y periodismo móvil.
- 3- Nueva programación en Radio Universidad luego de la finalización del ciclo de Rebeca Bortoletto.
- 4- Incrementar la cantidad de usuarios únicos en nuestra web: Los últimos dos años nuestro sitio osciló en torno al millón de usuarios únicos mensuales. La apuesta 2022 es superar esta cifra.

## **ÁREA EDITORÍA DE GÉNERO**

### **1. Readecuación del Plan de Actividades**

Una vez más la pandemia y los protocolos que fuimos adoptando interrumpieron el normal desarrollo del plan inicial y de los objetivos propuestos para el año. La nota general del 2021 fue la adecuación y readecuación a las diferentes etapas por las que fuimos atravesando como medio, como provincia y como país.

Con más experiencia, asumimos con flexibilidad la incertidumbre de esta “nueva normalidad” y comenzamos algunas actividades previstas, como la capacitación presencial, aunque luego fuera interrumpida.

Aunque en principio no estaba previsto y sobre todo teniendo en cuenta las bajas médicas, se incrementó mi participación directa en la producción de contenidos. Colaborando en la producción periodística y participando como experta y/o como columnista de opinión en todas las plataformas en las que se solicitó mi presencia. En diferentes programas de radio, elaborando podcast, escribiendo para Cba24n y participando de las Crónicas o de algunos programas especiales como Redacción Abierta, abordé los temas de la agenda de género y las polémicas o debates de actualidad, siempre que fue solicitado.

Además, como Equipo de Género y a partir de la decisión de la Gerencia General, participamos activamente en el relanzamiento del portal Cba24n.

## **2. Capacitación**

Una vez finalizada la primera etapa de la capacitación en Ley Micaela –virtual y a partir de los materiales elaborados por la Unidad Central de Políticas de Género, UCPG– comenzamos las capacitaciones presenciales.

En grupos de entre 7 y 10 personas, trabajamos contenidos más específicos: Comunicar con perspectiva de género y enfoque de derechos.

A partir de presentaciones propias, se retomaron los ejes teóricos fundamentales (estereotipos de género, violencia, diversidad, etc.) y se aplicaron al tratamiento periodístico con enfoque de derechos humanos y perspectiva de género. Criterios de noticiabilidad, uso de fuentes, titulares, sumarios, valor editorial de las imágenes, fueron algunos de los temas tratados con modalidad de taller, promoviendo el debate a partir de ejemplos de buenas y malas prácticas, tanto propias como de otros medios.

Dada la centralidad que adquirió el portal web, la primera capacitación fue para las jefaturas y editores de Cba24 y posteriormente para los y las redactoras de la web.

A partir de allí seguimos con el resto de los equipos de redacción, aunque con varias interrupciones provocadas por el rebrote del COVID, las elecciones de medio término y las elecciones a decanato de las diferentes facultades. Es decir, la situación sanitaria y la sobrecarga de trabajo del personal implicaron en la práctica cierta discontinuidad en las actividades de formación.

Así y todo, se realizaron 10 talleres presenciales de capacitación periodística y se impulsó una capacitación específica para el personal administrativo, de acuerdo a la resolución sobre comunicación inclusiva del Honorable Consejo Superior de la UNC y a cargo de técnicas de la UCPG.

El balance es altamente positivo. Tras las capacitaciones se pudo advertir un cambio significativo en el enfoque y tratamiento de la información, y la consulta permanente de jefes y periodistas ante situaciones complejas. Es decir, las personas tienen nuevas herramientas para aplicar o al menos identifican dudas

y/o problemas y piden asesoramiento para su adecuado tratamiento (con perspectiva de género y enfoque de derechos).

Aunque todavía falta seguir profundizando en algunos aspectos como el lenguaje inclusivo y el derecho a la comunicación de las audiencias, se advierten inmediatamente los efectos positivos de la formación, en particular en la erradicación de estereotipos.

Como se ha dicho, se trata de un cambio cultural, de un nuevo paradigma que requiere de la formación continua y la producción crítica sostenida. Para el objetivo estratégico de volver transversal a todas las plataformas y contenidos del multimedio, una comunicación respetuosa de los derechos y promotora de la igualdad, las acciones de la Editoría de género deberán ser constantes.

### **3. Generación de contenidos**

En el 2021 se continuaron las producciones propias, en particular las relacionadas con la agenda de género (violencia de género, masculinidades, diversidad, brecha salarial, etc.) y la cobertura de las principales efemérides.

Con el nombramiento de un Gerente de Contenidos y la incorporación de un responsable de contenidos especiales, se articularon producciones colaborativas de mayor impacto y participación en notas, coberturas y realización de podcast.

Dos campañas institucionales de sensibilización (8M y 25N) involucraron la participación transversal y se erigieron como un ejemplo de buenas prácticas tanto en el enfoque de derechos y con perspectiva de género como en la participación de trabajadores y trabajadoras de las diferentes áreas y plataformas.

También este año hubo una participación directa y personalizada en temas complejos –como la situación de la mujer en Afganistán luego de la retirada de las tropas norteamericanas– y de actualidad –como las imputaciones por violencia a personajes públicos de la realidad cordobesa– en diferentes espacios periodísticos del multimedio.

En diciembre se cumplió el primer año de la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE) y del Plan de los 1000 días, lo que motivó también una cobertura amplia y diversa, siempre con el enfoque de salud pública y ampliación de derechos. Se incorporaron numerosas fuentes, locales y nacionales, y se incentivó la participación de las periodistas del medio.

### **4. Equidad y puesta en valor de las periodistas**

Un asunto pendiente al interior de los SRT es lograr la equidad de género en los lugares de mayor visibilidad periodística: jefaturas, firmas, etc.

En marzo se jubiló una referente del periodismo de Córdoba, María Teresa Macello e impulsado por la Editoría de Género se produjo un homenaje, un programa especial, para poner en valor su figura. Recordemos que poco antes se había jubilado un conocido periodista de otro medio y su despedida al aire

suscitó polémica por sus declaraciones contrarias a los derechos humanos y a lo público en general. Los SRT y esta profesional representan todo lo contrario.

Por ello, en el homenaje a María Teresa reivindicamos su trayectoria profesional y pusimos en valor su compromiso con la realidad social y con los derechos humanos, que es en definitiva el compromiso de los SRT y de la UNC.

Desde el punto de vista de la producción, realización y conducción, este homenaje se erigió en una excelente práctica de periodismo colaborativo y transversal. Y al mismo tiempo, el objetivo trascendió lo personal y se constituyó en un ejemplo a imitar.

En los espacios de capacitación y taller se debatió intensamente la participación de las mujeres y de la diversidad en los lugares o cargos de mayor visibilidad. En tal sentido, acompañamos la decisión de la Empresa y se avanzó, al menos en lo cuantitativo, en una representación más inclusiva: hacia fin de año la mayoría de los programas de radio y de TV incorporaron otras voces y se instaló –diría que definitivamente– la necesidad de una representación inclusiva como condición para la generación de mensajes más igualitarios, menos sexistas.

Este hecho es de vital importancia. Ejemplo de ello es la designación de una periodista como editora de Cba24n. El nombramiento de la primera mujer en un cargo jerárquico de la redacción –algo que excede a la responsabilidad y posibilidad de la Editora de Género– surtió un efecto muy positivo para avanzar hacia la igualdad. Sobre todo porque la periodista está altamente capacitada en periodismo con enfoque de derechos y perspectiva de género, lo cual implica un avance real y concreto tanto en la visibilidad de una mujer en un cargo de responsabilidad, como en la calidad de los contenidos periodísticos.

##### **5. En relaciones institucionales**

Uno de los objetivos específicos que se plantearon para el 2021 fue el de profundizar las relaciones institucionales desde la figura de la Editora de Género de los SRT hacia y con el resto de la comunidad.

Es un objetivo ampliamente cumplido. Los SRT son referenciados por contar con Editoría de género y por haberse constituido en uno de los primeros medios de comunicación en poner la capacitación como una actividad indispensable y continua.

Se han fortalecido los vínculos con el Programa de Género de la UCPG y hemos sido convocadas en reiteradas oportunidades por el Ministerio de la Mujer de la Provincia de Córdoba, por el Ministerio de la Mujer, Género y Diversidad de la Nación y por la Defensoría del Público, entre otras instituciones. En diciembre fuimos invitadas por el Fondo de Población de Naciones Unidas (UNFPA) a participar del Programa de protección y ampliación de los derechos de las mujeres, en particular en la comunicación masiva, para sumarnos a una Red Nacional de Editoras de Género que se concretará en 2022.

## **Objetivos para el 2022**

### **Ratificamos el objetivo general:**

“Promover la incorporación de la perspectiva de género y el enfoque de derechos humanos de manera transversal a todas las plataformas y contenidos del multimedia”

Porque como se ha dicho, la comunicación no sexista y con enfoque de derechos es un proceso de largo alcance, un cambio cultural que requiere tiempo y una continua adaptación a los nuevos desafíos de lo que se considera un plus de calidad en el ejercicio del periodismo.

Además, mantenemos algunos objetivos específicos que no se han podido completar en el año o que están en proceso, y sumamos algunos más:

### **Objetivos específicos:**

#### Capacitación

- Completar la primera capacitación presencial en Comunicación con Enfoque de derechos, particularmente en radio y televisión.
- Avanzar en capacitaciones puntuales (tratamiento informativo que involucre a niños, niñas y adolescentes; masculinidades; sectores sociales vulnerados, etc.)
- Invitar a profesionales externos a charlas y conferencias

#### En producción:

- Profundizar la presencia transversal del tratamiento informativo y la producción de contenidos con enfoque de derechos.
- Continuar colaborando de manera personal y desde los saberes específicos en columnas, podcast, entrevistas, etc. siempre que sea convocada o a iniciativa propia.
- Participar activamente, desde los saberes específicos, en Cba24n.
- Continuar promoviendo la participación de más mujeres y diversidades en redacción, conducción, locución, etc., en aras de la visibilidad incluyente.

#### En elaboración de recursos propios:

- Avanzar en la construcción del observatorio y registro propio de femicidios y violencias de género. *(Todos los datos del observatorio que comenzamos a construir en 2020 se perdieron, por un error informático. Tuvimos que comenzar de cero y estamos en pleno proceso de recuperación)*
- Retomar la elaboración del directorio de fuentes, en pos de lograr la Agenda de Comunicación Inclusiva.
- Participar de la adecuación del manual del estilo para el uso de un lenguaje incluyente y no sexista.

## Organización:

-Impulsar la creación de una Mesa o Consejo que colabore en el monitoreo de los contenidos de todas las plataformas, en aras de ampliar la participación y profundizar el debate y formación permanentes. Así se ha hecho durante dos años desde el Equipo de Género, pero consideramos que ya estamos en condiciones de pasar a otra etapa, organizando un espacio con representación de todas las áreas, con el objetivo de avanzar en la transversalización de las buenas prácticas.

## **ÁREA TÉCNICA**

En referencia a los aspectos técnicos más relevantes del periodo 2021, podemos decir que se continuó realizando el mantenimiento y conservación de los equipos afectados a las actividades, con diferentes modalidades permitidas por protocolos a lo largo del año, según las fases de la pandemia definidas en cada momento, esto nos obligó a reformular los objetivos planteados y adecuarlos a la nueva realidad.

Se puede sintetizar en lo siguiente:

### Televisión

#### 1-Transmisión:

-Se realiza la implementación del nuevo sistema de monitoreo de señales en el switcher master de Canal U, lo que permitió completar el monitoreo existente con las fuentes de señales faltantes.

-Se procedió al reemplazo del panel de control del Sw master de Canal U (Debido a su rotura) por un panel básico de control (botonera de conmutación) y estamos a la espera de presupuesto de (exportación, reparación y re importación) del panel original.

-Al solo efecto informativo, recuerdo que se halla en servicio la última válvula de salida de video Burle 9007 (usada), por lo que no podemos estimar cuanto queda de su vida útil.

-Se procedió al reemplazo de dos discos duros en servidores de emisión Squid.

#### 2-Producción:

-Se realizó el reemplazo de algunos monitores en el control de Estudio 1.

-Se procedió al reemplazo de dos discos duros en servidor Squid Producción.

-Se procedió a las actualizaciones de los antivirus y versiones toleradas del software de edición y monitoreo.

-A partir de los mayores requerimientos de trabajo en Producción, se analizó la necesidad de incorporar un nuevo loop para brindar respuestas, adquisición prevista para el año 2022.

-Se procedió con la adquisición de los componentes para el armado y configuración de los intercom del Estudio 2 de TV.

-Se procedió al reemplazo de la consola de iluminación en Estudio 1, la que resultaba pequeña para el control de todas las luminarias, por una consola virtual reutilizando una PC inactiva con una aplicación de un software libre y una interfaz DMX para este objetivo.

-Continúa aun pendiente el objetivo de reemplazo de las consolas de audio analógicas por digitales en el ámbito de los estudios de TV.

### 3-Noticias:

-Se continuó con el proceso de implementación del proyecto Periodismo Móvil para lo cual, se asignaron algunos nuevos equipos celulares y accesorios para la captura de imágenes y sonidos para alimentar el sistema multiplataforma de noticias.

-Se continuó en la tarea de re-configuración y limpieza del almacenador de noticias para mejorar la estabilidad del mismo.

Paralelamente se definió la necesidad de reemplazar dicho almacenador de noticias (disco z) por uno de nueva tecnología con mayor capacidad y velocidad de acceso a los materiales, para lo que se trabajó en el armado del pliego de características y el llamado a concurso.

-Se procedió a las actualizaciones de los antivirus y versiones toleradas del software de edición y monitoreo.

- Se repusieron baterías en cámaras y micrófonos.

- Se repararon trípodes de cámaras y se requerirá la compra de otro trípode este año para reponer uno más, dada la falta de repuestos.

-Se realizaron reparaciones y mantenimientos del vehículo Ducatto asignado a móvil de noticias.

### 4-Radios

-Se continuo analizando la posibilidad de incorporar nuevo transmisor de AM, considerado en el requerimiento de inversión en Bienes de Capital.

-Se necesita proceder al reemplazo tecnológico de las consolas de los controles de AM, FM y GRABACIONES por equipos digitales, dado que estas alternativas proveen mayores facilidades operativas, por lo que se está analizando la posibilidad de adquirirlas.

-Se realizó reemplazo de una parte de los cableados en estudios de AM, FM y Grabaciones a efectos de evitar filtraciones de audio molestas.

-Se reemplazaron modulos en consolas de AM y FM.

-Se incorpora una matriz de conmutación de audio adicional, recicladas de la TV analógica, instalada en control central a efectos de facilitar las conmutaciones de las señales de programas.

### 5-Repetidoras

-Se realizaron los mantenimientos de la Red de Repetidoras instaladas y se resolvieron algunas situaciones de interferencias.

-Se procedió al reemplazo del dipolo del sistema radiante de TV en estación Repetidora de Achala.

-Continúa pendiente la compra de un repetidor de FM de mayor potencia para Calamuchita y un equipo FM Ágil (cambio rápido de frecuencia) como Bk-Up para ser utilizado en caso de emergencia en cualquier estación.

-Se realizaron las tareas de mantenimiento del móvil.

-Continúa pendiente el desmonte del viejo mástil de Villa Nueva.

-Se comenzó el reemplazo de las balizas en estación Repetidora de Bell Ville.

### 6-Planta

-Se realizaron tareas de mantenimiento en Grupo Generador; control de funcionamiento. Quedó pendiente para el año 2022 el reemplazo de refrigerante, aceite y filtro.

## **ÁREA TECNOLOGÍAS INFORMÁTICAS Y COMUNICACIONES**

El año 2021 nos encontramos aún en pandemia, con lo cual hemos seguido prestando servicio para el personal en la empresa y en home office.

Los hitos más importantes en el año son la contratación de un nuevo servicio de conectividad, la compra, instalación y configuración de un router de borde, reemplazo de la mitad de los APs por EOL y el trabajo realizado en los procesos internos y externos del área.

En el primer caso, se contrató un servicio con Claro de 300Mb/30Mb, y se suma la ampliación del servicio que la UNC nos brinda (500Mb, aprox.), lo que da un ancho de banda (no dedicado) de 800Mb, más 30Mb dedicados (para servicios críticos).

En el caso de router de borde, permite gestionar las conexiones precedentes de manera redundante, de modo que si uno de los equipos queda fuera de servicio entra en servicio el segundo equipo, de modo que el cambio es transparente para el usuario. Cabe aclarar que este equipo viene a reemplazar a un router por software montado en un servidor con más de 10 años de servicio.

Se reemplazó la mitad de los Access points que da servicio WIFI a la empresa, ya que los mismos habían llegado a su End Of Life, y ya no contaban con soporte de funcionamiento ni seguridad. Sumado a esto, estaban dando inconvenientes.

Por otra parte, en el área se ha trabajado en los procesos internos y externos, mejorando los tiempos de respuesta y enfocando más en tareas de gestión y actualización de los servicios core de área. Esto fue producto de la reorganización del área, donde sólo una persona del equipo se dedica a dar soporte de primer nivel y el resto del equipo, a soporte de los restantes niveles, como así también implementaciones y tareas de I+D. Este ordenamiento ha permitido bajar el número de incidentes y aplicar más horas de trabajo al resto de las tareas antes mencionadas.

Hacia el fin de año, se comenzó con la migración de tareas a la redacción, a través de un webmaster, de la gestión de contenidos. Si bien la migración no ha sido completa a la fecha del presente informe, se viene avanzando en ese camino. Esto también permite liberar horas de trabajo en el departamento, de

tareas no inherentes al mismo.

Queda pendiente aún el reemplazo del sistema administrativo, comercial y operativo. Una de las tareas de mayor prioridad para realizar el próximo año.

En general, para el año 2022, se espera profundizar los procesos sobre el core del área que permitan trabajar de manera más proactiva y menos correctiva. Para ello, va a ser necesario acompañar los cambios, con renovación del hardware que depende del departamento. Es objetivo el reemplazo de los servidores principales para el año 2022. Desde el año 2008 esta área utiliza virtualización para optimizar el uso del Hardware adquirido, y este año se deberían reemplazar 5 servidores y consolidarlos en 2 equipos. Además, que estos equipos nos permitan seguir creciendo en servicios.

Respecto del contenido web, se continuará con la migración de las tareas hacia el área de Redacción.

## **ÁREA COMERCIAL**

En año 2021 profundizamos el desarrollo de productos audiovisuales con fines comerciales. Esto es, pensar en la necesidad de comunicación del anunciante no ligado únicamente a la difusión tradicional y elaborar contenidos especiales a medida.

Se incorporaron espacios como microcápsulas audiovisuales de producciones propias y externas dentro de las plataformas televisiva, radial y digital de los SRT, permitiendo ampliar el radio de alcance y diversidad de audiencias.

Se actualizaron las tarifas con un incremento del 35% respecto del 2020 y diseñamos paquetes comerciales para cada producto especial.

Acompañamos propuestas comerciales para cada uno de los nuevos contenidos: podcast y las series web propuestos por el multimedia. Desde el área comercial se elaboraron estrategias para responder la demanda de espacios publicitarios en la web Cba24n.com.ar. El equipo comercial se capacitó realizando dos cursos de gestión en marketing digital.

Desde el área se elaboró un plan de trabajo para generar una red de radios y de televisoras por cable para toda la provincia con el fin de extender, a través de flashes informativos, los contenidos al interior provincial y obtener acuerdos comerciales que permitan generar nuevos negocios.

Se llevó a cabo desde el área un proyecto comercial de una serie de no ficción multiplataforma de 17 capítulos, respondiendo a la necesidad de comunicación de un cliente específico: "Hoteles con Historia". Una coproducción que permitió, además del ingreso económico, presentar a los SRT como productores de contenidos especiales.

La cartera de anunciantes de los SRT se incrementó durante el 2021 en un 30% respecto del año anterior.

La gestión comercial permitió durante el ejercicio 2021 un cierre de ventas al 31/12/2021 de \$168.523.000.

## ÁREA PERSONAL

Estado de situación al iniciar el año 2021 (categorías de análisis posibles: fortalezas y debilidades de la empresa y particularmente del área objeto del informe; oportunidades y amenazas del contexto).

**FORTALEZAS:** La cantidad de medios de comunicación propios que facilitan una sinergia multimedia con la posibilidad de la interacción de los recursos humanos en las distintas plataformas y la conversión a una redacción única transversal a todos los medios, brindan la posibilidad de ampliar el marco de desarrollo y de mayor eficiencia a los recursos humanos periodísticos.

**DEBILIDADES:** La situación de emergencia sanitaria, ocasionada por la pandemia de COVID, trajo aparejado un importante grado de ausentismo y modalidades de trabajo a distancia, que provocaron muchos inconvenientes, que se fueron superando merced a la actitud de compromiso con la empresa, puesta de manifiesto por los trabajadores.

Como se hizo mención en la anterior memoria, sigue ausente un programa de evaluación de desempeño y un plan de capacitación, lo que obviamente se vió desplazado a un segundo plano con motivo de lo mencionado precedentemente. Para una adecuada política en materia de recursos humanos, resulta vital contar con estos recursos por cuanto facilitan evaluar con objetividad la performance de cada uno de los trabajadores, fundamentalmente los aspectos aptitudinales y actitudinales a mejorar.

**OPORTUNIDADES:** La incorporación de tecnología HD, sumado al proyecto de una programación más competitiva, tanto en Radio como Televisión, permitirá una mayor participación en la torta comercial del mercado. En materia de tecnología se incorporó el periodismo móvil, lo que trajo una mayor agilidad y dinámica a la rutina diaria de trabajo. Desde el punto de vista de los recursos humanos, significará una motivación adicional, ya que los contenidos cuentan con un gran porcentaje de programación local que brindará oportunidades de desarrollo y crecimiento a los trabajadores de la empresa.

**AMENAZAS:** Las conflictividades gremiales, sea por negociaciones paritarias o por conflictos individuales, pueden afectar la programación y la relación con auspiciantes y audiencia. Además de considerar que la comunicación social como se conocía tradicionalmente, es una industria en franco retroceso. El avance de otras formas de comunicación, inexorablemente van reduciendo el mercado de la publicidad.

Líneas de acción llevadas a cabo en el año.

A fin de aportar elementos para atenuar las amenazas, se fue trabajando en la elaboración de un código de convivencia, que se ha visto relegado por la situación pandémica padecida durante el presente año, confiando en que el próximo año se pueda poner en marcha, lo que brindará soluciones rápidas y efectivas ante situaciones que en la cotidiana actividad laboral provocan conflictos.

Desde el punto de vista humano artístico, hubo y hay enormes esfuerzos en dar valor a los recursos humanos propios abriendo oportunidades de desarrollo

profesional con participación interactiva en las distintas plataformas que componen la empresa.

Se continuó con el plan de retiros anticipados para los trabajadores próximos a la edad jubilatoria. Durante el año 2020 se cerró una importante cantidad de acuerdos de retiros por mutuo acuerdo, con la consiguiente reducción en materia de contribuciones patronales. Más valor cobran estos acuerdos alcanzados por cuanto la mayoría de estos trabajadores estaban dispensados (producto de la situación de pandemia).

Resulta oportuno destacar que pese a las tremendas dificultades que ocasionó esta pandemia, la empresa continuó su ritmo de trabajo gracias al aporte de sus trabajadores.

Dificultades encontradas y resultados.

Esta nueva etapa, que se inició en mayo de 2016, consistente en un proyecto común, que requiere cambios profundos de paradigmas, ha logrado avanzar positivamente a lo largo del 2021, pese a las complicaciones que trajo aparejada la pandemia. No obstante, llevará mucho más tiempo encauzarla en el camino elegido. Es un proceso de cambio, de transformación, como lo propone este nuevo proyecto de reconversión a un esquema de generación de contenidos mutiplataformas y multiformatos, trae aparejados desafíos permanentes y nos exige prepararnos con capacitación continua y permanente, como por ejemplo, la incorporación de periodismo móvil.

Objetivos a corto (2021), mediano y largo plazo.

Puesta en marcha del Código de convivencia.

Digitalización de la documentación de legajos.

Automatización en la carga de datos para liquidación de sueldos.

Programa de Evaluación de Desempeño.

Plan de Capacitación.

Consolidar la puesta en marcha de periodismo móvil.

Continuar con el plan de acción de retiros anticipados para personal próximo a jubilarse.

Otros aspectos que entienda pertinentes.

Tipo Planta	Tipo de contratación	dic-20					
		Directores	Tec.y Prof.	Adm.	Jerar.Conv.	Jerar.No Co	S. Total
<b>P. Permanente</b>	Planta Permanente	1	174	22	6	12	215
	Plazo Fijo		8				8
	Loc. de Ser. Permanente		1				1
	<b>S.Total</b>	<b>1</b>	<b>183</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>224</b>
<b>P. Transitoria</b>	Locación de Servicios		20				20
	Pasantías		10				10
	Eventual		13				13
	Directores	4					4
	<b>S.Total</b>	<b>4</b>	<b>43</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>47</b>
<b>Total</b>		<b>5</b>	<b>226</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>271</b>

Tipo Planta	Tipo de contratación	dic.-21					
		Directores	Tec.y Prof.	Adm.	Jerar.Conv.	Jerar.No Conv.	S. Total
<b>P. Permanente</b>	Planta Permanente	1	173	22	6	11	213
	Plazo Fijo		4				4
	Loc. de Ser. Permanente		1				1
	<b>S.Total</b>	<b>1</b>	<b>178</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>218</b>
<b>P. Transitoria</b>	Locación de Servicios		30				30
<b>3</b>	Pasantías		12				12
	Eventual/P.Fijo		13			1	14
	Directores	4					4
	<b>S.Total</b>	<b>4</b>	<b>55</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>60</b>
<b>Total</b>		<b>5</b>	<b>233</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>278</b>