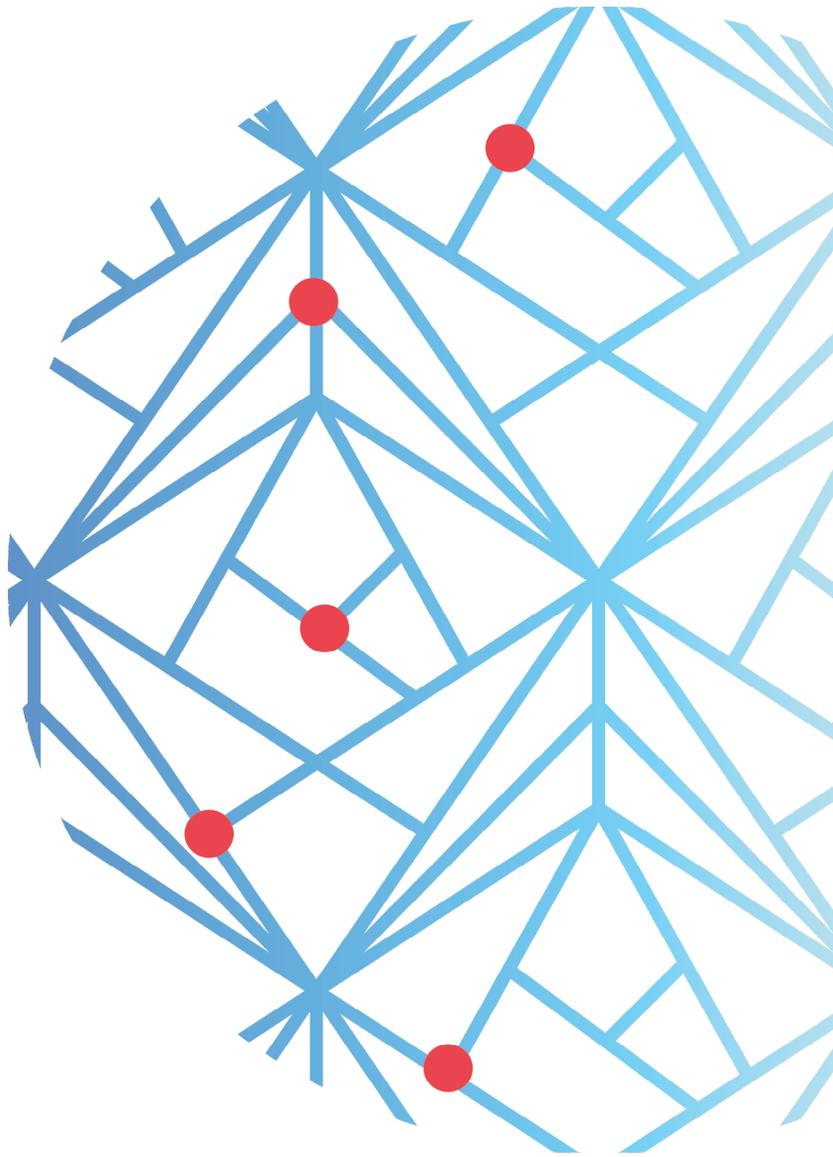


El periodismo universitario en México

REFLEXIONES Y FUTURO

Rodrigo Pardo Fernández
EDITOR





El periodismo universitario en México

REFLEXIONES Y FUTURO

El periodismo universitario en México

REFLEXIONES Y FUTURO

Rodrigo Pardo Fernández

EDITOR

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

2019

Este libro se editó con el aval de la Red Nacional de Gacetas Universitarias. Su contenido fue dictaminado por la Comisión Evaluadora integrada por José Luis Ulloa Luna (Universidad de Guadalajara) y Rocío Basurto Morales (Universidad Autónoma de Aguascalientes).

Primera edición, octubre 2019.

D.R. Los autores.

© Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Santiago Tapia 403, Centro
CP 58000, Morelia, Mich.

ISBN 978-607-542-104-9

DISEÑO EDITORIAL

Karyn Ernesto Ferreyra Caldera

DISEÑO DE CUBIERTA

Giovanni Hernández Genchi

REVISIÓN ORTOTIPOGRÁFICA

Daphne Aimeé López Cervantes

Luz Cinthia Cano Aguilar

Editado en México / *Edited in Mexico*

ÍNDICE

PERIODISMO UNIVERSITARIO, MEMORIA Y REFLEXIÓN Rodrigo Pardo Fernández.....	9
UNA HERRAMIENTA PARA LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y EL SENTIDO DE COMUNIDAD Rocío Basurto Morales.....	19
FORJANDO LA MEMORIA DE LOS UNIVERSITARIOS COAHUILENSES Miguel Sánchez Maldonado y Nidia Sosa Rodríguez.....	31
EL VALOR DEL PERIODISMO INSTITUCIONAL EN EL QUEHACER DE LA UNIVERSIDAD DE COLIMA Zuleima Marina Morquecho Rodríguez.....	43
UN FRAGMENTO DE HISTORIA EN EL PERIODISMO UNIVERSITARIO Alfredo Arévalo.....	55
LA GACETA DE LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA: UN REFERENTE INFORMATIVO ESPECIALIZADO Esau Gabriel Bucio Rayas.....	65
PERIODISMO UNIVERSITARIO, MEMORIA HISTÓRICA DE UNA INSTITUCIÓN Ana Paulina Mendoza Hernández.....	77
LAS GACETAS CUENTAN HISTORIAS DE LAS UNIVERSIDADES Eva Yesenia Becerril Cruz.....	89
PRESENTE Y FUTURO DE LAS GACETAS UNIVERSITARIAS Alejandro Durán Moctezuma.....	99
EL PERIODISMO UNIVERSITARIO Y SUS RETOS EN LA ERA DIGITAL María Noemí Rubio Gudiño.....	III
DOS DÉCADAS DE PERIODISMO EN LA UASLP Patricia Briones Zermeño.....	121
UNA GRAN VENTANA PARA HACER MÁS VISIBLES A LAS UNIVERSIDADES Joaquín Andrés Félix Anduaga.....	129

PERIODISMO UNIVERSITARIO, MEMORIA Y REFLEXIÓN

Rodrigo Pardo Fernández

El periodismo universitario es una práctica que constituye la memoria y el mecanismo de difusión de las labores universitarias. Es una memoria viva, un testimonio, una crónica sistemática y atenta del quehacer de las instituciones de educación superior, los centros de investigación, las comunidades académicas de distinta índole.

A lo largo de décadas, en México se ha constituido de muchos modos en un escaparate donde se muestra a la comunidad (la lectura de estas publicaciones suele limitarse al consumo interno) los logros, las actividades y los proyectos de los universitarios: personas con alto grado de compromiso social, con una sólida formación académica y un esfuerzo continuado de participar activamente en el conocimiento y la transformación del mundo.

Lo destacable es que las publicaciones que dan cuerpo a esta práctica periodística son de muy diversa índole: diarios, gacetas, boletines, revistas; digitales, a una tinta, a todo color; semanales, quincenales, mensuales, bimestrales, semestrales, e incluso las hay que sólo se publican cuando hay información relevante de sus consejos universitarios o instancias similares.

Todas responden a un compromiso común, pero más allá, reúnen en sus páginas la vida universitaria, desde la academia y la investigación hasta los reglamentos y convocatorias. Al cabo, el periodismo universitario debe dar cuenta del amplio abanico de posibilidades que se manifiestan en nuestras instituciones.

Estas publicaciones no son un esfuerzo aislado. En 2015, en el marco de la celebración del cuarto aniversario de la Gaceta Nicolaita, editada por la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, se convocó a otras publicaciones del país, de otras instituciones de educación superior, a un encuentro para compartir experiencias, proyecciones a futuro, retos y formas de resolver, desde distintas vivencias y tradiciones, problemáticas comunes.

El evento reunió a doce gacetas universitarias, número que se vio redondeado por la presencia de dos publicaciones de este tipo asociadas a tecnológicos. Conferencias, cursos y mesas de debate fueron el espacio propicio para entablar un necesario e impostergable diálogo en torno a la educación superior, su difusión y reconocimiento. El periodismo universitario como quehacer y la gaceta como sustrato se

evidenció necesaria no sólo en su carácter de impreso de divulgación, sino también como plataforma para la puesta en marcha y el desarrollo de otras posibilidades: la web, las redes sociales, la edición digital. Sobre todo, el encuentro representó la vinculación entre profesionales comprometidos con un trabajo constante, de oficio, de plazos fijos y poco dado a festivos, fines de semana o vacaciones: siempre hay alguna actividad pendiente de referir, de fotografiar, una entrevista por realizar, una conferencia que reseñar, una charla que relatar.

En 2016, se dio continuidad a esta iniciativa en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. En esa ocasión nos reunimos colaboradores y representantes de 23 instituciones de educación superior de todo el país, públicas y privadas, desde Baja California hasta Tabasco, desde Tamaulipas hasta Morelos. Estuvieron presentes gacetas o publicaciones afines con decenios de historia, unas más jóvenes y otras iniciativas que aún están en proyecto. Pero el entusiasmo y el interés fueron compartidos, con la idea de conformar una Red Nacional de Gacetas Universitarias, a partir de la convergencia que facilita la ANUIES, que hiciera posible la concreción de canales de información confiable y de primera mano de lo que acontece en nuestras instituciones.

La inquietud de origen fue que era indispensable comenzar a pensar en términos de vinculación, de re-conocimiento y construcción conjunta de una plataforma compartida donde se dieran cita aspectos

de difusión, divulgación y memoria de la cultura científica universitaria de nuestro país.

De esta manera, en San Luis Potosí, apenas unos meses después de la actividad organizada por el equipo de trabajo de la Gaceta Nicolaita, dos días de trabajo y un ambiente entusiasta con casi el doble de participantes dieron cuenta de un proyecto que, si bien tuvo su origen en Morelia, es un sueño compartido por las gacetas de todo México.

Autoridades, editores, responsables, colaboradores y las comunidades universitarias en general hemos estado trabajando en pro de esta y muchas otras redes de colaboración, que día a día muestran su importancia y trascendencia.

El periodismo en estas publicaciones tiene la intención de conformar un espacio de los universitarios, papeles que divulgan el quehacer académico, docente y de investigación, de extensión y de cultura pero, sobre todo, la presencia escrita y en imágenes de los hechos relevantes de la educación superior. Cada número de una publicación de nuestras instituciones es un asomo a la diversidad de actividades desarrolladas en espacios que albergan a cientos de miles de estudiantes, con presencia en toda la geografía mexicana y cobertura en formación y ámbitos disciplinares que va más allá de lo regional.

El reto para el periodismo universitario en este escenario es complejo. Para quien haya incursionado en el ámbito editorial es fácil reconocer las dificultades propias de una publicación periódica, que debe ver la

luz a pesar de festivos, vacaciones o fines de semana; pero a estas peculiaridades se suman las dimensiones de nuestras instituciones, con ciudades universitarias pero también con unidades descentralizadas que se consolidan cada día en oferta educativa, instalaciones y recursos humanos.

En la mayor parte de los casos, la labor se lleva a cabo con un equipo de trabajo reducido pero comprometido con las dimensiones del proyecto. Desde la logística hasta la corrección de estilo, de la cobertura de eventos universitarios a la distribución de las publicaciones en las distintas dependencias o través de listas de correo, sin descuidar las redes sociales, el periodismo universitario es asunto de unas cuantas personas formadas en la práctica.

Sin embargo, el esfuerzo de una dependencia universitaria se suele multiplicar con la colaboración de estudiantes, prestadores de servicio social, quienes son el motor y la motivación clara de este tipo de publicaciones, de todos los esfuerzos institucionales y de quienes colaboramos en esta práctica.

Además de la distribución de los materiales impresos, hoy enfrentamos el mayor de los retos: la migración a los medios digitales, que conllevan un amplio espectro de posibilidades multimedia pero, a su vez, nos enfrentan al reto de la pervivencia de los soportes, cuestión de gran relevancia si recordamos nuestro papel como memoria.

De esta manera, quienes nos dedicamos al periodismo universitario estamos en el proceso no sólo

de dar a conocer nuestras publicaciones en nuestros espacios educativos, sino también de difundir las múltiples actividades y logros de quienes desarrollan sus tareas académicas entre la sociedad que se encuentra extramuros. La trascendencia del periodismo universitario va más allá de lo impreso: el archivo digital se encuentra a disposición de quien se muestre interesado en su consulta, y se llevan a cabo distintos esfuerzos en pro de actualizar la cobertura e incidir cada vez más en las redes, en los canales de noticia, en otros medios.

El origen de las publicaciones universitarias es institucional, y por tanto colectivo, dado que las universidades y otras organizaciones similares sólo se pueden entender en términos de comunidad, de esfuerzo y trabajo conjunto. Estos espacios de divulgación se basan en diversos compromisos: sociales, universitarios, integradores, donde priman la actividad académica, la investigación y la difusión como pilares de un quehacer integrador y vital.

Hacer una gaceta universitaria o su similar es participar de manera activa en la preservación de nuestra memoria, reconociendo el pasado en un sentido de futuro.

Con esta premisa se han celebrado otros encuentros: en Villahermosa, en Ensenada, en Ciudad del Carmen, en Aguascalientes y en Hermosillo. Y en el proceso se consiguieron de manera conjunta dos logros extraordinarios: la consolidación de la Red Nacional de Gacetas y el acuerdo que ha permitido

organizar la primera Gaceta Nacional Universitaria, en claro homenaje a la Gazeta de México (1728), primer periódico impreso en Hispanoamérica.

Las reuniones permitieron llevar a cabo un intercambio relevante de problemáticas y soluciones, retos y áreas de oportunidad entre quienes editan, diseñan y redactan gacetas o similares a lo largo y ancho del país. Asimismo, compartir cursos de actualización especializados que apuntan, de manera directa, a los retos cotidianos de nuestras publicaciones universitarias.

De manera complementaria, más allá de un fortalecimiento de la comunicación interna, se avanzó en la construcción de un espacio común, que nos trasciende como instituciones y da sentido a la red. Se ha tratado de convertir nuestro quehacer individual en un esfuerzo compartido, abierto, convergente, donde se pueda apreciar el día a día de las universidades del país en un solo espacio, en una sola publicación incluyente, comprensiva y que ahonda en las fortalezas de nuestras instituciones de educación superior frente a los retos de la investigación, la docencia, el financiamiento y las políticas educativas actuales.

Los distintos números de las gacetas nacionales, integrados por instituciones de distintas regiones y conformados a partir de una idea central, son así el resultado necesario del trabajo conjunto que por más de cuatro años han realizado las personas que hacen el periodismo universitario del país. Los distintos encuentros nacionales de gacetas han propiciado no

sólo un espacio común de discusión, en pro de soluciones a los problemas de estas publicaciones en el contexto de era digital y de los mass-media, sino que nos han permitido apreciar el trabajo académico, de divulgación, de investigación, de extensión y difusión de la cultura que las instituciones de educación superior mexicanas realizan día con día.

Es claro, en el contexto actual, que en México falta mucho todavía para consolidar la educación superior y la oferta que brindamos las instituciones para la sociedad en general. Las universidades públicas en México afrontan retos de índole administrativo financiero, pero también llevan a cabo, de manera sistemática y apasionada, un quehacer comprometido, en lo social, con quienes se forman en sus aulas, por parte de quienes desarrollan investigaciones en sus laboratorios y quienes buscan, desde el ámbito administrativo, lograr que la educación superior mexicana de carácter público sea una opción real vigente. Es así que esta Gaceta Nacional Universitaria abre sus páginas a este afán colectivo de convergencia en una publicación por parte de diversas personas de lo largo y ancho del país que viven, que difunden, escriben, piensan el quehacer de sus comunidades y aportan, ahora, un granito de arena para constituir una publicación en la que todos están comprendidos.

Y llegamos a este libro.

En síntesis, el periodismo universitario (sobre el cual se reflexiona en este volumen, segundo proyecto

colegiado de la Red Nacional de Gacetas) constituye un ejercicio de difusión, en primera instancia, de los quehaceres académicos, la docencia, la investigación y la extensión y la difusión cultural. De esta manera, es la divulgación de la vida de la comunidad, de la institución, pero a su vez la memoria de los procesos de vinculación con la sociedad, de formación de recursos humanos, de reflexión y de transformación de la realidad desde las aulas, los laboratorios, los talleres, los espacios artísticos y deportivos, la administración.

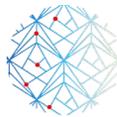
Como se puede apreciar en las páginas siguientes, el periodismo vinculado a las universidades centra su interés en quienes hacen posible la academia, la docencia, el pensamiento crítico, la pervivencia de una estructura de atención a estudiantes, de frente y en pro de una sociedad a la que nos debemos. Es en este contexto que se desarrollan las gacetas universitarias, en todas sus vertientes: con diferentes periodicidades, desde la semanal hasta la anual; con distintos fines, desde la difusión exclusiva de relatorías del consejo universitario y otras comunicaciones oficiales hasta aquellas que publican reportajes, entrevistas, secciones culturales y suplementos, entre otras muchas posibilidades.

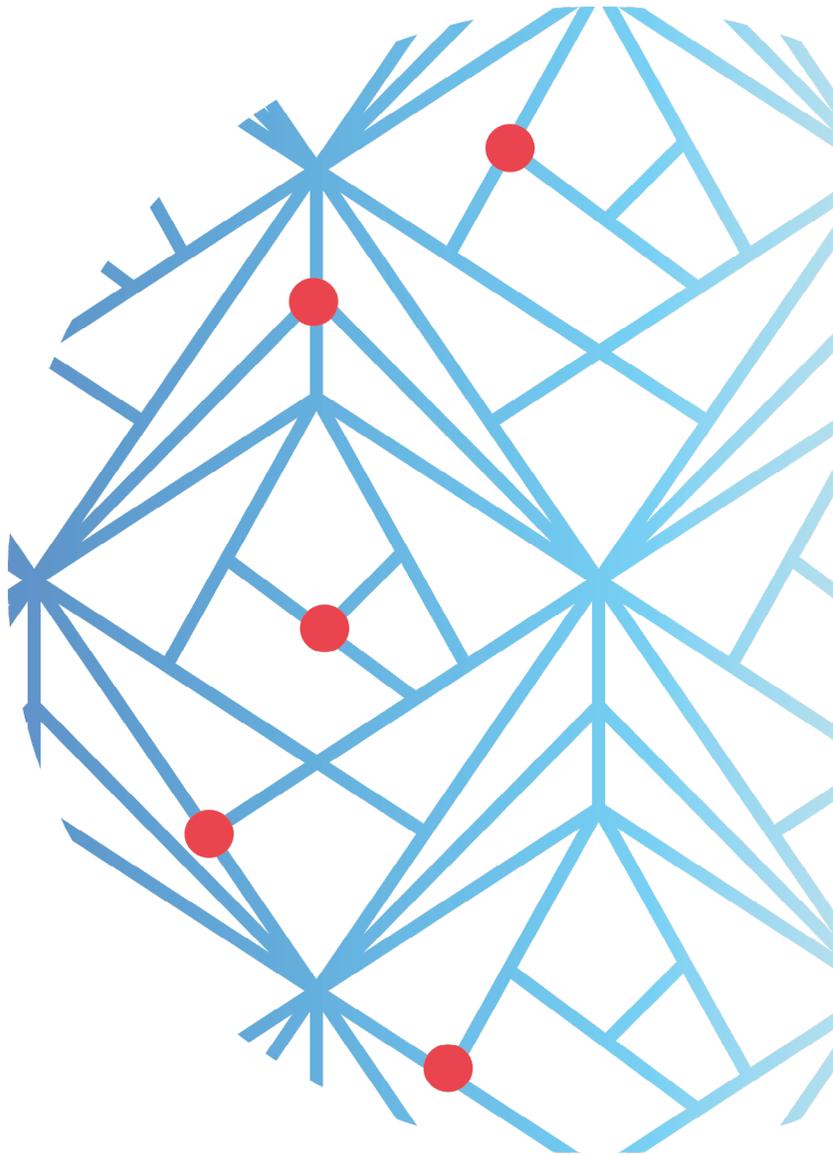
También hay gacetas en papel periódico, otras más en formatos pequeños tipo magazine, llegando hasta los formatos digitales más diversos, para plataformas y lectores distintos. Nuestras gacetas, diarios y demás, en este rico panorama respaldado por la Red Nacional de Gacetas, buscan representar de manera plena el periodismo universitario en México.

Pequeños y comprometidos equipos sacan adelante publicaciones fincadas en los valores de nuestras instituciones, en los proyectos y las políticas de las administraciones y las instancias de gobierno de todos los niveles, y en el compromiso más importante: nuestras comunidades, cuya cara más visible es y debiera ser el estudiantado, los jóvenes que depositan sus esperanzas, sus esfuerzos y su formación en la universidades y centros de investigación.

Con este anhelo y este horizonte se integra este libro conjunto, que no agota las posibilidades del periodismo universitario pero sí nos permite reunir décadas de experiencia de seres humanos haciendo publicaciones en papel y en formato digital, transmitiendo actividades en vivo por streaming, subiendo notas de audio y fotos y textos de estudiantes y profesores y trabajadores que dan fe de una comunidad viva, consciente y comprometida.

Sigamos haciendo periodismo universitario cercano, de todxs, abierto a la sociedad y dispuesto a la transformación de nuestro entorno.





**UNA HERRAMIENTA
PARA LA COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL Y EL SENTIDO
DE COMUNIDAD**

Rebeca Padilla de la Torre

Editora fundadora de la
Gaceta UAA

Rocío Basurto Morales

Entrevistadora



UAA

Las primeras publicaciones institucionales se gestaron con los primeros pasos, el crecimiento y el desarrollo académico de la UAA, facilitando la comunicación entre las autoridades y la comunidad universitaria y el público en general. La historia de la UAA ha sido narrada desde boletines impresos en papel revolución hasta en revistas de manufactura sencilla. *Voz Universitaria* surgió en 1974 como órgano institucional y se convirtió posteriormente en una revista cultural. *El Correo Universitario* fue un boletín informativo que, con el paso de los años, adquirió la función de órgano oficial; otra publicación fue el periódico *Los Universitarios*, con una periodicidad semanal que abordaba el acontecer universitario y los aspectos del contexto local que pudieran resultar de interés para

la comunidad universitaria. Éstas son algunas de las publicaciones que precedieron el trabajo de comunicación institucional que hoy desarrolla la Gaceta Universitaria, esta revista comenzó a publicarse el 2 de junio de 1996 en cuatro versiones, dirigidas a los principales públicos de interés de la UAA. *La Gaceta Universitaria*, para la comunidad de Aguascalientes, se publicó mensualmente en los tres principales diarios locales de la ciudad. Las tres versiones restantes se dirigían a la comunidad interna, a maestros, alumnos y personal administrativo.

Enseguida, presentamos un resumen de una charla con la doctora Rebeca Padilla de la Torre, profesora e investigadora del Departamento de Comunicación (área académica), quien impulsó el proyecto de la *Gaceta Universitaria* en 1996. Aquí resaltamos su importancia como medio para la comunicación institucional y aquellos aspectos que implica el periodismo universitario.

RBM: ¿Cómo fue y en qué contexto nace *La Gaceta de la Universidad Autónoma de Aguascalientes*?

RPT: Es importante precisar el concepto de periodismo universitario y el papel de la Gaceta como un órgano de comunicación institucional. En sentido estricto, el periodismo universitario es aquel que las propias instituciones otorgan cierta infraestructura y soporte para que los estudiantes ejerzan la actividad periodística, no sólo aquellos adscritos

a las carreras de comunicación o periodismo, sino que participan otros estudiantes al aportar contenidos y prácticas especializadas de acuerdo a su perfil profesional. Se trata de una organización en donde, a través del periodismo universitario, los estudiantes se forman y adquieren experiencia en distintos conocimientos y habilidades. Actualmente este periodismo se ha desdoblado en varios soportes mediáticos, incluso en las redes sociales digitales. En general, colaborar y participar en un periódico universitario es un asunto de prestigio para los alumnos, en la medida que se trabaje con calidad y seriedad. Sin embargo, en ocasiones, el periodismo universitario puede ser complejo debido a que es necesario separar la normatividad y perspectiva institucional de las visiones críticas de sus estudiantes, no sólo con respecto al quehacer universitario, sino además con relación a los temas públicos. Existen varios ejemplos, como el caso del semanario *Tribuna* de la Universidad Autónoma de Querétaro; *Borderzine*, de la Universidad del Paso; *L'Éxemplaire* de la Universidad Laval en Quebec, y, por supuesto, *Locus* de la Universidad Autónoma de Aguascalientes; por mencionar algunos, con diversas características incluso de financiamiento, al adquirir un mayor público y prestigio pueden lograr apoyo mediante la publicidad o el actual crowdsourcing, en donde, de manera voluntaria, sus lectores contribuyen a su sostenimiento.

La Gaceta de la UAA no nació a partir de este concepto de periodismo universitario o estudiantil. La propuesta fue crear un medio de comunicación institucional que diera a conocer los objetivos y el acontecer de la vida universitaria. En 1996, la propuesta de la *Gaceta* fue generar modalidades distintas, de acuerdo con las características y las necesidades de información de los principales públicos de la UAA: los alumnos, maestros, personal administrativo y, por supuesto, la comunidad de Aguascalientes. Por ello, se creó el proyecto de la *Gaceta UAA* que se publicaba mensualmente en los tres principales diarios locales con temas pertinentes para la población en general de acuerdo al ciclo de la gran diversidad de ofertas en educación y servicios que ofrece la UAA a su comunidad. Por otra parte, la *Gaceta UAA* dirigida a los profesores tenía como objetivo orientarlos de acuerdo a la complejidad de su quehacer, además de reconocer la trayectoria y aporte fundamental de los miembros de este sector a la vida universitaria. La edición para los alumnos se centraba fundamentalmente en apoyar y guiarlos en su trayectoria estudiantil y la *gaceta* para el personal administrativo abordaba los temas pertinentes para su quehacer, los cuales contribuyen desde otra perspectiva a la institución; por supuesto, al igual que la *Gaceta* dirigida a profesores se procuraba crear conciencia y reconocimiento hacia las tareas de sus miembros.

Entonces, el financiamiento de las gacetas fue posible debido a un proyecto que fue aprobado a través de una convocatoria de la Secretaría de Educación Pública para promover la imagen de la universidad pública y mejorar su comunicación interna. Esta propuesta fue considerada entonces innovadora e incluso se recibió la invitación de otras universidades del país para exponerlo. Incluso, a través de una encuesta de opinión que se realizó durante ese periodo, se comprobó el impacto favorable de la gaceta externa entre los aguascalentenses para conocer y valorar el quehacer universitario.

Sin embargo, es importante resaltar que este proyecto, implementado en el contexto de 1996 a 1999 no es factible tal cual para los tiempos actuales. Las tecnologías de la información y la comunicación han abierto otras posibilidades de difusión institucional como los portales o sitios web institucionales, las redes sociales digitales e incluso las apps. Ahora los hábitos de consumo mediáticos de la población han cambiado, se ha reducido la lectura en medios impresos, y esto obliga a pensar en otras estrategias para atender a los distintos públicos y usuarios. *La Gaceta de la Universidad Autónoma de Aguascalientes* sigue siendo una revista para la comunicación institucional.

RBM: Estamos en un momento en el que las gacetas universitarias deben replantear sus estrategias considerando las TIC y los actuales hábitos de consumo.

Más allá de la función que se tiene en la comunicación institucional, ¿qué aportaciones han tenido y pueden llegar a tener las gacetas?

RPT: Creo que una gran contribución de las gacetas es informar de todo aquello que sucede más allá de tu departamento académico. Fundamentalmente, las gacetas contribuyen a mejorar la imagen institucional hacia fuera, pero internamente robustecen el sentido de comunidad, podemos conocer quién es quién. Cuando se narran los éxitos de los académicos o los estudiantes, se fortalece la identidad y se llega a valorar aún más a la institución. Una función fundamental de la comunicación institucional es dar a conocer estos esfuerzos individuales que contribuyen al prestigio de la UAA, este reconocimiento fortalece el sentido de identidad y la conciencia del papel que todos tenemos para construir diariamente la calidad de la Universidad.

Teniendo esto en cuenta, un problema de comunicación generalizado entre instituciones y organizaciones de todo tipo, es que se pretenden resolver todos los problemas de comunicación en ocasiones con la misma estrategia y medios. Lo ideal es, en la medida de lo posible, identificar los principales públicos y audiencias, tanto internas o externas y plantear una manera de atenderlos.

Una institución como la UAA que ha tenido un crecimiento exponencial en los últimos años, se enfrenta a problemas de comunicación y cultura

organizacionales complejos. Por una parte, requiere dar a conocer información y normativas de manera homogénea, y a la vez debe ser sensible a los distintos perfiles y características poblacionales de su cada vez más diversa comunidad. Con base en lo anterior, habría que pensar en una segmentación viable, quizás considerando sus sectores clave que son los alumnos, profesorado y personal administrativo, así como la diversidad que implican sus centros académicos quienes contienen culturas disciplinares diferentes.

A partir de una revisión de investigaciones e intervenciones entre comunidades de jóvenes, actualmente prevalece el empleo de aplicaciones o apps para emplear en sus teléfonos celulares. A través de ellas se dan a conocer noticias, les recuerdan sus compromisos académicos y administrativos, se accede a sus registros escolares, conocen la oferta cultural, deportiva y de servicios que la UAA les pone a su disposición y asimismo permite levantar encuestas de opinión o para registrar prácticas y tendencias entre los alumnos.

Sin embargo, entre los profesores habría que considerar los criterios de su disposición para emplear estas aplicaciones. De acuerdo a las encuestas de consumo de medios, a partir de los 45 años disminuye el uso de medios digitales, aunque esta brecha tiende a reducirse rápidamente.

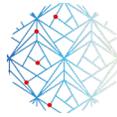
En México, actualmente las redes de Facebook y WhatsApp tienen un uso muy amplio, y habría

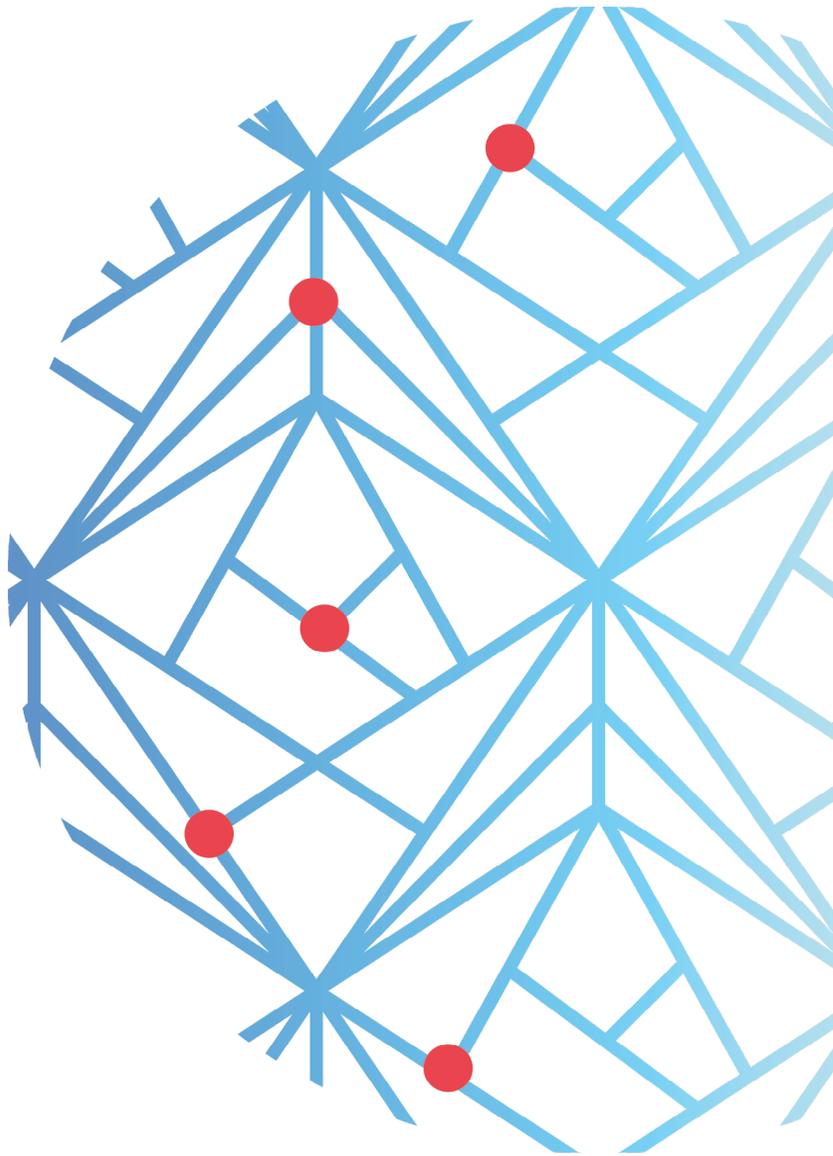
que anclar su manejo a la comunicación institucional para no dispersar su empleo. Por otra parte, para vincular la Gaceta al ejercicio de un periodismo universitario se requerirían mayores recursos para lograr dar cuenta del acontecer en los tiempos periodísticos, que actualmente son al momento. Para la Gaceta impresa sería difícil mantener este ritmo; sin embargo, otros medios como la radio, la TV y las redes digitales sí son capaces de dar cuenta al momento del acontecer fundamentalmente de la universidad y de lo público con mayor inmediatez.

RBM: Considerando el objetivo de la Gaceta de la UAA, de ser una fuente para la comunicación institucional, ¿qué reto tenemos que visualizar?

RPT: El principal reto es conocer las características de los recursos mediáticos con que cuenta la institución para generar las mejores estrategias de acuerdo a las ecologías mediáticas de sus públicos. Por lo tanto, las universidades, como cualquier organización, requieren evaluar sus medios y recursos de comunicación para aprovecharlos de la mejor manera a través de estrategias pertinentes. Actualmente, existe una mayor diversidad de medios y no se trata de emplear sólo los más recientes, sino comprender que todos tienen ciertas características y que cumplen un papel de acuerdo a los diversos públicos. Los medios impresos son tan valiosos como las redes digitales más recientes,

como Instagram y Snapchat que se enfocan en la visualidad y la inmediatez. Lo más importante es precisar cuáles son las necesidades de comunicación desde la perspectiva de los públicos y no sólo desde el punto de vista institucional, para que los contenidos difundidos cobren relevancia tanto en forma como en fondo para quienes van dirigidos; en ocasiones, no son mayores recursos los que se requieren, sino mejores estrategias.





FORJANDO LA MEMORIA
DE LOS UNIVERSITARIOS
COAHUILENSES

Jessica Agüero Martínez
Editora de la Gaceta de la
Universidad Autónoma de Coahuila

Miguel Sánchez Maldonado
y Nidia Marlen Sosa Rodríguez
Entrevistadores

The logo for UAdeC (Universidad Autónoma de Coahuila) is a vertical blue rectangle with the text "UAdeC" written in white, oriented vertically from bottom to top.

MSM-NMSR: ¿Cómo se ha caracterizado el ejercicio del periodismo universitario en los 40 años de existencia de la *Gaceta de la Universidad Autónoma de Coahuila*?

JAM: La Gaceta nace en 1976, con la rectoría de Melchor de los Santos Ordoñez, como un espacio informativo abierto y participativo del acontecer universitario; es 1975 cuando la UA de C inaugura una nueva era de autonomía y de procesos administrativos transparentes, universales y libres para sus estudiantes, docentes y administrativos. La Gaceta siempre ha buscado ofrecer a sus lectores una visión fresca y completa de la vida, trabajo y logros de la comunidad universitaria mediante

reportajes y artículos de divulgación científica y cultural producidos en un laboratorio de medios y de formación en el que participan estudiantes de Ciencias de la Comunicación y Diseño Gráfico, con el involucramiento de profesores investigadores de todas las disciplinas que se imparten en las escuelas de la casa de estudios del estado de Coahuila.

MSM-NMSR: ¿Quiénes han participado como colaboradores en la edición de la Gaceta de la UA de C y qué perfiles profesionales han tenido?

34

JAM: La Gaceta cuenta con alrededor de veinte colaboraciones entre estudiantes, docentes, investigadores y funcionarios, que aunados al trabajo de la Coordinación de Comunicación Institucional producen los textos y fotografías de las actividades más importantes de los ejes sustantivos de la universidad. A través de los reportajes institucionales en cada edición, la Gaceta ha guardado testimonio de los sucesos más importantes de la vida universitaria, tales como la llegada y egreso de nuevas generaciones de profesionistas coahuilenses; los procesos políticos y de toma de decisiones que han fortalecido a nuestra universidad; los logros deportivos; la expresión de la creatividad de nuestros estudiantes en obras de teatro; exposiciones; conciertos y los eventos que realzan nuestra identidad en las celebraciones, como los 150 años del *Ateneo Fuente* o los 60 años de la UA de C.

Los perfiles de los colaboradores de la Gaceta reflejan la diversidad de nuestra comunidad como redactores, han participado estudiantes, practicantes y egresados de las facultades de Ciencias de la Comunicación y de Letras, pero también investigadores de las facultades de Sistemas, Economía, Ciencias Químicas, Jurisprudencia, entre otras. Cada contribución refleja los intereses de los universitarios con textos periodísticos, resultados de investigación, reseñas de libros de autoría de académicos de la UA de C, e incluso hasta cuentos y poemas.

En cuanto al estilo visual de la Gaceta, podemos destacar también la participación de estudiantes de la Escuela de Artes Plásticas “Rubén Herrera” quienes han aportado ideas creativas y plasmado su espíritu juvenil en las páginas de la revista y además han encontrado un espacio para la presentación de la obra plástica y fotografías que producen en aulas y talleres y que ha sido expuesta en los recintos culturales de la UA de C. La participación de diferentes generaciones ha permitido que la Gaceta se transformara y consolidara como un órgano de difusión interno y hacia los públicos de interés de la institución.

MSM-NMSR: ¿Cómo se ha integrado la publicación de la Gaceta con otras estrategias de comunicación, difusión y divulgación de las actividades científicas y culturales de la UA de C?

JAM: La Gaceta integra estrategias que contribuyen a fortalecer tanto la autonomía como una cultura de respeto y legalidad, sin olvidar, la labor de difusión. También, desde 1976, ha funcionado como un importante instrumento de conservación de la memoria histórica de las actividades científicas y culturales de la UA de C. Nos hemos integrado a las actividades de difusión que la universidad tiene con los diferentes sectores de la población coahuilense a través de la producción editorial de la coordinación de Difusión Cultural, a las revistas científicas editadas por la dirección de Investigación, a las estrategias informativas en medios tradicionales y virtuales que hace la coordinación de Comunicación Institucional, a la radiodifusión en el Sistema Universitario de Radio de la UA de C en Saltillo y Torreón.

MSM-NMSR: ¿Cuáles han sido los principales logros y dificultades que ha tenido la edición de la Gaceta en sus 40 años?

JAM: Uno de los mayores desafíos es mantenerse al día con los avances de las TIC. Hace aproximadamente quince años, se inició la distribución en formato electrónico en el portal de la UA de C incluso se renombró como *Nueva Gaceta*. La disponibilidad de recursos para la producción de la revista implicó trabajar con mayor calidad y eficiencia para la reducción de tiempos de trabajo y menor costo sin sacrificar la calidad de la edición.

También para estar acorde a las distintas épocas y estilos directivos, para mantenerse dinámica y contar con mayor participación estudiantil, se hicieron modificaciones basadas en un estudio de audiencia elaborado por estudiantes de Mercadotecnia para ser más amable al lector, sin perder de vista el contenido ni su función original. En 2017, producto de este análisis, retomamos el nombre Gaceta pues representa parte de nuestra identidad como universitarios.

Posteriormente, se convocó a participar a la comunidad estudiantil a través de artículos para generar mayor producción propia y difusión entre los universitarios.

Estos retos han permitido a la Gaceta cumplir con su propósito de informar oportunamente y consolidarse como un espacio de participación para la comunidad universitaria.

MSM-NMSR: Ante la disminución de las ediciones impresas y el incremento de las publicaciones digitales, ¿qué puede hacer la Gaceta para continuar siendo un medio de comunicación oficial, atractivo y participativo?

JAM: Las gacetas tienen la obligación de innovar y adaptarse a los cambios, no sólo de las nuevas tecnologías de la información, sino también a las necesidades de consumo mediático y expectativas de información de los profesionistas del mañana y

de los profesores e investigadores acostumbrados a trabajar por la innovación. Hasta hace poco, la Gaceta se imprimía a dos tintas y tenía un tiraje de poco más de 1000 ejemplares, lo que resultaba insuficiente para comunicar y desarrollar el sentido de pertenencia en una comunidad de más de 36 mil universitarios. Como parte de este compromiso informativo y de integración, ahora, la Gaceta es distribuida en formato digital a toda la comunidad universitaria a través de los correos institucionales, y a grupos de interés y redes de profesionistas a través de mensajería electrónica instantánea.

MSM-NMSR: ¿Cómo contribuyen las gacetas universitarias en la formación de los futuros periodistas, y divulgadores de la ciencia y la cultura?

JAM: Son espacios para poner manos a la obra y experimentar con los procesos de producción informativa muy similares a los de cualquier agencia informativa o empresa de comunicación, pero con la apertura a la innovación para la creación periodística. La Gaceta contribuye a la formación de los periodistas y divulgadores de ciencia tomando el papel de un laboratorio, por esto, desde su inicio, permitimos la cercanía y la participación de los estudiantes interesados en hacer carrera en el diseño y la comunicación sin importar cuál sea su profesión.

MSM-NMSR: ¿Cómo se puede incrementar la colaboración de estudiantes de todas las disciplinas en las publicaciones de la Gaceta?

JAM: Incrementar la participación de los estudiantes es nuestra prioridad, por eso es importante la sinergia con los directores y maestros de las materias relacionadas a la Gaceta, por ejemplo, periodismo, diseño gráfico, literatura, etc. y publicar los mejores trabajos; difundir el esfuerzo de los estudiantes enriquece a la publicación, para un autor o para un creador de arte no hay experiencia más gratificante que ver su trabajo publicado. Nos toca a los editores de las gacetas universitarias seguir innovando en la búsqueda de mecanismos de difusión más ágiles, que lleven el trabajo de estudiantes e investigadores a más lectores.

39

MSM-NMSR: ¿Qué beneficios ha brindado la Gaceta al desarrollo de los estudiantes que han colaborado en estos últimos años?

JAM: A los estudiantes que han colaborado en la Gaceta, les ha dado la oportunidad de desarrollarse en un órgano informativo y de difusión con todos los retos y desafíos de mantener informada a la comunidad universitaria y ser al mismo tiempo una ventana para los creadores de contenido.

Como editora, la satisfacción de contar en el equipo con personas muy valiosas y profesionales

que cada una con su trabajo han hecho de la Gaceta lo que actualmente es; cada uno con su granito de arena ha contribuido a ir mejorando y adaptándonos a los nuevos tiempos y a los desafíos de las nuevas tecnologías, mi reconocimiento a personas muy capaces que están en constante capacitación para dar lo mejor, como lo hicieron en la Gaceta, en sus diferentes ámbitos de actividad.

Como colaborador me permitió desarrollar un sentido de pertenencia con la UA de C. Conocer a la universidad a través de las noticias que se generan sobre ella te permite entender la trascendencia de las acciones de todos los estudiantes y trabajadores de la universidad para lograr un mayor desarrollo social. Ahora como profesor comparto con los estudiantes anécdotas del trabajo como diseñador de la Gaceta los retos creativos y las frustraciones en la producción esperando que sean útiles a los futuros comunicadores y diseñadores.

MSM-NMSR: ¿Qué lineamientos o códigos ha implementado la Gaceta para el ejercicio del periodismo con ética y orientado a la protección de los derechos de lectores y audiencias?

JAM: Desde su origen, la Gaceta ha buscado cambio, versatilidad y cultura. En esta dinámica se toman como valores editoriales como la ética y la protección de los derechos de lectores y audiencias porque siempre se han priorizado en las transformaciones

de la gaceta. Sin embargo, parece que la equidad e independencia de esta generación necesita formatos más llamativos y, a la vez, imparciales.

Es importante contar con una planificación, objetivos, lineamientos editoriales, cumplimiento de la periodicidad, secciones de la revista, recepción permanente de artículos y colaboraciones, revisión de contenidos y estilo, y comunicación permanente con los autores, aceptación de trabajos y colaboraciones, programación de los contenidos, plataformas de publicación: formatos de publicación en línea, contenidos del sitio web de la revista: accesibilidad y elementos mínimos que se deben incorporar, estrategias para mejorar la visibilidad de la revista, redes de contactos, estrategia de difusión y distribución de la revista, presencia en redes sociales y criterios de aceptación de los trabajos y colaboraciones son algunas de las acciones que llevamos a cabo durante el proceso de edición y publicación de la Gaceta.

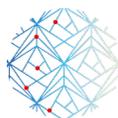
MSM-NMSR: ¿Cómo se promueve en la Gaceta la cultura de la transparencia, la diversidad y la sostenibilidad?

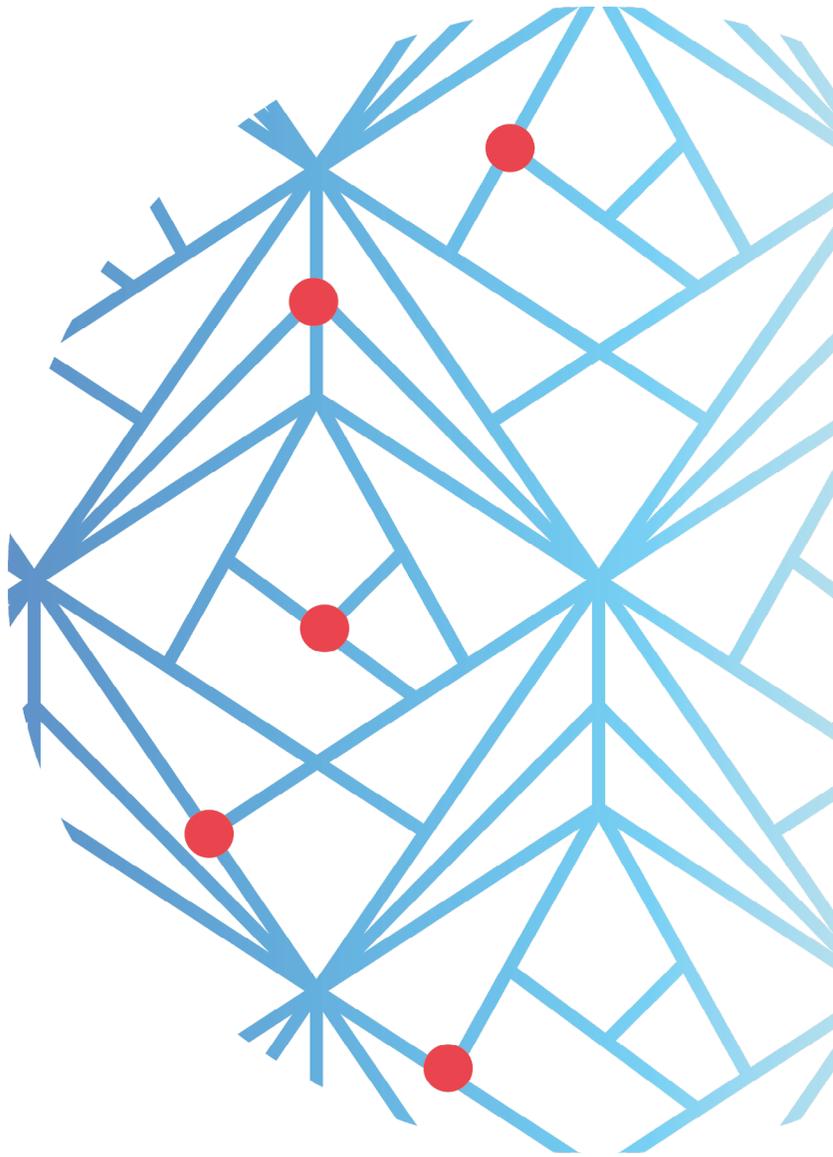
JAM: La Universidad Autónoma de Coahuila tiene como ejes rectores en sus planes de desarrollo la cultura de la transparencia y el desarrollo sostenible y como conducta ética de todos los universitarios el respeto a la diversidad.

La Gaceta comunica de manera veraz y de manera clara y sencilla los procesos administrativos y políticos que influyen en el quehacer de todos los universitarios, por ejemplo, tenemos la cobertura permanente de las sesiones del Consejo Universitario y la publicación de los reglamentos y procedimientos que sean aprobados por la comunidad. Otro ejemplo de transparencia es la cobertura de los informes de los rectores y directores de manera entendible y disponibles para todos, somos la memoria de nuestra universidad.

Respecto a la promoción la sostenibilidad, hemos publicado textos en los que se hacen recomendaciones de acción en la vida diaria para que utilicemos nuestros recursos con responsabilidad en secciones relacionadas con el cuidado del medio ambiente y el reciclado, educación financiera y nutrición entre otros temas. Además, tenemos cobertura de todas las actividades de las coordinaciones de Equidad de Género y de Medio Ambiente, además de las actividades estudiantiles como por ejemplo la publicación de la *Carta a la Tierra*.

Por supuesto somos una publicación que refleja la diversidad de los universitarios. La Gaceta es, ante todo, un medio para unir a quienes formamos parte de la comunidad académica pues refleja nuestra interacción cotidiana, registra el quehacer universitario, forjando la memoria colectiva y nuestra identidad de Lobos de la UA de C.





EL VALOR DEL PERIODISMO
INSTITUCIONAL EN
EL QUEHACER DE LA
UNIVERSIDAD DE COLIMA

Jorge Vega Aguayo

Director general de prensa de la
Universidad de Colima

Zuleima Marina

Morquecho Rodríguez

Entrevistadora



UCOL

Jornada tras jornada, las instituciones de educación superior cumplen con sus funciones sustantivas, formando profesionalmente a las generaciones que, con una visión global y sentido crítico, serán los protagonistas de los cambios que el país requiere para desarrollarse en todos los ámbitos.

Ese arduo trabajo por supuesto, debe ser difundido y conocido por la sociedad, quién finalmente es la que, a través de sus contribuciones, permite que las universidades reciban los recursos necesarios para su cabal funcionamiento.

Ése trabajo de difusión se realiza de manera profesional, a través del ejercicio periodístico institucional, utilizando los diferentes géneros periodísticos y la creatividad, para hacer llegar el mensaje universitario

a nuestra comunidad estudiantil y a la opinión pública. En la Universidad de Colima, el mensaje institucional es responsabilidad de una Coordinación General de Comunicación Social, la cual está integrada por el periódico *El Comentario*, la Dirección General de Prensa, la Dirección General de Radio Universitaria, la Dirección General de Publicaciones y la Dirección General de Televisión Universitaria, todas ellas integradas por profesionales de la comunicación y de periodismos, pero también del diseño gráfico, la lingüística o las letras.

El objetivo es lograr unificar ese mensaje institucional y adecuarlo para que pueda tener salida o sea consumido a través de diversas plataformas, como son medios de comunicación tradicionales o digitales.

Quien asume la diaria tarea de coordinar a un grupo de periodistas y fotógrafos para cumplir con las labores de cobertura de la información que se genera al interior de la Universidad de Colima es Jorge Vega Aguayo, licenciado en Lingüística por la máxima casa de estudios colimense y director general de prensa de la misma institución.

Cuenta con una experiencia de más de dos décadas en el periodismo, la literatura y la información institucional universitaria, como autor, editor y reportero, ha publicado tres libros de poesía y colaborado en periódicos y revistas como *Ecos de la Costa*, *El Comentario*, *Géneros*, *Tierra Adentro* o *Ventana Interior*.

La siguiente entrevista refleja su visión sobre el periodismo universitario institucional:

ZZMR: ¿Cómo define el periodismo universitario/institucional?

JVA: Es aquel que sirve para difundir, en el caso de la Universidad de Colima, el ser y el quehacer de la institución, tanto a los propios trabajadores como a la sociedad en general, a través de boletines, publicidad, entrevistas, y la gestión de espacios en los medios de comunicación externos.

ZZMR: ¿Cuál es el perfil que debe cumplir un periodista institucional?

47

JVA: Debe ser curioso como cualquier otro periodista, pero sobre todo estar interesado por conocer mucho, leer mucho, tener capacidad de entendimiento, porque no se trata de ser vocero de alguien. Nosotros, por ejemplo, no somos voceros de la Universidad, sino intermediarios informativos. Además, debe tener ganas de aprender e implementar las nuevas tecnologías que le permitan informar realmente a la sociedad.

ZZMR: ¿Cómo desarrollan el ejercicio periodístico universitario/institucional en la UdeC?

JVA: Se cubren eventos que se realizan en la Universidad de Colima o en los que esté involucrada la institución; se procesa la información en la Sala de Redacción (de la Dirección General de Prensa)

y se envía a todos los medios, en fotos, notas y publicidad.

ZZMR: ¿Cuáles es el valor que el periodismo institucional tiene en el quehacer de la Universidad de Colima?

JVA: Es muy raro que al periodismo institucional se le reconozca, en cuanto a género periodístico o como una opción periodística se refiere. No es bien visto por los periodistas, supongo que tiene mala fama. Yo creo que es importante porque da a conocer, en el caso de la Universidad, los logros que hacen los investigadores, los logros académicos, los logros de los funcionarios; es importante por eso, y sobre todo, uno de los valores que yo rescato es que sirve para transparentar todos los recursos públicos que se invierten en una institución. El periodismo tiene esa función y en ese sentido debería ser más valorado.

ZZMR: ¿Hay una noción de credibilidad por parte de la sociedad acerca del periodismo institucional?

JVA: Yo creo que sí y depende mucho de cómo se maneja. En el caso de nosotros, mandamos la información lo más completa posible, lo más clara, lo más objetiva, aunque es difícil porque en el periodismo hablar de objetividad es casi imposible. Insistimos mucho en notas de ciencia, que sean lo más entendibles, que sean útiles, que valgan la pena.

ZZMR: ¿Qué fallas impiden que el mensaje institucional se posicione en la opinión pública?

JVA: Las fallas que se encuentran en todo el periodismo, por ejemplo, que no se entienda el mensaje, que no se redacte bien, pero muchas veces es por deficiencia personal. Hay mensajes que no se entienden, confusos, pero nosotros cuidamos mucho eso. Creo que a diferencia del periodismo de los medios de comunicación, el periodismo institucional es más cuidado porque son varios filtros por los que debe de pasar. Se debe cuidar mucho en ese sentido porque es y debe ser, reflejo de la institución, incluso aquí tenemos la idea de que tiene valor legal, porque el periódico de la institución (*El Comentario*) es oficial.

En el periodismo institucional tenemos que revisar la fuente y corroborar declaraciones. En el caso de las notas científicas se le manda antes al investigador para saber si la información que proporcionamos es correcta y por eso el proceso de elaboración es más tardado, no se genera al instante.

ZZMR: En este entorno de internet en el que los lectores demandan información casi inmediata, ¿cómo lo trabajan?

JVA: Tenemos que dar un posicionamiento de la información de manera rápida. Apenas estamos descubriendo las fórmulas o cómo podemos trabajar en

ese sentido. Lo que hacemos en caso de una urgencia es trabajar conjuntamente con la Coordinación de Comunicación Social: sacamos una breve foto nota en Facebook para comunicar a las personas brevemente de qué se trata. Yo soy de la idea de que por la inmediatez no se tiene que perder la calidad; a veces, por exagerar la brevedad se pierde la claridad o la fuerza de un mensaje, y hay un principio que a mí, como director de Prensa de la UCol me gusta seguir mucho: ante la duda, abstenerse.

ZZMR: ¿Hay algún criterio que siga el periodismo institucional de la Universidad de Colima?

JVA: Básicamente son los mismos criterios que debe seguir el periodismo en general, sólo que éste en específico está al servicio de una institución. Tiene que considerarse el qué, cómo, cuándo, dónde y por qué; brevedad y concisión. Todos esos principios de igual manera se siguen aquí, siempre cuidando dar a conocer la información de la forma más clara posible.

ZZMR: ¿Cuáles son los géneros periodísticos que más se utilizan en los medios de comunicación institucionales de la UCol?

JVA: La que más se adapta al mensaje institucional es la nota informativa, y tratamos de manejarla lo más completa posible, sobre todo cuando se

trata de mensajes del rector. La nota informativa nos permite transmitir el mensaje institucional, aunque sea larga. Los medios de comunicación y los reporteros escogen de los boletines que generamos, la información que mejor les parece, respetando y siguiendo el enfoque del medio.

Hemos intentado con otros géneros periodísticos, entrevistas, reportajes, pero la nota informativa nos resulta más sencilla y completa para dar a conocer el mensaje todos los días. El resto de los géneros sí los utilizamos pero de vez en cuando, en el caso de la crónica no, porque es más objetiva/personal y debería ir firmada y eso no lo hacemos nosotros, nosotros damos a conocer la voz a la institución, no la voz de un reportero.

ZZMR: ¿Cómo difunden el periodismo institucional que genera la UCol?

JVA: Tenemos un periódico impreso, *El Comentario*, en el que se difunde nuestro trabajo. También lo hacemos a través del portal *Entérate* de web de la Universidad de Colima. Se envía a los medios de comunicación y cada uno de ellos retoma lo que considera importante. Hemos tenido que trabajar mucho en hacer más atractivas las notas para que los medios las publiquen. Antes se les pagaba para que publicaran los boletines, ahora no, ahora nos ganamos el espacio en los medios con productos informativos atractivos, contenidos novedosos,

exclusivos y que se relacionen con lo que le interesa saber a la gente.

Algunos de los productos informativos que realizamos también los retomamos medios nacionales como *Notimex*.

ZZMR: ¿Quiénes desarrollan el mensaje institucional de la UCol?

JVA: Trabajadores (reporteros) de la Universidad de Colima, a veces nos ayudan estudiantes, aunque no es muy común. Se ha logrado mayor participación de los estudiantes en *El Comentario*, un espacio en el que se han adentrado a generar contenido noticioso institucional. Hemos invitado a éstos mismos a que se integren a la oficina de Comunicación Social para que hagan lo mismo, pero no lo ven como un medio o un lugar donde se pueden desarrollar profesionalmente.

ZZMR: ¿El periodismo universitario/institucional es un campo laboral atractivo para egresados de periodismo, comunicación o disciplinas afines?

JVA: Yo de manera personal encuentro valor en el periodismo institucional por como se ha venido desarrollando el periodismo convencional, que se ha rodeado de cuestiones de violencia, política, inclusive de pleitos. El periodismo institucional es más positivo y propositivo, conoces las tendencias

más actuales en física teórica, química, salud, historia, sociología; estás al día de las corrientes e ideas que se están manejando. Normalmente la gente busca el contenido negativo, pero en lo personal me parece muy desgastante.

Para mí el periodismo institucional es una gran área de oportunidad, porque puedes conocer lo más actual y entenderlo, porque finalmente no es sencillo entrevistar a físicos, doctores, investigadores, porque tienes que saber de qué están hablando, qué vas a preguntarles, y esto mismo implica más preparación, concentración y significa también un reto.

Una de las grandes carencias que tenemos como institución es la divulgación científica. No tenemos mucha gente especializada que se interese en divulgar la ciencia. Por generación (de periodistas o comunicadores) podría deducir que solo uno decide enfocarse en esta área y la mayoría prefiere irse a lo político y policiacas.

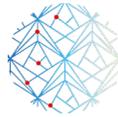
Una de las ventajas que tiene la Universidad de Colima es que aquí se pueden encontrar investigadores de todo tipo, desde los que estudian las enfermedades de las plantas, los que desarrollan productos biológicos para controlar las plagas, entre muchos otros, y tenerlos aquí es una ventaja muy grande y darles a conocer este tipo de contenido a la sociedad es muy útil.

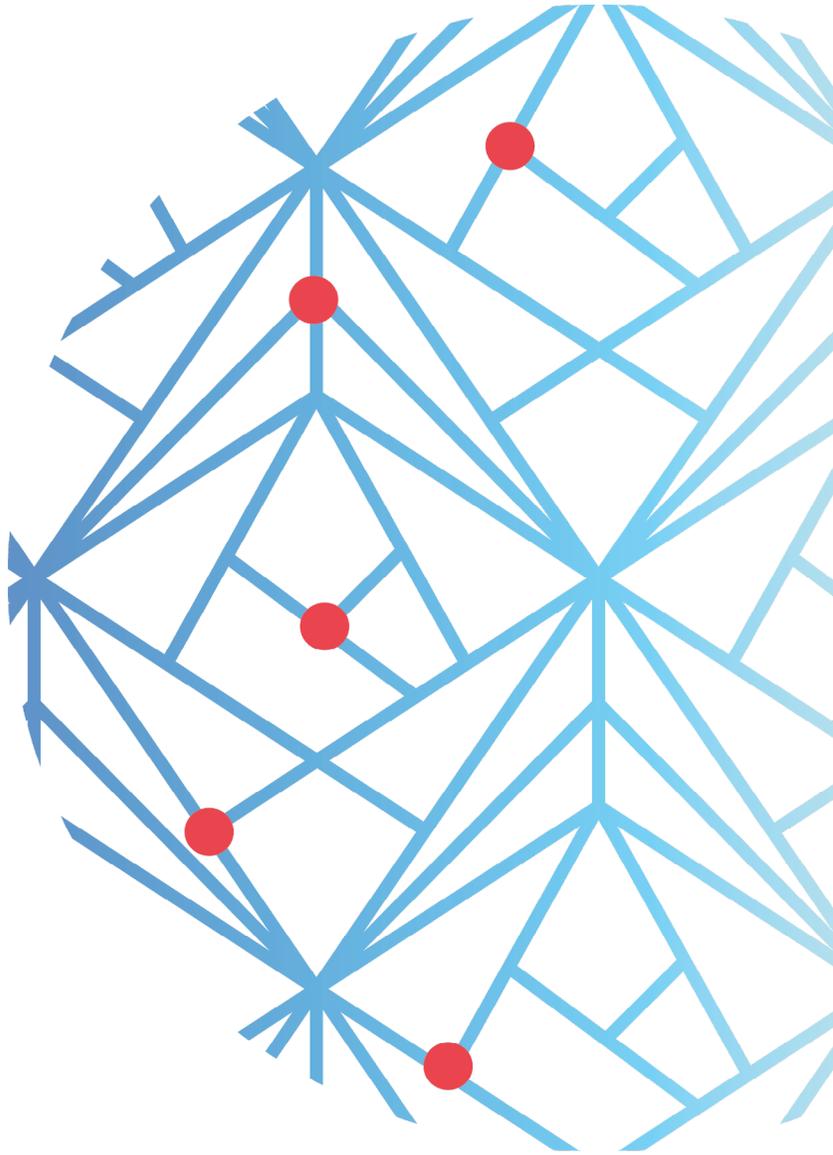
ZZMR: ¿En qué se puede trabajar para que el periodismo institucional se posicione en la opinión pública?

JVA: Ofrecer productos más atractivos que por sí mismos vendan, vincularse más con la sociedad en ese sentido, conocer qué temas son los que les interesa y trabajar un poco más en ofrecer productos más inmediatos por la época de inmediatez informativa en la que estamos viviendo.

ZZMR: De manera personal, ¿cómo ve el periodismo?

JVA: Desde la antigüedad cuando llegaban los heraldos y le daban una noticia mala al rey, los mataban, siempre matan al mensajero. El gran reto ahora de nosotros, los reporteros, es saber desarrollar e informar a la sociedad de manera clara y transparente, estar cerca de los que toman las decisiones, pero estar aún más cerca de aquellos que te van a leer.





UN FRAGMENTO
DE HISTORIA EN EL
PERIODISMO UNIVERSITARIO

Víctor Samuel Palencia Alonso

Periodista

Alfredo Arévalo

Entrevistador

UJED

Víctor Samuel Palencia Alonso ha hecho grandes aportaciones para difundir el quehacer universitario y a la par ha forjado una carrera de más 50 años en el periodismo. El motivo por el cual comenzó a escribir lo explica de la siguiente manera: “Inicié a temprana edad el camino de la creatividad y la comunicación, en primaria un poema a la Madre logró triunfar y el premio fue declamarlo en la estación de radio XECK”.

Ese poema lo inició en el gusto por la escritura, el cual lo llevó a comenzar su carrera dentro del periodismo, donde el próximo año, precisamente el 7 de enero, cumplirá 50 años escribiendo en las páginas editoriales de *El Sol de Durango*. Y dentro de su experiencia ha sido por 33 años director, docente y difusor de la cultura; lugar desde el que impulsó grandes

cambios buscando una universidad partícipe de las problemáticas sociales.

En los párrafos siguientes Palencia Alonso nos regala un fragmento de la historia del periodismo universitario que dio origen a la Dirección de Comunicación Social de la Universidad Juárez del Estado de Durango y con ello a un quehacer informativo para difundir las acciones de la máxima casa de estudios.

AA: ¿Qué motivó la creación de la Dirección de Comunicación Social en la UJED?

58

VSPA: El sábado 28 de mayo de 1988 fue designado rector por el H. Consejo Universitario el Dr. Jorge Ramírez Díaz, luego de una maratónica sesión para sustituir al Dr. Juan Francisco García Guerrero; y el lunes 30 de mayo de 1988 se crea la Dirección de Comunicación Social, de la cual estuve a cargo y que anteriormente era la Oficina de Relaciones Públicas, a cargo del Lic. René Barbier.

La UJED crea mucha información en sus tres funciones básicas: docencia, investigación y difusión de la cultura, sin embargo, no se difundía su quehacer y es algo que la sociedad debe conocer, lo que hace su máxima casa de estudios. De ahí el interés de crear la Dirección de Comunicación Social, pero con la idea de una Universidad partícipe, orientadora, de propuesta ante los problemas económicos, políticos y sociales. Por ello mi trabajo se enfocó a conseguir ese objetivo.

AA: ¿Qué necesidades cubrió la creación de esta dirección?

VSPA: Con lo anterior podemos afirmar que la Dirección de Comunicación Social vino a cubrir la imperiosa necesidad de difundir el quehacer universitario, que con gran visión se ha mantenido. De manera personal propondría que de esta Dirección dependieran TVUJED y Radio Universidad, para consolidar un proyecto de comunicación escrito, auditivo y visual, desarrollando un periodismo en forma integral y se podría generar una mayor y mejor política de información universitaria para la sociedad, a la cual nos debemos.

AA: ¿Cuál fue su visión sobre los proyectos creados en esta dirección?

VSPA: Como herramientas en la difusión del quehacer universitario, en 1989 se realizó la edición de la revista “*Ciencia y Arte*”, primer órgano de difusión cultural de la Universidad Juárez del Estado de Durango, la cual en algunos de sus números rescató el contenido de los Foros Académicos que organizamos a través de la Dirección de Comunicación Social universitaria; además de publicar páginas en *El Sol de Durango*, lo cual se llevó a cabo de 1990 a 1993, donde se editaba la página titulada “*Lunes de Universidad*”, y en 1992 se incluyó otra página cultural, publicada diariamente.

De esta revista se editaron 12 números y por medio de la publicación en el periódico local *El Sol de Durango* se informó a la sociedad sobre el quehacer universitario. Además de utilizar medios impresos se estructuró un noticiero radiofónico a través de Radio Universidad que diariamente permitía informar objetiva y oportunamente a la sociedad en general y en particular a la comunidad juarista sobre el acontecer internacional, nacional, regional, local y del quehacer universitario.

Se utilizaron todos los medios disponibles para la difusión del trabajo universitario, por ello la labor fue tan diversa, por ello la realización de foros, talleres, edición de medios universitarios, a los que se añadía la publicación de más de 50 libros con un tiraje de 1,000 unidades de cada obra, todos ellos de autores duranguenses.

Dentro de las publicaciones de la revista "*Ciencia y Arte*" se hacían trabajos orientados a un fin específico, por ejemplo, el número 10, publicado en 1992, lo dedicamos a los "Apuntes de Periodismo y Comunicación", y como exigencia básica ofertaba los Talleres de Periodismo que se llevaron a cabo en el Edificio Central Universitario.

En complemento a estos talleres pudimos traer y escuchar a los directivos y editorialistas de los principales periódicos nacionales, como *El Financiero*, *El Universal* y *La Jornada*. Se convocaron a los Premios Nacionales y Estatales de Periodismo "*Francisco Zarco*" y "*Antonio Gaxiola*", respectivamente.

También la Universidad Juárez fue sede del Premio Nacional de Periodismo “*Manuel Buendía*”, que en esa ocasión lo obtuvo Cristina Pacheco, y se le hizo entrega en los corredores del Edificio Central.

El Premio Nacional de Periodismo “Francisco Zarco” se realizó en 1991, que fue recibido por el Lic. Juan Francisco Ealy Ortiz, director general del periódico “*El Universal*”; para 1992 se realizó nuevamente, en esta ocasión lo obtuvo el periódico “*La Jornada*” y lo recibió su director general, Carlos Payán. En relación con el Premio Estatal de Periodismo “*Antonio Gaxiola*”, en 1991 lo obtuvo Leopoldo Mendivil; posteriormente, en 1992, Guillermo Favela Quiñones. De igual manera se convocó al 1.er Premio de Periodismo Gráfico “*Lupita Valenzuela 1992*”, para los cuales se tuvo gran participación e interés.

Posteriormente se impartieron cinco Cursos de Periodismo Académico, mismos que fueron la base para crear la carrera de Licenciado en Periodismo o en Comunicación, retomado por diversas universidades privadas en el estado de Durango.

De ellos surge la revista “*Apuntes de Periodismo y Comunicación*”, que contiene los diferentes géneros periodísticos, y además incluimos el cómo hacer guiones para radio y televisión. Esta publicación se llevó como libro de texto en algunas carreras de comunicación en diversas universidades del país, ya que la revista la circulábamos a nivel nacional entre todas las instituciones de educación superior,

públicas y privadas. En lo personal, lo llevamos como libro de texto cuando fui profesor de la materia de “Prensa” en la Universidad Vasconcelos.

En la Dirección de Comunicación Social de la UJED tuvimos la oportunidad de editar más de 50 obras, principalmente de autores duranguenses; y como parte del trabajo enfocado a esa difusión, se organizaron una serie de Foros Académicos: “*La Revolución Mexicana a 75 años de distancia*”, “*La contaminación ambiental en Durango*”, “*Durango rumbo a la década de los 90*”, “*La mujer...*” y “*Elecciones 1992*”, en los cuales participaron 130 expositores, 28 moderadores y 10 evaluadores. Además, se celebró el 1.er Torneo Internacional de Ajedrez “Copa UJED 1989”, con motivo del 133 Aniversario de la UJED como institución educativa.

En 1991 se publica el libro “*Apuntes para la historia del periodismo, la radio y la televisión en Durango*”, editado por la UJED, el cual se entregó en un desayuno realizado en el Edificio Central, ofrecido por la Rectoría a los medios de comunicación con motivo de las fiestas decembrinas.

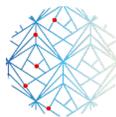
En 1997 se llevó a cabo la edición de “*Hojas de Vida. Testimonios para la historia de la Universidad Juárez del Estado de Durango*”, obra que fue el trabajo recepcional que presenté para ingresar al Seminario de Cultura Mexicana, corresponsalía en Durango.

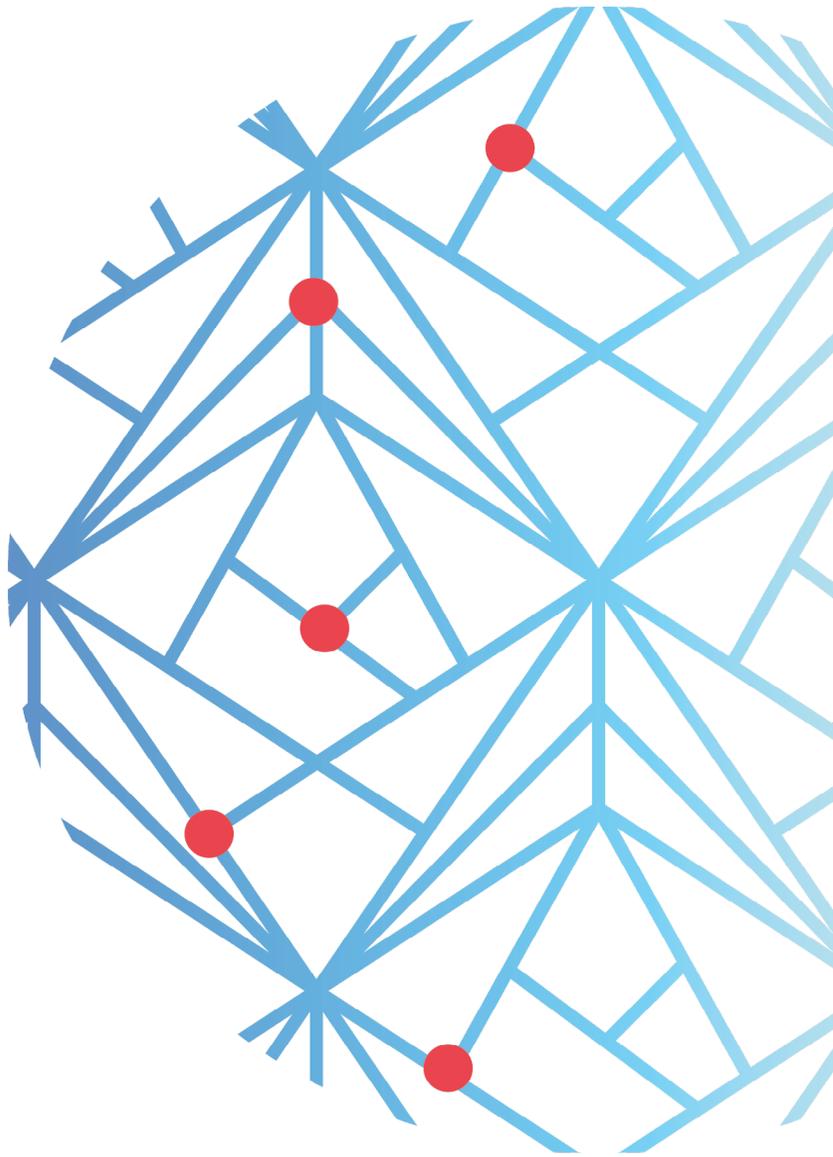
El prólogo es de los ex rectores, el rector en ese momento y los cronistas de Durango.

Cada una de estas obras se realizó con un objetivo definido, sin embargo, el alcance de las mismas superó nuestras expectativas y con ellas dejamos la prueba tangible y comprobable de la historia universitaria hasta 1997, de ahí a la fecha muchos cambios se han dado en la historia universitaria, por ello es necesario realizar otra obra que complemente este tiempo.

AA. ¿Cómo es el periodismo universitario actual?

VSPA: Desde su creación a la fecha, la Dirección de Comunicación Social se ha modificado, posterior a Víctor Samuel Palencia Alonso, primer director, han estado cuatro directores; actualmente en el cargo está Norma Huizar Hernández. El personal y el equipo han cambiado en este tiempo, así como también se ha modificado la manera de difundir el quehacer universitario. Se han formado vínculos con otras instituciones educativas al pertenecer a la Red Nacional de Gacetas Universitarias, que ha dado la oportunidad de incrementar el alcance del trabajo realizado en la Universidad Juárez del Estado de Durango, y a la par de los avances en tecnología el acceso a la información y difusión no tiene límites.





**LA GACETA DE LA UNIVERSIDAD
DE GUADALAJARA:
UN REFERENTE INFORMATIVO
ESPECIALIZADO**

José Luis Ulloa Luna

Coordinador de la Gaceta de la
Universidad de Guadalajara

Esaú Gabriel Bucio Rayas

Entrevistador



UdG

Las Instituciones de Educación Superior de México han desarrollado sus propios medios de comunicación para la difusión del quehacer universitario, tales como radiodifusoras, televisoras y sus gacetas, órganos de difusión oficial que trascienden del mensaje institucional a la divulgación del conocimiento, su proyección cultural y deportiva.

Con más de 25 años de existencia, en su nueva etapa, *La gaceta de la Universidad de Guadalajara*, se ha convertido en un referente informativo en su comunidad universitaria, sociedad y medios masivos de comunicación de Guadalajara, Jalisco, México.

¿Cuáles considera son las aportaciones de la publicación universitaria a la comunicación institucional de la Máxima Casa de Estudios de Jalisco?, le preguntamos

al maestro José Luis Ulloa Luna, quien se ha desempeñado como reportero, jefe de información y en el momento de realización de esta entrevista, coordinador de *La gaceta de la Universidad de Guadalajara*.

JLUL: Como medio de comunicación oficial, es una herramienta importante para la difusión de sus actividades académicas, culturales y deportivas; facilita la integración entre su comunidad universitaria al fomentar la identidad y sentido de pertenencia a la Institución y es un intermediario para la vinculación con grupos de interés, como son los directivos de instituciones públicas y privadas, universidades nacionales y extranjeras, embajadas, entre otros públicos. No solo son páginas con textos e imágenes, es el registro de la historia de la universidad. En 2019, se cumplen 45 años de la primer *Gaceta Universitaria*, y 25 años, en su nueva etapa, de publicarse continuamente. De mayo de 1995 a agosto de 1998, de manera quincenal, y de septiembre de 1998 a la fecha, semana a semana.

Al año se editan en promedio 45 ediciones, y cada una de ellas, es “como una hija”, retomando las palabras del maestro José Manuel Jurado Parres, responsable que la Universidad de Guadalajara cuente con este órgano informativo. Cada edición es diferente y cumple premisas básicas del periodismo: novedad, oportunidad, contextualización de la información, claridad y relevancia. Se busca que la publicación sea un producto comunicativo

con valor y utilidad para sus lectores. El periódico institucional es un instrumento importante para la Comunicación Institucional.

Son publicaciones que reflejan el vivir de sus integrantes en sus diferentes ámbitos, es decir, laboratorios, aulas, auditorios, centros culturales, escritorios, entre otros espacios. Ese discurso institucional, los testimonios y las imágenes que las ilustran se entrelazan para conectar con el lector, ya sea estudiante, académico, trabajador administrativo, de servicio, egresados y la sociedad y se identifiquen con su universidad, y ser partícipes de la misma.

EGBR: ¿Podría afirmarse entonces que la *Gaceta Universitaria*, hoy *La gaceta de la Universidad de Guadalajara* nace para atender una necesidad de comunicación institucional?

JLUL: Así es, en 1974; año de creación y primera etapa de la *Gaceta Universitaria*, como órgano de la Administración Central, tenía que dar a conocer a su comunidad universitaria lo que hacía su universidad y en su momento cuando apareció, era un tríptico que informaba en notas breves las actividades universitarias. Hoy es una publicación de 40 páginas, además de contar con un sitio web que tiene entre sus apartados una hemeroteca de sus ediciones en archivos PDF, desde el número 1 de su nueva época (1995).

En 2013 fue reconocido en sesión del Consejo General Universitario como el medio de comunicación oficial de esta Casa de Estudio.

EGBR: ¿Considera que las gacetas, como herramientas de la comunicación institucional, deben vincularse no solo con disciplinas como el periodismo, sino también de otras como las relaciones públicas y el marketing?

JLUL: Sí: en el Periodismo; porque se utilizan los géneros periodísticos, como la crónica, la nota informativa, la entrevista, la columna, el reportaje. De las Relaciones Públicas; por su relevancia para la vinculación e interacción con los universitarios, fuentes de información para las gacetas y que tienen representatividad en la publicación, cuando participan en conferencias, congresos o con sus proyectos de investigación; o los estudiantes en campeonatos deportivos o de conocimientos, como son Olimpiadas de Química y Concurso de Tesis, por mencionar algunos ejemplos.

Mientras que en la Mercadotecnia como medio de comunicación debe considerar las “P”: tener claridad de los objetivos de la publicación universitaria y conocer a sus públicos por quienes existen las gacetas. No es cuestión de realizarlas solo porque otras universidades cuentan con la propia. Además, la permanencia en el tiempo de una publicación no es criterio de índice de lectura.

Es necesario realizar una autocrítica e investigación porque el número tiraje de ejemplares no es equivalente al número de universitarios.

EGBR: ¿Qué criterios resaltaría como importantes de una publicación universitaria para realizar un órgano informativo con calidad? Ejemplo, en cuanto a contenido, ¿su oportunidad, relevancia, jerarquía y trascendencia? y respecto a su formato ¿el diseño, tamaño, color, imagen?

JLUL: Todos los criterios mencionados deben tenerse en cuenta al elaborar una gaceta, porque los lectores valoran cada unos de esos atributos al notar que tienen en sus manos una publicación que es atractiva a su lectura, tanto por sus temas, imágenes, ilustraciones, tipografía y diversificación de contenidos.

71

EGBR: ¿Y con respecto a su precio y distribución?

JLUL: También son importantes porque de nada sirve tener una edición solo en las oficinas de directivos, debe entregarse a los integrantes de los miembros de la comunidad universitaria. Cada ejemplar es un registro, una forma de rendir cuentas del trabajo de la universidad. *La gaceta de la Universidad de Guadalajara* no tiene precio de venta a sus lectores, son ejemplares gratuitos.

EGBR: ¿Existen estudios sobre el consumo de este tipo de publicaciones? ¿Son necesarios? ¿Por qué?

JLUL: A título personal, en 2008, al realizar estudios de posgrado, desarrollé investigación sobre el posicionamiento de *La gaceta de la Universidad de Guadalajara* en su comunidad universitaria para caracterizar a sus públicos, nivel de lectura del producto comunicativo y aspectos valorados por sus lectores. En general, 80 por ciento de los universitarios leían ediciones de *La gaceta* y en ese momento, la publicación fue el medio más consultado, entre otros medios universitarios, entre ellos la web oficial de la universidad. En 2017, se realizó un somero sondeo y continuaban; tanto *La gaceta* como la web de la universidad como medios importantes de información entre los universitarios.

Desconozco otras investigaciones. Más en los distintos encuentros nacionales de la Red Nacional de Gacetas Universitarias de México, entre directivos y equipos de colaboradores, encargados de desarrollar las publicaciones, cruzamos información y observamos que hay escenarios muy dispares, tanto para su elaboración, periodicidad, forma de presentación (digital o impresa), y si es impresa, el número de ejemplares que distribuyen. Con relación al segundo cuestionamiento, sí son necesarios los diagnósticos periódicos sobre la función que cumplen las gacetas en la comunidad universitaria y conocer sus necesidades, expectativas y consumo de información sobre su casa de estudio. Menciono esto porque poco a poco algunas publicaciones migran del impreso a versión digital,

y esto conlleva a la adaptación de la información a otro tipo de lenguajes y la inclusión de lo multimedia.

EGBR: Con la experiencia que ha obtenido al pertenecer al equipo de *La gaceta de la Universidad de Guadalajara*, ¿por qué considera que este órgano informativo se ha sostenido en el tiempo?

JLUL: Por su importancia como órgano informativo oficial de la Universidad de Guadalajara, el apoyo institucional para la continuidad del medio de comunicación y la vasta información que día a día se genera en los espacios de la universidad. A esto agregaría, la dedicación y profesionalismo de los diseñadores, del ilustrador, editor, correctores, fotógrafos, reporteros, del personal de apoyo para la distribución de ejemplares de *La gaceta*. Toda su aportación y creatividad es visible en sus ediciones para realizar un producto atractivo a la lectura.

EGBR: ¿Cuáles considera son las aportaciones sociales con las que contribuye este ejercicio periodístico?

JLUL: El periódico institucional cumple la función informativa que todo medio de comunicación al presentar en sus páginas la realidad de la institución; acorta distancias con los lectores al acercar el conocimiento; resultado de los proyectos de investigación aplicada que se desarrollan en las distintas áreas del conocimiento, sociales, ingenierías, de la

salud entre otras, y contextualiza al lector sobre el acontecer diario, con datos e información de manera que amplíen su visión sobre temas diversos.

EGBR: ¿Ha visionado convertirse en un laboratorio de medios y de formación de estudiantes de periodismo, comunicación o disciplinas afines?

JLUL: *La gaceta* ha sido un espacio de formación de muchos profesionales del periodismo, algunos continúan en el equipo, otros migraron a laborar en medios de comunicación. En la redacción se han formado profesionales que iniciaron como prestadores de servicio social o prácticas profesionales, hasta compañeros que desarrollan sus habilidades periodísticas y lograron reconocimiento a su labor.

Por ejemplo, Jorge Alberto Mendoza, ganador del *Premio Jalisco de Periodismo 2018*, quien aprendió fotografía en algunos cursos y de manera autodidacta; su paso y legado por la publicación universitaria puede observarse en portadas de la edición, las cuales favorecieron para que se convirtieran en atributo valorado por los lectores después de la contraportada.

Otros casos son: Verónica de Santos, *Premio Jalisco de Periodismo 2011*, en la categoría Entrevista; Adriana Navarro, quien obtuvo mención honorífica en el *Premio Nacional Rostros de la Discriminación Gilberto Rincón Gallardo (2009)*; José María

Martínez, *Premio Jalisco de Periodismo 2009*, en la categoría Fotografía; Cristian Uribe, ex editor de *La gaceta*, obtuvo mención honorífica en la categoría Crónica, en el *Premio Jalisco de Periodismo 2008*, y en este mismo certamen, Mariana Gonzalez, reportera de *La gaceta* y Raúl Peguero, de Radio Universidad, ganaron el primer lugar en la categoría Radio; en 2011, Wendy Aceves, hoy coordinadora de la Licenciatura en Periodismo Digital, del Sistema de Universidad Virtual, de la UdeG, obtuvo el tercer lugar en el premio de periodismo *Prevención del Embarazo en Adolescente*, organizado por el Centro Latinoamericano Salud y Mujer, A.C. (CELSAM) y Alberto Spiller, actual editor de *La gaceta*, en 2010, obtuvo el tercer lugar en el *Premio Lorenzo Natali*, categoría de América Latina y el Caribe, esta presea es otorgada por la Comunidad Europea, en colaboración con Reporteros sin Fronteras y World Association of Newspapers and News Publishers (Wan-Infra).

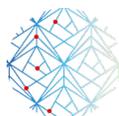
Estos son reconocimientos a su trabajo y talento, que es visible en la publicación universitaria –la cual ya cuenta con más de mil ediciones–, a través de sus reportajes de investigación sobre temas coyunturales que afectan a la sociedad, con respaldo de especialistas universitarios en diversas áreas de conocimiento que estudian a profundidad dichos tópicos, por ejemplo, las comunidades indígenas que se han asentado en las periferias de Guadalajara, y las brigadas universitarias que

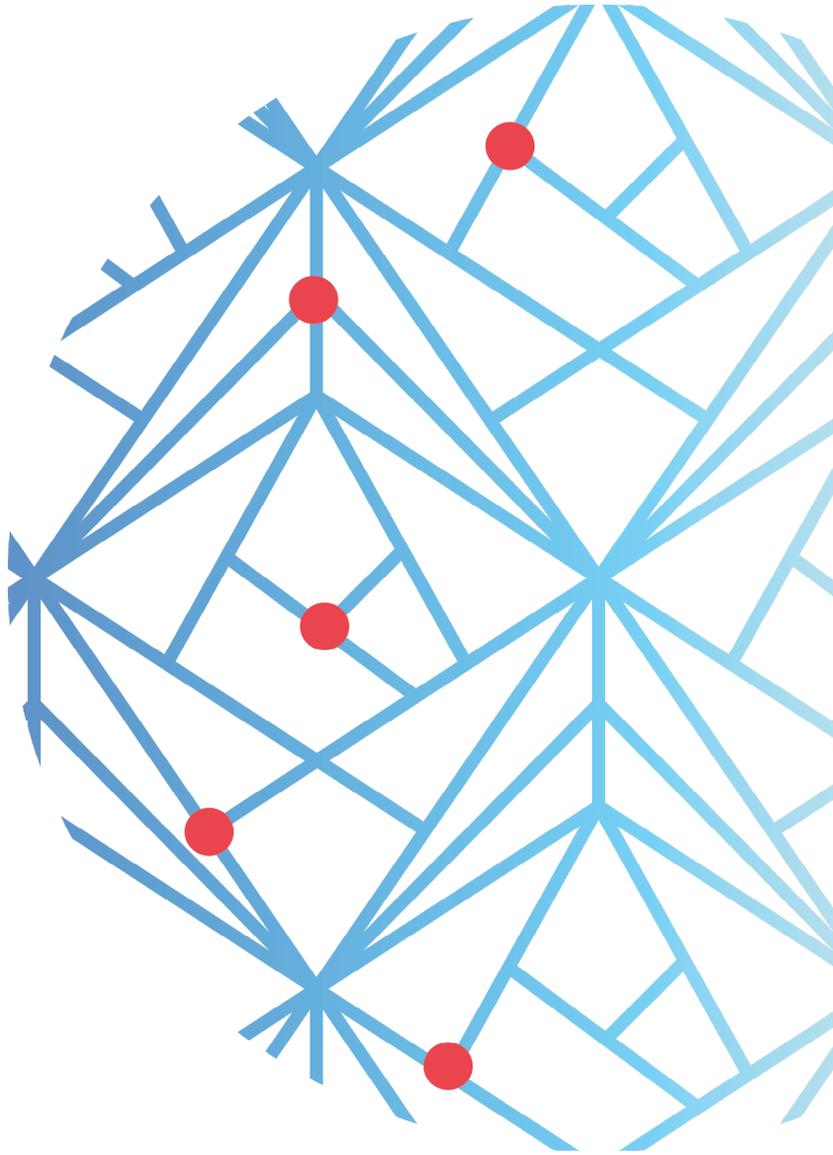
les atienden; o el de las adolescentes de apenas 12 años y que en vez de jugar a las muñecas, deben hacerse cargo de sus bebés, con asesoría brindada por especialistas en salud pública. *La gaceta* es un espacio para fomentar la creatividad y proactividad, y narrar nuestra realidad de diversas formas, con apoyo de todo un equipo de colaboradores.

EGBR: En su opinión, ¿Las gacetas realizan un periodismo universitario o periodismo especializado?

JLUL: Habría que especificar que las Instituciones de Educación Superior al pertenecer a un sector educativo informan en sus gacetas temáticas u actividades relacionadas con su identidad institucional. Para difundir su quehacer universitario utilizan géneros periodísticos y tienen las premisas básicas del periodismo, anteriormente mencionadas. A esto se suma que utilizan un lenguaje institucional, un vocabulario y jerga técnica como lo tiene el sector cultural, empresarial, médico, entre otros.

Por lo tanto, las gacetas si realizan un periodismo universitario especializado, y, además, brindan respuestas a las necesidades y expectativas de información específica a públicos interesados en el trabajo de las universidades y su vinculación con la sociedad.





**PERIODISMO UNIVERSITARIO,
MEMORIA HISTÓRICA
DE UNA INSTITUCIÓN**

Carlos Ulises Mata

Escritor y editor institucional

Ana Paulina

Mendoza Hernández

Entrevistadora

The logo of the University of Guanajuato (UG) is a vertical blue rectangle containing the white letters 'UG' in a bold, sans-serif font, oriented vertically.

El periodismo es una pasión insaciable que sólo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad. Así definía el escritor Gabriel García Márquez a un oficio al que también describió como un género literario al nivel de la novela, la poesía, el cuento y el teatro.

El periodismo universitario es el que se escribe para informar los acontecimientos de las instituciones educativas de nivel superior, de igual forma, tiene el reto de ser tarea de investigación, divulgación y emoción que nos transmita en una noticia, crónica o reportaje todas las sensaciones que quizá nos puede dejar la lectura de un poema.

Para esta iniciativa de la Red Nacional de Gacetas Universitarias, desde la Universidad de Guanajuato

entrevistamos a Carlos Ulises Mata, escritor y editor con una extensa trayectoria en el periodismo y en la elaboración de publicaciones institucionales.

APMH: Desde tu experiencia, ¿cómo defines el periodismo universitario en las publicaciones tradicionalmente consideradas como gacetas institucionales?

CUM: No creo que el periodismo universitario que se practica para la elaboración de las gacetas deba tener una definición particular o distintiva de las que se realizan para elaborar otro tipo de publicaciones. Como principio, entiendo que el periodismo universitario, si quiere ser reconocido por su calidad y por sus aportaciones, tiene que ser primero que nada buen periodismo a secas. Es decir que tiene que asumirse como una actividad de mediación informativa, de investigación y de análisis a propósito de los temas y asuntos de interés para la comunidad a la que va dirigida. En ese sentido, el periodismo universitario tiene que sujetarse a los principios universales del buen periodismo, que si bien es difícil fijar de manera categórica, pueden evocarse en el siguiente elenco: objetividad, entendida como la voluntad de elaborar productos escritos, fotográficos o de cualquier categoría que respondan al criterio de honesta aproximación a la verdad y a los hechos (o en su caso, que exhiba la posible parcialidad o condicionamientos que

señalan a quién elabora dichos productos, por ejemplo cuando un reportero escribe sobre la actividad o posiciones de un familiar o ser querido); pertinencia y oportunidad, establecidas a partir de la valoración de las expectativas, el conocimiento o el desconocimiento de tales o cuales asuntos por parte de las personas a quienes va dirigida (por ejemplo, las condiciones que permiten a un estudiante obtener un reconocimiento o ser expulsado de la institución, las cuales acaso ignore sin percatarse de su importancia); la propiedad, entendida como la adaptación óptima (o siempre lo más cercana a esa categoría), por un lado a las necesidades y las capacidades de los receptores a quienes se dirige, y por otro lado a las características específicas del medio de transmisión elegido (ejemplo, no puede dirigirse el mismo producto periodístico a un estudiante de preparatoria que a uno de doctorado, ni organizarse de idéntica manera un comunicado destinado a medios escritos que el que será leído en radio o televisión). Y al fin, el periodismo universitario, como todos, tiene que estar bien escrito (esto vale para productos impresos, de radio y medios digitales), es decir que tiene la obligación de ser comprensible, directo, interesante, de lectura agradable y ameno.

APMH: ¿Cuáles son las aportaciones de las gacetas a la comunicación institucional de las instituciones, y puntualmente de la Universidad de Guanajuato?

CUM: En el plano ideal, considero que su aportación es a la vez invaluable e insustituible: Invaluable porque permite auspiciar una especie de conversación común entre una comunidad de personas casi siempre muy numerosa y con intereses profesionales y visiones del mundo marcadas por la diversidad, y también porque contribuye a crear una memoria duradera sobre la trayectoria histórica de una institución (siempre me ha impresionado saber que en varios de los campos de concentración creados en distintos momentos sombríos del siglo XX en España, Francia, Alemania y Rusia, quienes ahí padecían humillaciones terribles decidieron crear pequeños periódicos o boletines o meras hojas sueltas para informarse, divertirse, pasar el rato, olvidar el dolor).

E insustituible porque, al tratarse de medios institucionales, constituyen la vía convencionalmente aceptada para poner al día a determinada comunidad (la interna, pero sin descartar a la externa) de asuntos que pueden interesarle, le interesan o necesitan conocer, cumpliendo a la vez la función de fijar la posición oficial de una entidad completa, a veces incluso con efectos legales o formales, dentro y fuera de la institución (convocatorias, acuerdos de sus órganos colegiados, resultados oficiales de los procesos de admisión, etc.).

Sin embargo, de manera general (digo esto a riesgo de incurrir en una injusticia), considero que no siempre las gacetas entregan ésas aportaciones,

por la razón obvia de que la mayoría se aleja del ideal mencionado, sobre todo por dos razones. O, mejor dicho, por la carencia a propósito de dos tipos de razones. Por un lado, formales, en donde ubico todas las relacionadas con las características de su elaboración, carencia que las lleva a ser aburridas (por mal escritas, por inoportunas, por reiterativas), poco atractivas (por su pobre diseño) o alejadas del interés de la mayoría (por mala distribución, por incumplimiento de la periodicidad).

Y, por otro lado, de concepción sobre su carácter y su propósito, carencia o limitación que en muchos casos las lleva a ser percibidas como medios irrelevantes (por su desvinculación de los intereses de la mayoría de los universitarios), que se publican por obligación o de manera rutinaria, y en el peor de los casos como medios de lucimiento y propaganda de las autoridades en turno.

APMH: ¿Consideras que las gacetas universitarias son o pueden cumplir la función de fungir como un laboratorio de medios y de formación de los estudiantes de periodismo, comunicación o disciplinas afines?

CUM: Claramente, sí, en los casos de las Instituciones de Educación Superior (IES) en las que se imparten tales programas educativos.

Pero sería un error pensar que sólo en tales casos pueden tener las gacetas una utilidad o

una función formativa cercana a la que señala la pregunta. Quiero decir que, en todo tipo de instituciones educativas, una gaceta puede cumplir una función formativa no sólo para los estudiantes sino para los profesores y el personal administrativo, si la entendemos en dos planos: como aprendizaje comunicativo y como aprendizaje de lectura. Como ejemplo me remito a los numerosos casos de publicaciones creadas por estudiantes deseosos de expresar sus inquietudes creativas: en todos los casos, quienes las hacen desconocen al principio las exigencias formales y organizativas para editar una revista, pero cuando el esfuerzo se orienta apropiadamente en muchos casos he visto que se alcanza un nivel medio o incluso alto de dominio de (por ejemplo) géneros periodísticos como la entrevista, la semblanza, el reportaje; de dominio de los rudimentos editoriales y de diseño, y por supuesto una clara satisfacción por parte de los impulsores de tales proyectos. En dichos casos, según su naturaleza, tanto estudiantes como profesores aprenden, por un lado, a comunicar sus intereses e inquietudes (muchas veces de tipo artístico o literario, aunque conozco gacetas de contenido jurídico), y por el otro a leer lo que otros escriben, en tanto que adquieren conciencia del rigor necesario para escribir y elaborar una publicación.

En resumen, las gacetas deben tener siempre apartados en cuya elaboración participen estudiantes y profesores.

APMH: ¿Nos puedes relatar tu experiencia en el proceso de elaboración de la gaceta de la Universidad de Guanajuato, en la etapa de tu participación en ella?

CUM: No fue muy diferente a la que deben tener los responsables de las publicaciones de este tipo. En mi caso –al no contar con una formación profesional en Periodismo o Ciencias de la Comunicación, sino de Letras–, mi participación en la elaboración de diferentes publicaciones institucionales (bajo el nombre cambiante de gaceta y revista) constituyó una experiencia de aprendizaje permanente, en los siguientes aspectos: la planeación, la que siempre me tocó hacer en forma colectiva, pues nunca fui el director o responsable único de ninguna publicación, sino integrante de una llamada mesa de redacción, logrando no obstante eso, adquirir conciencia sobre la necesidad de lograr una unidad discursiva, visual, de diseño, y formal en término de las secciones definidas.

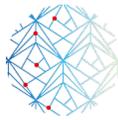
La elaboración de los contenidos, la cual, dada la diversidad que caracteriza a las gacetas, considero una auténtica escuela sobre las posibilidades, los alcances y las particularidades de los géneros periodísticos. La distribución, en la que participamos de manera directa, a veces llevando las revistas a las sedes de destino, obteniendo de esa manera una conciencia plena sobre un aspecto muchas veces desatendido.

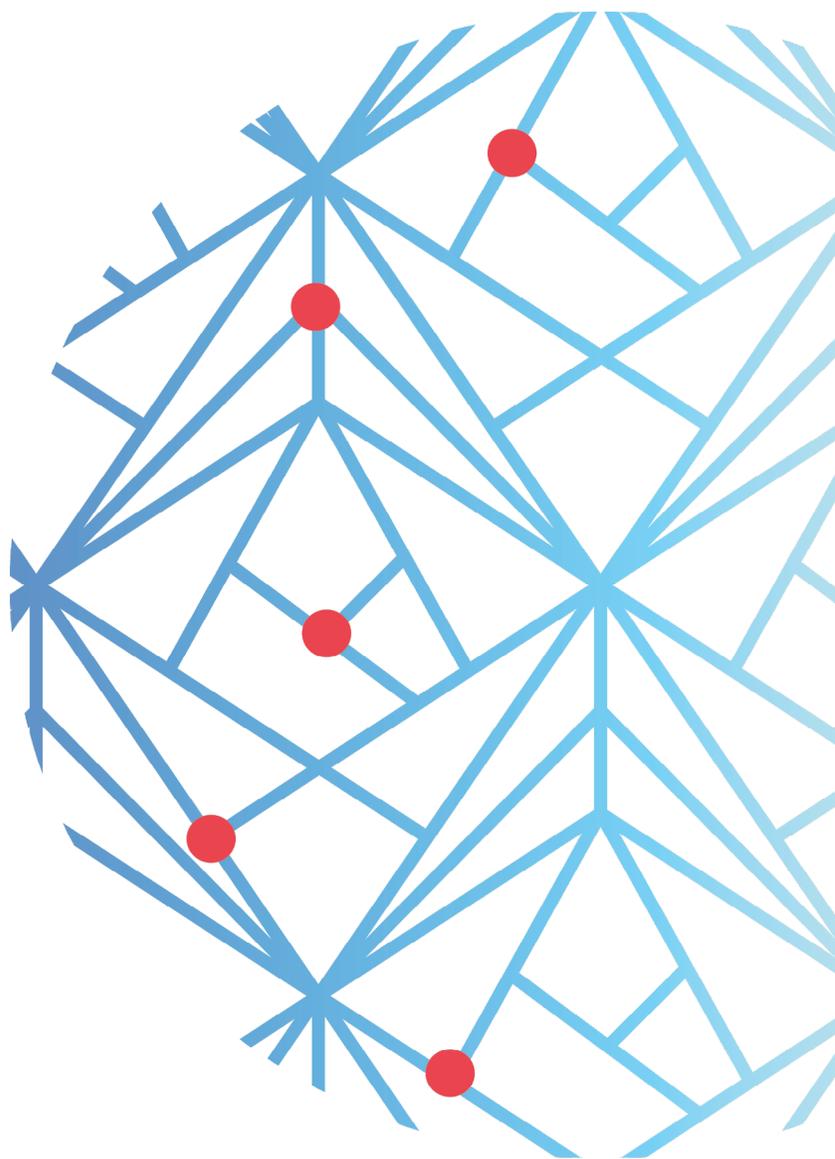
Y si bien es cierto que las diferentes publicaciones en las que me ha tocado participar no podrían proponerse como la encarnación del ideal al que me referí en otro punto de la entrevista, considero que son valiosas por razones que no dependen de mi participación en ellas (como yo, pudo haber estado otra persona): vistas en conjunto, sobre todo las más alejadas en el tiempo, constituyen un trozo y un trazo de la memoria institucional, sea sobre acontecimientos que han marcado su historia (por ejemplo, los procesos de reforma universitaria, que las sucesivas leyes orgánicas reflejan pero no describen) o sobre personas muy destacadas hoy desaparecidas o en etapas muy diferentes de su progreso profesional.

Tal como lo dijo Gabriel García Márquez en *El mejor oficio del mundo* (1996) considero al periodismo como un género literario al mismo nivel que la novela, la poesía, el cuento y el teatro. Y es importante porque es un género literario con los pies puestos sobre la tierra. La literatura permite evadirse, pero con la formación periodística un cable lo retiene a uno en el suelo.

El periodismo es una pasión insaciable, nadie que no la haya padecido puede imaginarse esa servidumbre que se alimenta de las imprevisiones de la vida. Nadie que no lo haya vivido puede concebir siquiera lo que es el palpito sobrenatural de la noticia, el orgasmo de la primicia, la demolición moral del fracaso.

Nadie que no haya nacido para eso y esté dispuesto a vivir sólo para eso podría persistir en un oficio tan incomprensible y voraz, cuya obra se acaba después de cada noticia, como si fuera para siempre, pero que no concede un instante de paz mientras no vuelve a empezar con más ardor que nunca en el minuto siguiente.





**LAS GACETAS CUENTAN
HISTORIAS DE LAS
UNIVERSIDADES**

Susana Hernández

Jefa de información de *Subrayado*

Eva Yesenia

Becerril Cruz

Entrevistadora

UAEH

Susana Hernández trabajó durante 10 años en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), tiempo en el que se desempeñó como reportera del periódico y revista *GaRceta*, hoy *Gaceta UAEH*. Posteriormente pasó a ser correctora de estilo, luego editora de dicha publicación hasta convertirse en jefa de información del área de prensa y coordinadora de difusión de la institución.

Susana perteneció a la primera generación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Autónoma de Hidalgo y se abrió paso desde muy joven entre las letras. Participó en la gestación de la revista *GaRceta*, cuando dejó el formato de periódico.

Actualmente es jefa de información de *Subrayado*, medio digital en México que da a conocer información

de interés social, político, cultural y económico a nivel local y nacional, con presencia en redes sociales.

Tras mucho tiempo de no vernos o tomarnos un café, la invité para que me platicara su experiencia y cómo ha cambiado su visión desde que está en este tipo de medio de comunicación.

EYBC: ¿Cómo definirías el periodismo universitario, como responsable en su momento de una publicación?

SH: Bueno yo creo que el periodismo universitario es la manera de que las instituciones puedan hacer algo público y difundir todo lo que hacen. Hay muchas cosas que se generan en una institución como investigaciones, hay alumnos destacados, hay premios que se reciben, hay reconocimientos y creo que el periodismo es como eso que impulsa que todo esto que hacen en una universidad se conozca, que no nada más es la formación de alumnos.

EYBC: ¿Cuál sería la labor de un reportero, que se dedica a una gaceta?

SH: Pues, debe buscar esas cosas que le dan alma a una universidad, las historias que hay, porque existen muchas. O sea, no nada más es de “entregaron algo” o “se titularon tantos alumnos”, sino que la historia que hay como el alumno que tiene que sortear muchos retos para poder terminar

su carrera, los que cumplen sus metas yéndose a otros países, los investigadores. Las historias que hay en la universidad.

EYBC: ¿Cuál crees que sea la aportación de las gacetas a la universidad?

SH: Es como una memoria que queda ahí tangible de lo que ha pasado en la institución. Es también un impulso, algo que es tangible dentro de lo que se logra y que tú puedes presumir como parte de la institución.

93

EYBC: ¿Cómo podríamos separarlas o diferenciar la gaceta de una publicación periódica?

SH: Como te digo, son las historias, porque el periodismo que hace un diario es de lo que sale en la noticia del día, pero en la gaceta están las historias que son la universidad.

Sí hay noticias pero también es lo que hace la universidad, todo en su conjunto, cosas institucionales, cosas administrativas financieras, logros, premios, becas; es un mundo de dar a conocer y decir que no nada más la universidad es salones, maestros y alumnos, sino mucho más.

EYBC: ¿En su momento cómo se realizaba la *GaRceta* institucional y cómo debería ser ahora, contemplando todos estos cambios tecnológicos que se tienen?

SH: A mí me tocaron dos procesos de la *GaRceta*. El primero cuando era un periódico, que era publicación quincenal, sí había entrevistas, investigaciones, pero era más noticioso y había una serie de reporteros que se le encargaban las notas que eran las más importantes, que buscaran personajes importantes y también se publicaba información que nos enviaban otras de dependencias, la parte financiera y esas cosas.

Pero después dio el paso que fue un cambio para el proceso de la internacionalización de la Universidad, pasó a ser una revista, donde había más reportajes y hubo un momento en que estaba dividida en dos versiones, la *GaRceta* que contaba historias, que eran esos reportajes; a parte las cuestiones noticiosas de la institución y la administrativa o financiera así como avisos institucionales.

Era más laborioso cuando fue revista, porque aunque era una publicación mensual el trabajo de edición tenía que ser más cuidadoso, incluso desde diseño, desde la elaboración del contenido, la búsqueda de qué contenido íbamos a poner, la portada, las fotos, era muy cuidado.

Cuando era un periódico era mucho más rápido porque era más noticioso y se alimentaba de los boletines de prensa. En la revista no, aquí era más el trabajo periodístico.

Y bueno, yo creo que ahora con el periodismo digital y con todas las tecnologías que están llegando, creo que la *GaRceta* debería ser en este

formato digital y estar muy vinculada a los alumnos a través de las redes sociales, pero no solo de Facebook o de Instagram, sino también ahí está Twitter, Pinterest, YouTube e incluso tendría que ser más audiovisual.

Yo creo, porque ahora los jóvenes ven muchos más videos o las historias de Instagram o incluso compartirla por WhatsApp, porque es donde ahora los jóvenes se informan.

Y para acercarles el contenido universitario debería ser más gráfico, pues igual los jóvenes ya no leen tanto los periódicos ni las revistas, sino que se informan con pequeños contenidos. Ahora que está esto de las infografías o las animaciones, hay que alimentarlas con más cosas así.

EYBC: ¿De acuerdo a tu experiencia, bueno ya tienes muchos años de experiencia en otro tipo de medios y que es un medio digital, el tipo de cabezas que se les ponen son más las tendenciosas a veces, deberíamos de hacerlo en un ámbito de periodismo universitario?

SH: Yo creo que sí, que es como tú vas a generar que los jóvenes se interesen, adecuarse a su lenguaje.

Ahora el lenguaje es muy rápido, no puedes escribir un reportaje de tres cuartillas porque no lo van a leer, pero si pones fotos llamativas, pie de fotos pequeños, y eso a lo mejor lo mandas en una historia de Instagram o en Facebook, pues sí te van a ver.

Pero yo creo que sí tienes que bajarte un poco, adecuarte al lenguaje digital, que es mucho más breve y preciso.

EYBC: Bueno, tal vez mi generación se enfoca más en Facebook y Twitter, pero las nuevas generaciones están con otras redes sociales, ¿ustedes también lo hacen, suben sus imágenes a Instagram y a otras?

SH: Tenemos un Instagram y Pinterest, para nosotros se nos hace que es una plataforma muy importante, porque desde ahí mucho del contenido que leen es de Pinterest, de nuestra página web en *Subrayado*.

Buscan imágenes en el Pinterest y los ligan a nuestra página, entonces eso nos está dando mucho tráfico.

EYBC: ¿Crees que las gacetas son laboratorios de medios de formación de estudiantes de periodismo, de comunicación o de disciplinas afines?

SH: Sí, yo creo que he tenido muy buenas experiencias con alumnos que me tocaron seguir en su proceso de prácticas o de servicio social y encontré gente muy talentosa que estaba muy motivada, por escribir, tomar fotografías, contar historias o por dar a conocer lo que la universidad hacía.

Una gaceta sí puede servir como laboratorio y da para sostener la formación de los alumnos.

EYBC: ¿Qué debería incluirse en los programas educativos para que ellos vengan y nos ofrezcan un mejor perfil, ya sea universitario o en periodismo en general?

SH: Bueno, las teorías de la comunicación ya han cambiado mucho, ahora el periodismo digital es así, lo tienes.

Yo creo que se tiene que actualizar mucho, tanto como para que la redacción sea más breve concisa y precisa.

También, en cuanto a las herramientas que les permitan generar un trabajo más inmediato y que sepan que hay muchas plataformas para editar imágenes, no que sean menos profesionales.

Sí se espera que el trabajo sea más inmediato porque eso es lo que hacen las redes sociales, en el momento tú puedes estar comunicando lo que está sucediendo; también conocimientos en edición de video, cómo difundir periodismo en redes sociales.

EYBC: Desde tu experiencia como editora de la *Garce-ta*, ¿Puedes platicarme algo y que es lo que más te llevaste de estar en la gaceta de la universidad?

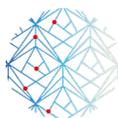
SH: A mí me gustó mucho. Yo empecé como reportera de recién egresada. La universidad a mí en primer lugar me abrió las puertas para que yo pudiera tener mi primer trabajo. A parte me ayudó mucho a crecer profesionalmente porque de reportera

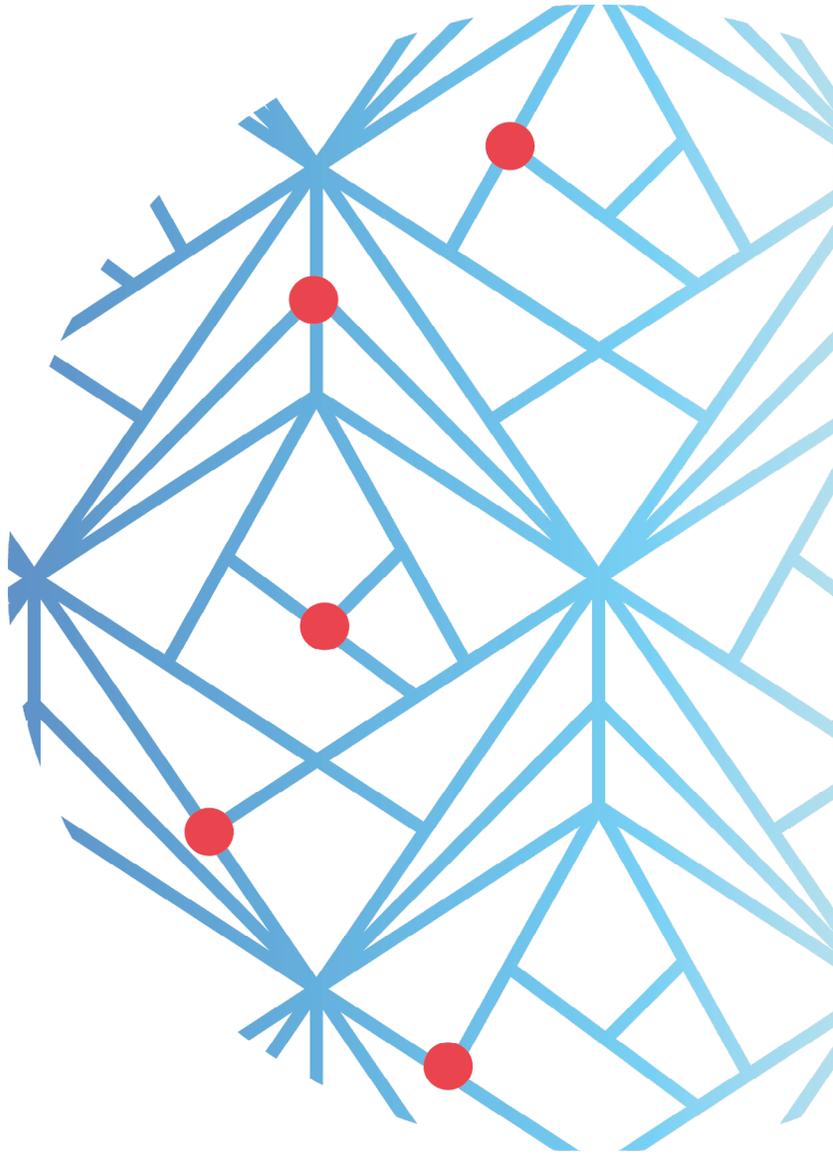
pasé a ser editora, después a jefa de información y después a coordinadora hasta ser jefa de un departamento de difusión.

Me llevo muy buenas referencias de la *GaRceta*, permitió mi crecimiento profesional dentro de la Universidad y también el espíritu joven que siempre te inyecta ser parte de una institución de educación.

Yo siempre me mantuve así, ese constante contacto con la juventud siempre te mantiene así, alegre, como proactivo, con ganas de hacer cosas.

Eso sí, a parte me permitieron presentar mis propias propuestas y a veces las tomaban pero creo que te dejaban ser libres en contenido y eso me permitió tener realmente un desarrollo profesional.





**PRESENTE Y FUTURO
DE LAS GACETAS
UNIVERSITARIAS**

Antonio Robles Soto

Jefe de redacción de la
Gaceta Nicolaita

Alejandro Durán Moctezuma

Entrevistador

UMSNH

ADM: ¿Cuál es la realidad actual del periodismo universitario en México?

ARS: En la actualidad, prácticamente todas las universidades públicas del país tienen su propio órgano informativo, con periodicidad diferente, desde diarios, bisemanarios, semanarios, catorcenales, mensuales, hasta publicaciones semestrales. Sus formatos también son diferentes.

La mayoría tienen el nombre de gacetas y las hay con soporte de papel y las gacetas con soporte digital. En los últimos años, por dificultades financieras de las universidades, han ido desapareciendo, gradualmente, las gacetas impresas, pero continúan apareciendo con su formato digital.

En junio del año 2015, cuando se realizó el *Primer Encuentro Nacional de Gacetas Universitarias*, en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH), se destacó que las gacetas son los órganos informativos de las universidades, pero al mismo tiempo son la memoria de éstas. También se estableció que las gacetas impresas debían convivir con las gacetas digitales, porque se complementan. Sin embargo, la realidad económica nos alcanzó muy pronto, porque en el año 2017 empezaron a desaparecer las gacetas impresas en algunas universidades, para quedarse solamente con sus gacetas digitales.

Otra característica del periodismo universitario, es que no todas las universidades cuentan con el mismo personal para realizar el periodismo universitario. Hay universidades con un buen equipo profesional para elaborar comunicados de prensa, sus gacetas y otros productos como videos, noticieros radiofónicos y televisivos.

Hay casas de estudios que no cuentan con el suficiente personal para reportear las múltiples actividades universitarias y elaborar los diferentes productos informativos que se requieren en la actualidad, para producir las gacetas, así como alimentar de información la página web y las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, entre otros, que es el lenguaje con el cual se comunican esencialmente hoy los jóvenes. Las universidades públicas deberían fortalecer sus respectivas áreas

de periodismo universitario, para mantener bien informado y de forma adecuada, por los diversos canales de comunicación, a la comunidad universitaria y al público en general.

ADM: ¿Cuál debe ser el compromiso de este rubro del periodismo?

ARS: La comunidad de cualquier universidad debe ser informada de las diversas actividades que se realizan al interior de su casa de estudios, sobre todo de hechos sobresalientes, como la generación de una patente, de un premio nacional de ciencia, de congresos, seminarios o coloquios, porque esos foros son propios para la actualización de conocimientos.

Entonces, el compromiso del periodismo universitario es informar de las principales actividades de su universidad, ya sean institucionales, académicas, deportivas o culturales. Las actividades del Rector y funcionarios universitarios son muy importantes, pero también lo son los trabajos de los investigadores y de los logros de estudiantes en concursos, o las estancias académicas de profesores y alumnos en otras universidades.

En las dos últimas décadas se ha registrado un crecimiento en educación superior, ha aumentado la matrícula en las universidades, tanto en las licenciaturas como en los posgrados, al mismo tiempo que se han creado mayor número de carreras

universitarias, acordes a las necesidades actuales de nuestra sociedad.

Por tal razón, el compromiso del periodismo universitario es registrar estos cambios, estas actividades e informar que las universidades están formando profesionales en las diferentes áreas del conocimiento. Al informar se debe hacer con ética profesional y con transparencia.

ADM: ¿Cómo ha sido la evolución del periodismo universitario desde sus tiempos de estudiante, hasta ahora como director de la *Gaceta Nicolaita*?

ARS: Sin duda ha evolucionado. En el caso de la Universidad Michoacana se registraron varias publicaciones que informaban del quehacer universitario, pero esencialmente de las actividades del Rector. Esas publicaciones no resistieron el paso del tiempo y son difíciles de encontrar en alguna hemeroteca.

El periodismo que se hacía en la Universidad era esencialmente hacia afuera de la comunidad universitaria. Es decir, solamente se producían boletines de prensa que eran enviados a los periódicos locales. Además, los comunicados eran espaciados, no se hacían diario y la mayoría eran relacionados con las actividades del Rector.

Diversas facultades e institutos generaban sus propias publicaciones, con información esencialmente de su entorno.

Fue el 13 de mayo de 2011 que apareció el primer número impreso de la *Gaceta Nicolaita*, como órgano informativo de la UMSNH y en breve tiempo, por su diversidad y calidad informativa, los integrantes del Consejo Universitario acordaron, en su sesión del 27 de febrero de 2012, que la *Gaceta Nicolaita* fuera, a partir de entonces, el órgano informativo oficial de la Máxima Casa de Estudios de Michoacán.

Es decir, la Universidad Michoacana tardó mucho tiempo en tener su propio órgano informativo, a pesar de un constante crecimiento de su matrícula estudiantil, de profesores y trabajadores, así como un incremento de licenciaturas y nuevos programas de posgrado.

La nueva publicación fue aceptada por la comunidad nicolaita, sobre todo por directivos de las facultades y profesores, por la seriedad y oportunidad informativa.

Para celebrar su cuarto año, la *Gaceta Nicolaita* convocó a las gacetas de las universidades públicas a realizar el primer *Encuentro Nacional de Gacetas Universitarias*, esto fue en junio de 2015. O sea, la gaceta más joven del país, convocó a las demás publicaciones universitarias a analizar el futuro de las gacetas y la pertinencia de conservar las gacetas con soporte de papel o conservar solamente las gacetas digitales.

Por cierto, la Universidad Michoacana, ese mismo año se avocó a crear al mismo tiempo la

gaceta nicolaita digital y crear su página web. Para estar acorde a los tiempos, en cuanto a tecnología se refiere.

Con estas acciones, la Universidad Michoacana recuperó espacios perdidos en la sociedad, a la cual solamente llegaba la información negativa que se generaba alrededor de la Casa de Hidalgo, pero los medios de comunicación masiva olvidaban informar los logros obtenidos por nicolaitas y comunicar sobre las actividades académicas y culturales sobresalientes. El periodismo universitario nicolaita estaba resurgiendo y actualizándose, acorde a las exigencias tecnológicas.

ADM: ¿Cómo lograr una mayor interacción con los estudiantes?

ARS: En ocasiones la *Gaceta Nicolaita* ha logrado interactuar con los estudiantes. En diversos aniversarios de este órgano informativo se han organizado actividades artísticas, culturales o académicas, donde participaron los jóvenes nicolaitas.

Por ejemplo, con motivo de su primer aniversario, en mayo de 2012, *Gaceta Nicolaita* invitó a un grupo de artistas plásticos para que realizaran un grafiti en la barda perimetral de Ciudad Universitaria, ubicada en el estacionamiento suroriente. Participaron nueve jóvenes talentosos. Además, los gaceteros invitaron a diversos grupos musicales y en la inauguración de ese grafiti-mural, que aún

permanece, tocaron su música en el jardín aledaño, y cientos de nicolaitas se detenían a escuchar la música. Fue una interacción grata de jóvenes estudiantes, músicos y artistas de la pintura.

En otra ocasión se invitó a los jóvenes estudiantes a buscar paquetes de libros escondidos en diversas partes de Ciudad Universitaria, después de contestar en equipo diversas preguntas, al contestar correctamente se les indicaba los lugares donde estaban esos libros. Hubo respuesta de un número importante de alumnos de diversas áreas del conocimiento. La invitación al evento se hizo a través de la *Gaceta* y de las redes sociales que maneja, como Facebook.

ADM: ¿Cuál es el futuro de las gacetas universitarias?

ARS: Estamos en una etapa de transición. Por una parte, el financiamiento económico, sobre todo por parte del Gobierno Federal a las universidades públicas del país y, por otra parte, la evolución de la tecnología, concerniente a los medios de comunicación.

Las universidades están obligadas a adoptar e incluir en sus respectivos órganos informativos estas nuevas tecnologías, como las páginas web, la gaceta digital, las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, entre otros) para informar de las actividades que se realizan en las instituciones de educación superior, sobre todo

porque son las herramientas que manejan los jóvenes estudiantes universitarios.

Algunas universidades podrán conservar sus gacetas impresas, otras deberán buscar nuevas formas para financiar su impresión y otras instituciones definitivamente quedarse solamente con las gacetas digitales.

Entonces, el reto en el futuro inmediato de las gacetas es encontrar los mecanismos para que la comunidad universitaria esté confiablemente informada del quehacer que se genera en su propia universidad y no estar aislado del acontecer institucional, académico, deportivo, cultural y científico. Además de poder estar al tanto de convocatorias de diversa índole.

La capacitación es una de las acciones obligadas del personal de las gacetas, quienes deben contar con el perfil necesario.

ADM: ¿Qué papel juega la gaceta, respecto de otros medios, como la radio universitaria y las redes sociales?

ARS: En el caso de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, la *Gaceta Nicolaita* tiene un papel esencial dentro de la institución, porque es el órgano informativo oficial de la propia Universidad. Es decir, ciertos acuerdos y convocatorias, así como la normatividad jurídica, solamente tendrán validez cuando se publique en la *Gaceta*.

Sin embargo, la *Gaceta Nicolaita* deberá buscar la forma de recuperar a su lector, que esencialmente es la comunidad nicolaita y en ese inter se encuentra, después de dejar de aparecer como gaceta impresa, que circulaba prácticamente en todas las escuelas, facultades, institutos y dependencias universitarias, además de algunos cafés y hoteles del centro de la ciudad, así como el Congreso local.

ADM: ¿Debe el formato digital sustituir al formato impreso?

ARS: No necesariamente. El formato digital debe complementarse con el formato impreso. Por cuestiones de austeridad, tal vez debiera disminuir su tiraje y el número de páginas, así como autorizarse el patrocinio de la gaceta impresa, para volver a circular en los pasillos universitarios.

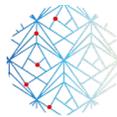
ADM: ¿Cómo garantizar la colaboración entre las distintas universidades del país en este proyecto?

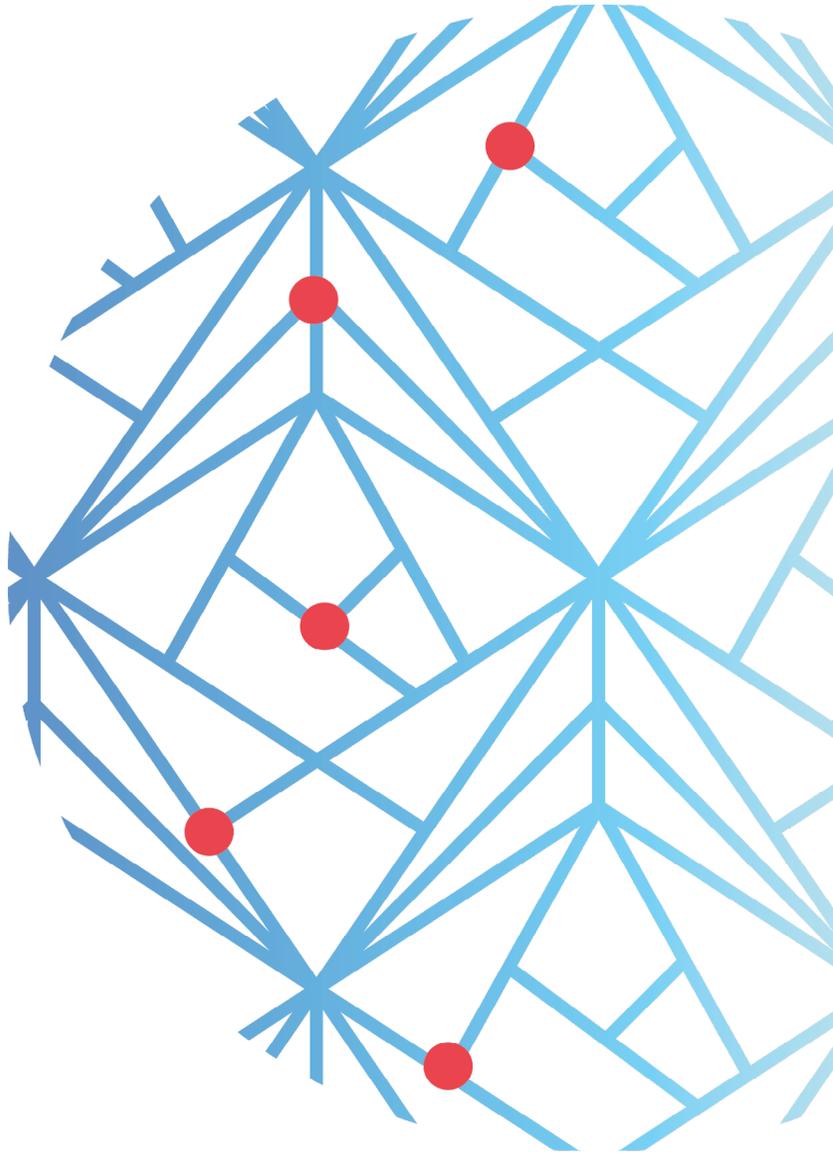
ARS: Dando continuidad a los *Encuentros de Gacetas Universitarias*, en los cuales se ha manifestado la solidaridad y se ha adquirido la responsabilidad de cooperación en diversas tareas editoriales. Al mismo tiempo se ha adquirido el compromiso de actualización y capacitación para el manejo de diversas herramientas tecnológicas.

ADM: ¿Cómo posicionar la *Gaceta México* en un marco de divulgación nacional e internacional de primera línea?

ARS: En este mundo globalizado, no podemos, ni debemos mantenernos aislados ante al avance tecnológico. Ya las gacetas universitarias han mostrado que en forma conjunta pueden efectuar proyectos como una Gaceta Nacional, con la colaboración de todas las universidades públicas que deseen participar en cada número y con la colaboración de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), que aloja en su página web a la *Gaceta México* y ésta aparece además en cada página web de todas las universidades públicas que participan.

Es decir, la divulgación del conocimiento científico y del quehacer universitario se ha unificado. Ahora hay que consolidarlo y en breve tiempo buscar, ¿por qué no?, la divulgación internacional del quehacer en las universidades públicas mexicanas.





**EL PERIODISMO
UNIVERSITARIO Y SUS RETOS
EN LA ERA DIGITAL**

Mario Durán Alcalá

Titular de la coordinación de
identidad y pertenencia universitaria

María Noemí Rubio Gudiño

Entrevistadora

The logo of the Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ) is a vertical blue rectangle with the letters "UAQ" written in white, oriented vertically from bottom to top.

En esta era digital, cuyas principales fuentes de tráfico de información son las redes sociales, el papel del periodismo se enfrenta a un desafío importante. En el caso del periodismo en las universidades la situación es similar.

En esta entrevista realizada al Mtro. Mario Durán Alcalá, titular de la Coordinación de Identidad y Pertenencia Universitaria –espacio en donde se realiza la “*Gaceta UAQ. Difusión, Historia, Identidad*” de la Universidad Autónoma de Querétaro– por la Mtra. María Noemí Rubio Gudiño, editora de la *Gaceta*, se abordan algunas perspectivas de la comunicación, sus nuevos retos y su aportación institucional.

MNRG: Desde tu visión como profesión, ¿qué opinas de la forma actual de hacer periodismo?

MDA: Mi profesión principal es como mercadólogo, pero por más de 10 años he trabajado en medios de comunicación que van desde prensa, televisión y radio. La visión que tengo del periodismo la he adquirido de forma empírica, al desempeñarme como productor, editor o reportero. En mi camino me enfrenté a la evolución que han tenido las tecnologías de la información y de la comunicación, las cuales sin duda han ayudado en el avance del periodismo, pero también representan nuevos retos para el oficio; por ejemplo, la frecuencia de actualización y la inmediatez son determinantes en el consumo de contenido.

Para mí el marketing digital y la forma de hacer periodismo en la actualidad avanzan de manera paralela. Esto gracias a la llamada “Comunicación 2.0”, en la que se premia la bidireccionalidad, la cual nació de la evolución del usuario para pasar de ser un agente pasivo a uno activo.

Recuerdo que en un artículo basado en el libro *“Muerte y vida del periodismo americano”* (*“The Death & Life of American Journalism”*), de Robert W. McChesney y John Nichols, se menciona que antes las noticias solían ser similares, su contenido era “más de lo mismo”. Ahora hay tantos medios y plataformas que el público espera temas y perspectivas nuevas. Es por ello que en este entorno altamente globalizado y sujeto a los cambios que las nuevas tecnologías propician, los periodistas ahora se ven obligados no sólo a analizar, recopilar

y difundir la información, sino a formar relaciones que inciten diálogos donde se hable con sus comunidades de lectores.

MNRG: En este sentido, ¿crees que el periodismo universitario también ha evolucionado?

MDA: Por supuesto, simplemente las generaciones de editores, reporteros y lectores; por si solas, siempre han progresado. En este sentido, si se abona la era digital y sus nuevas formas de comunicación sería erróneo pensar que no existe una evolución.

Es importante considerar que los equipos de trabajo en el periodismo universitario también están cambiando, muestra de ello es el equipo que realiza nuestra *Gaceta* en la UAQ, donde se emplean los medios sociales para encontrar fuentes, ilustrarse más sobre un contenido e inclusive, ver la respuesta casi inmediata a los diferentes temas que presentamos. Tenemos estudiantes con conocimientos multimedia quienes, en conjunto con los profesionistas con experiencia de campo, crean una sinergia importante para la divulgación del quehacer periodístico universitario.

MNRG: Entonces, ¿cómo defines el periodismo universitario?

MDA: Por un lado, desde la perspectiva de difusión, como una herramienta importante para informar

a nuestra comunidad universitaria y sociedad en general, las aportaciones, acciones y avances que logran las instituciones de educación superior en respuesta a las necesidades comunicacionales en materia académica: investigación, cultura, deporte, vinculación, servicios, entre otras áreas.

Para el aspecto formativo, es un ejercicio trascendente para los estudiantes pues no hay mejor manera de aprender que haciendo. En el caso de nuestra universidad, se cuenta con diferentes espacios donde los futuros profesionistas pueden enfrentarse a realidades del medio periodístico; algunos de ellos son la Coordinación de Prensa Universitaria, cuya labor de monitoreo, cobertura y difusión genera habilidades en los alumnos que colaboran; por otro lado el semanario *Tribuna de Querétaro*, publicación editada en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAQ, es un espacio que durante más de dos décadas se ha posicionado como un referente del periodismo de investigación y donde los universitarios asumen su labor como reporteros, fotógrafos o editores. Lo anterior comienza a forjar un estilo propio de periodismo, evidenciando la pluralidad de voces e ideologías en temas que han generado posturas encontradas y en otros casos, agenda.

En la *Gaceta*, nuestra publicación es mensual y la labor de los estudiantes cobra una alta importancia, que va desde la generación de contenidos, que deben de cumplir con una calidad, estilo,

extensión y tiempo; por lo que se vuelve un escenario particular para el aprendizaje y la práctica.

La *Gaceta UAQ* cuenta con diferentes secciones que buscan retratar el momento histórico de nuestra Casa de Estudios, por lo que el tratamiento es más hacia el análisis y la opinión. Esto suma de manera significativa a los alumnos que deciden colaborar con nosotros, ya que exploran diferentes formas de abordar y presentar el trabajo de campo. Aquí es donde la diversidad de géneros narrativos es evidente.

MRNG: Respecto a las secciones y temas que abordan en la *Gaceta* ¿cómo son compartidos con su comunidad?

117

MDA: Como comentaba, cada vez más gente emplea las redes sociales como el medio prioritario para informarse; es por ello que, nosotros utilizamos fuertemente estas plataformas para dar respuesta a las necesidades comunicacionales de nuestra comunidad.

En el equipo tratamos que cada sección y sus reportajes tengan un soporte en diversos formatos de información como lo son el video, *podcast*, infografías e ilustraciones. Todo lo anterior adaptado a diferentes espacios como Instagram, YouTube, Facebook, Twitter y Spotify. De esta manera abarcamos un tema a partir de múltiples formas de contenido, propiciando que los diferentes públicos de cada red social se interesen más y conozcan nuestra publicación mensual.

MNRG: ¿Consideras que esta forma de producir contenido cambia la manera tradicional de hacer periodismo?

MDA: El periodismo siempre ha cumplido un papel social importante, no por nada es llamado “*el cuarto poder*”. Posee capacidad de influir en la sociedad e informar, por lo tanto su rol es realmente significativo. Considero que las nuevas plataformas no cambian las bases ni el método en que éste se ejecuta, al contrario, son un espacio de oportunidad muy importante en el que podemos explotar diferentes recursos para un mejor flujo informativo y lograr así una mayor cantidad de lectores.

Por lo que, como profesional de esta área, uno debe servirse de más herramientas tecnológicas para poder desarrollar su labor y utilizar diversos canales de transmisión con diferentes características como la narrativa, hipertextualidad, instantaneidad e interactividad; pero sin descuidar el lenguaje y contenido adecuado para cada público en cada plataforma.

Insisto, algo que sí ha cambiado y es evidente en nuestra coordinación, son los equipos de trabajo. Ahora hay un manejo de edición más fuerte en diversos formatos como audio, video e ilustración. El equipo creció con nuevos profesionistas en diseño, animación, producción, redacción y redes sociales.

De esta forma un reportaje puede presentarse como la fusión de texto y contenidos audiovisuales,

lo cual evidencia una nueva manera de informar y ejecutar el trabajo periodístico.

MNRG: Con toda esta dinámica de trabajo ¿consideras que las gacetas son laboratorios para la formación de estudiantes?

MDA. Por supuesto que sí. Particularmente creo que todos los espacios donde un alumno aplique los conocimientos adquiridos en el aula, son lugares importantes para la profesionalización y no sólo por el producto final que se realiza, sino por toda la experiencia que se adquiere al momento de ejecutar la labor.

La Coordinación de Identidad y otras coordinaciones al interior de esta Universidad suman a sus estudiantes al desarrollo de sus proyectos, permitiendo la posibilidad del crecimiento de voces y de refrescar las plumas de nuestros equipos. La visión y pasión de los estudiantes da como resultado una frescura y fortalecimiento en el medio, siendo para los alumnos, una importante experiencia entre el saber y el hacer.

MNRG: Finalmente y considerando todo lo anterior, ¿cuál crees que es la aportación de la *Gaceta UAQ* a la comunicación institucional?

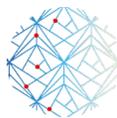
MDA: Cuando tomé el proyecto de *Gaceta* conformé un equipo y junto con ellos decidimos que nuestros ejes serían la difusión, historia e identidad.

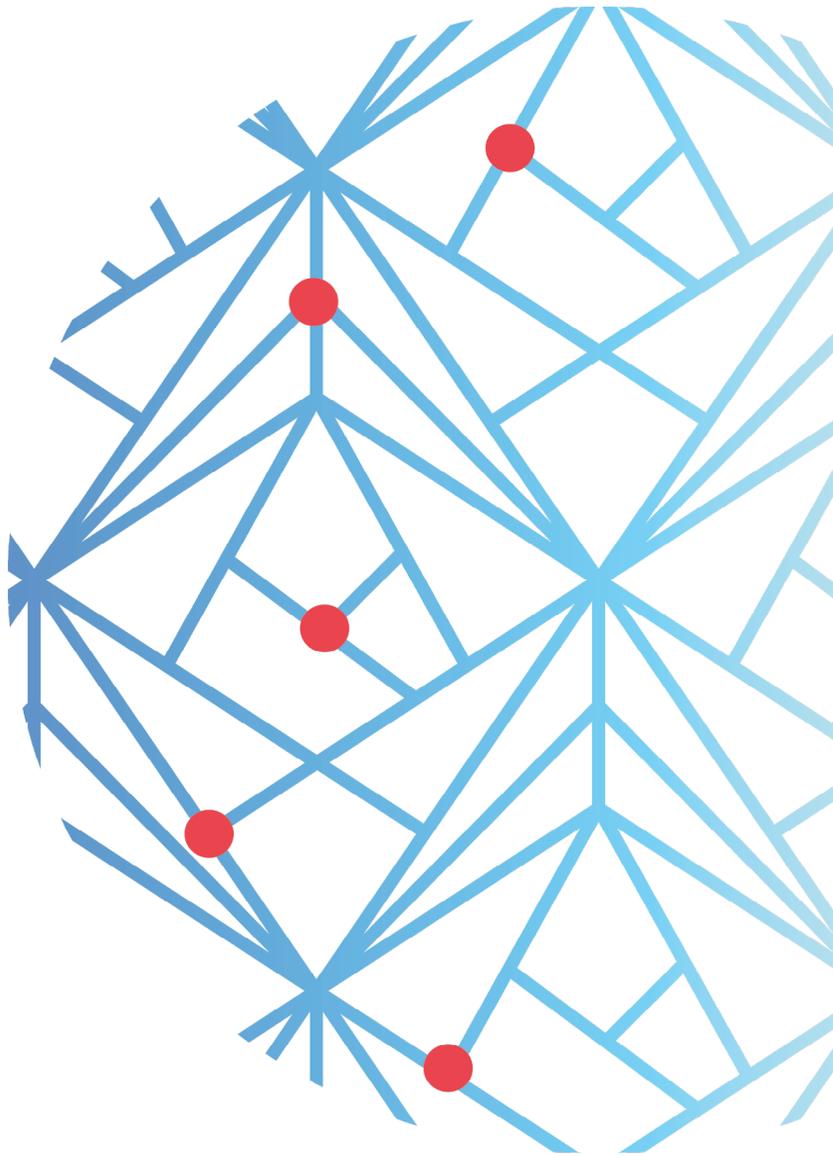
La difusión con la finalidad de divulgar los hechos, pensamientos y conocimientos generados. La historia como registro de los actos presentes y el recordar los hechos pasados; así como ofrecer un espacio que permita tener acceso a los conocimientos legados y realidades por las que nuestra casa de estudios ha pasado y posibilitar una mejor comprensión de nuestro presente.

Y finalmente, la identidad como factor de fortalecimiento y fomento del sentido de pertenencia. Por lo que, en cada intervención tanto de la *Gaceta* como de la Coordinación, buscamos reforzar los valores y símbolos de la institución, así como los vínculos entre los integrantes de nuestra comunidad.

Creo, entonces, que el valor de la *Gaceta* radica en ésta perspectiva con la que hemos logrado que la comunidad conozca, promueva y proyecte los logros y acciones institucionales en cualquier materia.

De este modo, la aportación de la *Gaceta UAQ* a la comunicación institucional permite sumar y hacer copartícipe a nuestros alumnos, docentes, investigadores y administrativos en las actividades y logros de nuestra Universidad mediante una comunicación eficaz.





**DOS DÉCADAS DE
PERIODISMO EN LA UASLP**

Lucía Oviedo Delgado
Directora editorial de la
Gaceta Sinergia

Patricia Briones Zermeño
Entrevistadora

UASLP

Sinergia, gaceta informativa de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, desde hace ocho años se ha encargado de comunicar a la comunidad universitaria y la sociedad en general los eventos, actividades y funciones sustantivas de la máxima casa de estudios potosina. Su antecedente directo es el periódico *Escenario*, fundado en julio de 1999, cuyo primer número se publicó en agosto de ese año, bajo la dirección editorial de Lucía Oviedo Delgado, quien platicó sobre los inicios de esa publicación.

PBZ: ¿Cómo surgió *Escenario*?

LOD: La idea original fue nombrarlo *Escenario*, foro *estudiantil* porque se quería fuera un medio de

expresión de los jóvenes. Con esa idea, lanzamos una convocatoria a todas las escuelas, para ver quiénes estaban interesados en participar.

Tuvimos una respuesta favorable, pues vinieron de muchas escuelas, actualmente facultades: de Ciencias, de Comercio (ahora Contaduría y Administración), de Agronomía, de Psicología y de Ingeniería, principalmente. La primera reunión del proyecto se llevó a cabo en marzo de 1999 en el Auditorio Daniel Berrones Meza, del Edificio Central Universitario.

El nombre fue elegido por los propios estudiantes, de entre dos opciones: Escenario y El Nopal, así como las secciones que querían ver reflejadas: Voz universitaria, Síntesis universitaria, Comunidad Universitaria, Ambientazo, Excalibur, Carcasson, Estudiantegramas, Escenario, Esencia y presencia, Proyección, Espacio Universitario, Inquietud Universitaria, Universum, El nopal, Queso de tuna y Contexto.

Hubo otras reuniones antes de editar el primer número, a las que asistieron alumnos de las escuelas del Hábitat, de Medicina, de Ciencias Químicas, de Estomatología, de Economía, de Bibliotecología, de Derecho y de Enfermería.

Así fueron integrándose más estudiantes, incluso de los campus del interior del estado para una sección foránea. Los que más destacaron por sus colaboraciones fueron los jóvenes de la Facultad de Ciencias.

Los mismos alumnos se hicieron cargo de las fotografías, las caricaturas y de la edición del periódico; a una estudiante de Medicina le gustaba el arte, entonces escribía sobre eso. El primer diseñador que participó fue el estudiante de Diseño Gráfico Carlos Pedroza, quien fue capacitado en el periódico *Pulso*, pues ahí se maquilaba. Para apoyar los gastos de imprenta, se vendía publicidad.

PBZ: ¿Cómo se realizan las gacetas universitarias?

LOD: Los estudiantes nos mandaban la información, la revisábamos y corregíamos. En realidad era poco lo que cambiábamos, porque nos gustaba que las notas se publicaran con sus propias palabras; esto nos funcionó muy bien. Con el avance tecnológico, empezamos a tener más acceso al correo electrónico, a la par de que empezó a impulsarse la movilidad estudiantil, por lo que pudimos tener correspondientes en otros países; un estudiante que se fue a Francia nos escribía unos textos llenos de nostalgia, en los que se cuestionaba –por ejemplo–, cómo era posible que los zapatos que traía en ese momento nunca hubieran pisado su casa.

Tratamos de que *Escenario* fuera realmente un foro estudiantil, de respetar que los mismos jóvenes escribieran los artículos y lo que pensaban, incluso hacían caricaturas, en los que expresaban su sentir y su punto de vista sobre lo que ocurría en sus escuelas y en otros planteles.

Era un ejercicio interesante, porque un estudiante de Ciencias podía ir a cubrir un evento en Bibliotecología o en Ingeniería, y así conocer cosas que no sabía que existían o se realizaban.

PBZ: ¿Cuáles son las aportaciones de las gacetas a la comunicación institucional de la universidad?

LOD: Es muy importante que todos sepamos redactar adecuadamente, es una habilidad fundamental no sólo para el desarrollo profesional; darle a los estudiantes un foro en que puedan expresarse, puede impulsarlos a mejorar y a estructurar sus ideas.

Además, las gacetas constituyen un medio por el cual queda una constancia del paso del tiempo; por ejemplo, al ver los primeros números de *Escenario* podemos ver lo que pensaban en esa década, que quizás no es lo mismo que piensan en esta época. Lo mismo nos pasa con todas las publicaciones de la universidad, podemos darnos cuenta que al inicio se expresaban de forma distinta, con poesía.

Las generaciones van cambiando, y por medio de los periódicos estudiantiles o gacetas podemos darnos cuenta de cuál era el pensamiento de los jóvenes en ese entonces.

Creo que es muy importante que los jóvenes tengan un medio por el cual puedan expresarse, externar sus preocupaciones y la información que les interesa, para así dejar constancia de lo que sucedió en su paso por su universidad.

Estos medios que circulan en toda la universidad, incluso en otros sectores de la sociedad, son una forma de mostrar lo que hacen las instituciones en diferentes espacios, y no sólo que los propios universitarios conozcan lo que se hace en su escuela, sino en los demás planteles, que de otra manera no lo conocerían. De igual manera, la gente externa puede darse cuenta de lo que aquí se realiza, que muchas no publican los medios ajenos o privados.

PBZ: ¿Las gacetas son laboratorio de medios y de formación de estudiantes de periodismo, comunicación o disciplinas afines?

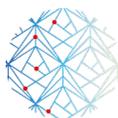
127

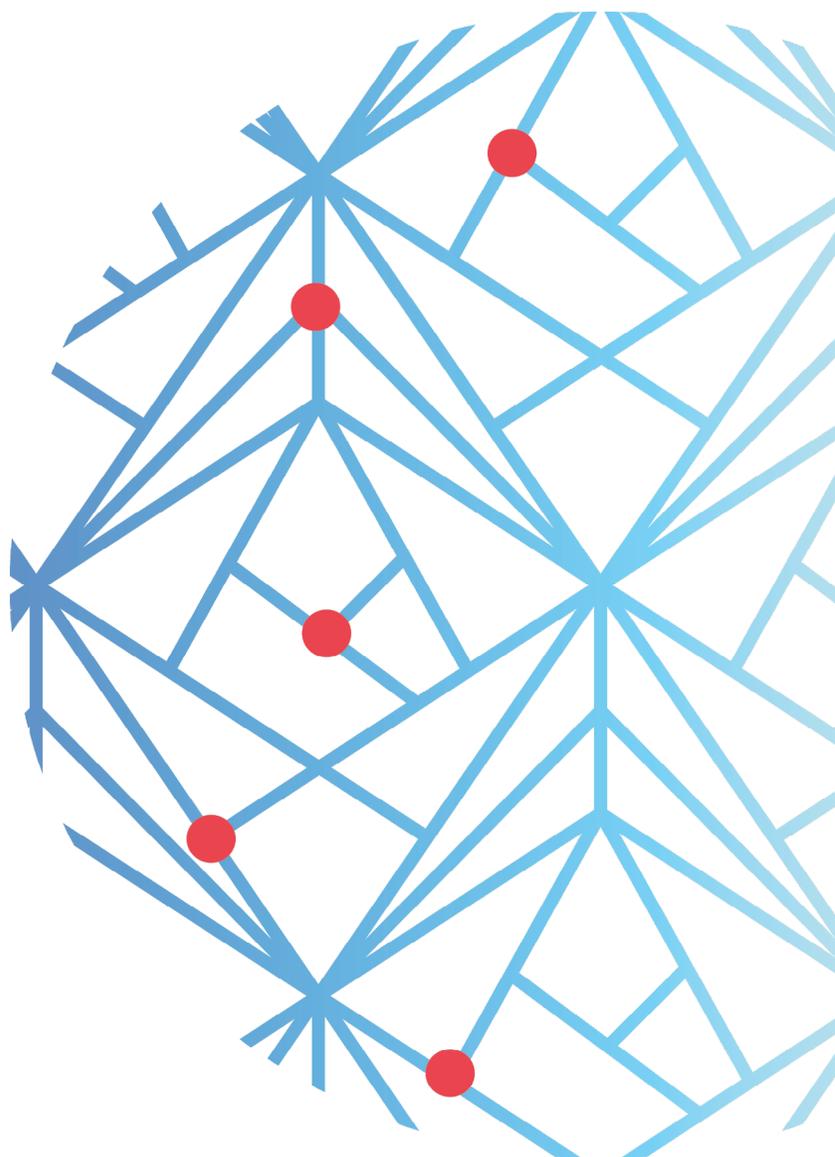
LOD: La idea original de *Escenario* era ser un foro de expresión, pero también ser un espacio donde los estudiantes de Comunicación y de Diseño Gráfico pudieran aprender sobre periodismo y el manejo de medios. Es importante que las universidades tengan estos medios de comunicación y permitan a los jóvenes, principalmente de estas carreras, tomar experiencia sobre cómo reportear y redactar una nota, entrevista, crónica o reportaje, ya que al egresar se les pide experiencia en ello.

Los periódicos y las gacetas estudiantiles también sirven para que los jóvenes de otras carreras tengan una mirada crítica sobre lo que ocurre tanto en la universidad como en el estado, de fijarse y estar atentos a su entorno y cómo todo lo que sucede los impacta.

Esto, además de ayudarles a desarrollar sus habilidades de redacción, pues en todas las carreras debería impartirse esta materia, les ayudará sobremanera en su futuro. Tener este tipo de publicaciones es de suma importancia, porque no sólo deja constancia de la historia de la institución, también permite ver los cambios sociales.

Para finalizar, la exdirectora de *Escenario* puntualizó que uno de los retos de los periodistas actualmente, y también de quienes consumen información, es realizar un periodismo serio y responsable, confirmando la información y evitando difundir noticias falsas, algo que debe impulsarse desde el periodismo universitario y sus gacetas.





UNA GRAN VENTANA
PARA HACER MÁS VISIBLES
A LAS UNIVERSIDADES

Aleyda Gutiérrez Guerrero

Editora de la Gaceta Unison

Joaquín Andrés Félix Anduaga

Entrevistador

Unison

Jafa: ¿Cuál es su nombre y desde cuándo es editora de la *Gaceta Unison*?

AGG: Mi nombre es Aleyda Gutiérrez Guerrero y edito la *Gaceta Unison* desde el año 2009.

Jafa: ¿Cuál fue su preparación antes de llegar a este cargo?

AGG: Estudié la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Sonora, y al egresar me formé como redactora, coeditora y posteriormente editora en un periódico local, en el que trabajé por más de una década; luego del cierre de este medio, por un tiempo breve realicé

otros trabajos ligados al periodismo y la edición; después, surge esta gran oportunidad en la Universidad de Sonora, la cual asumo como una gran responsabilidad, dado que se trata de realizar un medio institucional y de una gran casa de estudios.

Jafa: ¿Cómo definiría el periodismo universitario?

AGG: El periodismo institucional universitario, como cualquier otro tipo de periodismo, se basa en los principios de la profesión que comprende las actividades relacionadas con la búsqueda, redacción y difusión de información oportuna y de interés para transmitirla al público a través de los diferentes medios de comunicación.

La información también es presentada en cualquiera de sus formas y variedades: géneros informativos y géneros de opinión, sólo que al ser periodismo generado en las universidades se basa en el quehacer de la institución de educación superior de la que se emane, tomando en cuenta a sus actores principales: autoridades, estudiantes, académicos y trabajadores.

La producción de las noticias toma en cuenta eventos relevantes que se realizan en la institución, entrevistas con autoridades y otros funcionarios, quienes a su vez proporcionan información destacada que rige las funciones de las casas de estudios, dan a conocer normativas o estatutos, logros a nivel institucional, o bien, brindan su

opinión ante un tema importante que compete a la universidad o a la comunidad en general.

Asu vez, los docentes y alumnos también son una fuente de información constante y muy importante pues realizan actividades que muestran el quehacer de la comunidad universitaria tanto a nivel interno, nacional e internacional, con sus participaciones académicas en distintos foros, estancias, concursos, entre otros, que son difundidos en los canales de comunicación universitarios, además de ser replicados por los medios externos a quienes se les proporciona información a través de invitación a eventos, ruedas de prensa, realizan entrevistas o se les comparte por medio de boletines.

Cabe señalar que este tipo de periodismo, no por ser generado dentro de una institución de educación superior es de interés únicamente de la comunidad que conforma dicha casa de estudios; si bien pueden ser de los principales consumidores de éstas noticias, la intención es que esta información llegue también a la sociedad en general; por ello debemos preocuparnos porque nuestra información, además de estar bien presentada en los estándares del periodismo, sea de interés general, por lo que también, como una forma de vinculación de nuestro universo interno, debemos compartir el quehacer y el saber de los líderes de opinión, con la capacidad y especialización de académicos y de los futuros egresados, quienes cuentan con las herramientas necesarias para dar

a conocer su punto de vista en temas específicos, así aportar, recomendar, y en ocasiones alertar a la población acerca de ciertas actividades o sucesos.

Cabe decir también que las instituciones públicas, como la Universidad de Sonora, tienen el compromiso de hacer público el quehacer universitario, rendir cuentas y hacer abierta y transparente a esta casa de estudios.

En un principio se hace la aclaración de periodismo institucional, porque el periodismo universitario podría entenderse también como la generación de noticias que hacen los estudiantes o actores universitarios y que producen para ser difundida en medios de la propia licenciatura que cursan, o bien en medios institucionales o externos donde se les da cabida, que puede ser prensa, radio, televisión, algunos de ellos en su modalidad digital.

En el caso de la Universidad de Sonora, la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación cuenta o ha tenido en su historia algunos medios impresos que se han nutrido del trabajo de los estudiantes; asimismo se producen programas de televisión, producciones cinematográficas, documentales, entre otras, que podríamos llamar periodismo universitario.

Es relevante señalar que la difusión del conocimiento que se genera en la máxima casa de estudios de Sonora también se hace extensiva a la sociedad en general a través de distintas actividades que tienen que ver con la divulgación de la ciencia, entre ellas la publicación de ésta información en

medios o a través de textos en revistas especializadas, en las que participan principalmente académicos o estudiantes de niveles avanzados, quienes buscan acercar el conocimiento y hacerlo comprensible, útil y vivencial para grandes sectores de la población.

Jafa: ¿Cuáles son las aportaciones de la Gaceta a la comunicación institucional de su universidad?

AGG: La *Gaceta Unison* es el órgano de difusión de la máxima casa de estudios del estado de Sonora y uno de sus medios institucionales, a través de ella se comparte la misión y visión de la Universidad, al igual que los valores que promueve.

Es una de las plataformas para dar a conocer el quehacer de la Universidad a la comunidad interna y en general, además, al ser un medio impreso se convierte en un referente para consultas de años anteriores dado que se conservan en archivo los ejemplares anteriores desde su creación hace 26 años.

La Gaceta se ha convertido durante todo este tiempo en un espacio para publicar y dejar constancia de los eventos más relevantes de la institución, dar a conocer investigaciones destacadas, convocatorias, estatutos, e incluso se realizan ediciones especiales para hacer oficiales algunas de ellas.

Jafa: ¿Se permiten colaboraciones externas?

AGG: También da cabida a colaboraciones de algunos miembros de su comunidad, en especial maestros y estudiantes, quienes han participado con algún artículo de opinión, fotografías, o notas informativas. La *Gaceta Unison* es un espacio de y para los universitarios, principalmente, pero al alcance de cualquier lector, ya que además de su edición impresa, la versión en PDF de la publicación se aloja en el portal institucional, y a través de redes sociales, como Facebook, también tiene interacción con sus lectores, a quienes pone a disposición numerosas galerías de eventos especiales que son fácilmente compartidas.

Jafa: ¿Cómo se realizan las Gacetas universitarias?

AGG: Como medio, la *Gaceta Unison* tiene la ventaja de formar parte del Área de Información y Prensa de la Dirección de Comunicación, porque además del personal que labora directamente en la publicación mensual, ésta se completa con las aportaciones del cuerpo de reporteros y fotógrafos de dicha área, quienes presentan material informativo para el portal Unison y la Gaceta.

La producción de este medio editorial se realiza con el acopio de material (diversos géneros informativos y en ocasiones de opinión, así como las fotografías) las primeras tres semanas del mes en curso, para posteriormente iniciar con la edición y conformar la publicación de 28 páginas.

El espacio se asigna conforme al género informativo, si son reportajes, artículos amplios, notas de algún evento relevante del mes o entrevistas de semblanza, se publican en dos planas.

Hay otras notas, coberturas especiales, entrevistas que son editadas en una de las páginas de este medio que se imprime en formato tabloide. Otras más contienen dos o tres textos, y éstas se forman con base en la debida jerarquización y composición de página.

Además, en esta publicación la información se divide en secciones. La *Gaceta Unison* cuenta con los apartados: Editorial, Acontecer, Unidas Regionales, Galería, Página Verde, Cultura, Deportes, Opinión, Vinculación y Especial.

Tras concluir el proceso de edición, o bien a la par de éste, se diseñan las páginas en el programa InDesign, y ya que la propuesta está concluida se realiza una impresión para dar paso al proceso de supervisión y corrección por parte de los responsables y directivos.

Una vez realizados los cambios y ajustes que se consideren necesarios la gaceta se manda a la imprenta y a la vez se aloja en el portal institucional para su consulta digital. De la imprenta se recibe aproximadamente una semana después para comenzar con la distribución dentro y fuera del campus.

JAFa: ¿Las gacetas ayudan a la formación de estudiantes de periodismo, comunicación o carreras afines?

AGG: Como todos los medios de comunicación en los que los jóvenes estudiantes de alguna carrera afín al periodismo pueden participar, las gacetas universitarias no son la excepción para que éstos se formen, más si la casa de estudios cuenta con alguna de estas licenciaturas.

Las gacetas definitivamente deben ser parte de la formación de los estudiantes, de manera directa o indirecta.

138

En la Universidad de Sonora algunos de los jóvenes que han decidido realizar sus prácticas profesionales, servicio social, o bien sólo sumarse para obtener experiencia en el Área de Información y Prensa, a la que está adscrita la *Gaceta Unison*, también han formado parte de este proyecto editorial.

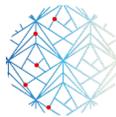
Estudiantes de licenciatura han redactado textos basados en la cobertura de eventos o han realizado entrevistas que se han publicado en el órgano de difusión de la Unison; además, personal de la Gaceta ha tenido acercamiento con ellos en las aulas a través de charlas y talleres, en los que comparte su quehacer y los capacita.

También se organizan recorridos donde los alumnos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación acuden a las instalaciones de los medios de comunicación para conocer de cerca su

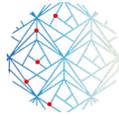
labor y proceso de producción. En ocasiones los estudiantes realizan entrevistas con personal del área editorial, diseñadores y asesores para conocer más de cerca su trabajo o bien realizar alguna investigación referente al periodismo.

Jafa: ¿La *Gaceta Unison* tiene las puertas abiertas a estos estudiantes?

AGG: Todo medio, en especial los institucionales, deben estar a disposición de los estudiantes de comunicación o periodismo, es parte de su misión el tener este vínculo y aportar en la formación de los universitarios. La *Gaceta Unison* siempre tiene las puertas abiertas para recibir a los alumnos que deseen colaborar o bien apoyarlos de la manera en que lo necesiten.



El
libro *El periodismo
universitario en México.*
Reflexiones y futuro se terminó
de editar en el mes de octubre de
2019 en los talleres de la Editorial
Universitaria de la UMSNH en CU
de Morelia. Para su composición se
utilizaron los tipos Athelas 19/19,
13/17 y Frutiger 20/24.





Universidad Michoacana
de San Nicolás de Hidalgo



La gaceta
de la Universidad de Guadalajara

ESINCLIA LG

