

Área 2: El servicio de comunicación en las universidades: funciones, fuentes, tipología de noticias y de productos informativos. La comunicación interna y su influencia en la integración y el fortalecimiento de la identidad universitaria.

Título: **Comunicación Social en el contexto universitario de Chiapas.**

Autora: Dña Juliana Matus López y Gilberto Antonio Ruiz Cáceres. Universidad Autónoma de Chiapas. México.

Correo e.: [dcs@unach.mx](mailto:dcs@unach.mx)

PALABRAS CLAVE: Dirección de comunicación social, investigación, órganos internos de comunicación.

Resumen:

El acelerado desarrollo de los medios de comunicación masiva ha generado una nueva dinámica en los procesos formales e informales de educación. Después de la familia, la iglesia y la escuela, los *mass media* tienen hoy una gran influencia en la formación de conocimientos y valores en nuestra sociedad.

El potencial educativo de estos recursos ha propiciado su extensión a la mayoría de los países del mundo, favoreciendo la multiplicación de programas y proyectos de investigación para documentar sus posibles usos pedagógicos. En un intento por superar el enorme rezago educativo, los países en vías de desarrollo han adoptado este medio como un instrumento fundamental en la política educativa.

La sociedad mexicana en el contexto del mundo contemporáneo, vive un proceso de profundos cambios sociales que involucran a todos sus sectores. El reto del actual Gobierno es superar los rezagos existentes, con el propósito de integrar a la sociedad chiapaneca a un proceso de desarrollo, que se refleje en el nivel de vida de toda la población.

Ante este panorama, la Universidad Autónoma de Chiapas enfrenta importantes retos en lo educativo y como promotora del desarrollo de la región. Para alcanzar las metas establecidas, en la universidad se han desarrollado programas como el de Comunicación Social, para generar presencia social e institucional, constituyéndose en vehículo de difusión en un primer momento con su comunidad estudiantil, para posteriormente aportar información y nuevos conocimientos en áreas específicas a la sociedad chiapaneca, a través de los medios masivos de comunicación existentes en la entidad. La comunicación universitaria es ya una forma de trabajo para nuestra universidad.

El programa de comunicación social que opera en la UNACH, no se limita a la función de divulgar las acciones que realiza la máxima casa de estudios de los

chiapanecos, su labor se ha extendido a generar conocimiento en el campo de la comunicación para comprender los fenómenos regionales, como el papel de los medios en los procesos electorales. En este sentido, la universidad ha realizado tres estudios de seguimiento de los medios en las jornadas electorales: Monitoreo en cinco diarios locales en el proceso electoral Chiapas 2000; comportamiento de los medios electrónicos e impresos en el proceso electoral 2003, encuesta y monitoreo de los medios en las elecciones Chiapas 2004, el primero publicado por la UNACH, los dos últimos próximos a publicarse a través de recursos que otorga el Sistema de Investigación Institucional SIINV-UNACH.

Como resultado de este trabajo que realizan profesores universitarios, se invitó a participar a alumnos de servicio social de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, dos alumnos realizaron su tesis de licenciatura como respuesta de esta experiencia, el resto fueron formados para organizar la información que se generó en este estudio.

La atención a la demanda de información que existe dentro y fuera de la universidad, ha sido cubierta a través de convenios con instancias gubernamentales, como el Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión, que ofrece espacios en las estaciones de radio y televisión, que permite a la universidad tener presencia en distintas regiones del estado. Sin embargo, los actuales espacios de difusión no han sido suficientes, por lo que la universidad busca instalar la estación de radio universitaria que le permita ampliar su cobertura.

Con respecto al lenguaje que manejan los medios universitarios, nos unimos a la reflexión de la Dra. Delia Covi, investigadora de la UNAM: *Las universidades no hemos sido capaces de generar agendas de distribución del conocimiento haciendo que la información catalogada sin interés pase a ser de interés secundario o inmediato.* En este sentido, el contenido que se maneja en los medios de la UNACH no ha sido catalogado, por el contrario, ha mantenido un lenguaje cotidiano, buscando llegar a un público inmediato.

La distribución del conocimiento científico y académico dirigido a especialistas en la UNACH, se maneja a través del programa editorial de investigación científica, donde se publican artículos con rigor académico. Sin embargo, el programa de comunicación social capta esta información para presentarla en un lenguaje llano dirigido a un público abierto.

## **EL CONTEXTO EDUCATIVO EN CHIAPAS**

El paisaje social de Chiapas no puede delinearse separando su economía, vida política y conflictos religiosos, más bien su análisis requiere una mezcla de todos estos elementos para comprender su complejidad.

En Chiapas se cuenta con una población que supera los 4 millones 200 mil habitantes, de los cuales, poco más de 1 millón 500 mil se encuentran ubicados dentro del rezago educativo de la entidad. En la actualidad, la población de más de 15 años asciende a 2 millones 281 mil 622 personas, de las cuales, el 22.9% son analfabetas (IEA 2004).

Podría pensarse que la mayoría de la población analfabeta pertenece a las etnias indígenas del estado de Chiapas. La realidad es que esto no es así, existe un porcentaje similar entre la población hispanohablante y la indígena que carece de una formación educativa básica.

De acuerdo a las cifras manejadas por el gobierno de Chiapas, 244 mil 134 personas hispanohablantes no saben leer y escribir, mientras que 278 mil 474 indígenas carecen de habilidades de lecto-escritura. Esta información nos indica el grave rezago educativo existente en la entidad. Esto, sin duda, es un factor que propicia la continuidad del círculo de pobreza. Los altos índices de analfabetismo y gran rezago educativo, generan un bajo nivel de capacitación y de escolaridad.

La Universidad Autónoma de Chiapas consciente de esta situación, se ha dado a la tarea de desarrollar el Proyecto de Comunicación Social, el cual se ha planteado brindar información relacionada con la docencia, investigación, extensión, el gobierno universitario, pero, sobre todo, hacer uso del potencial educativo de los medios para generar procesos de aprendizaje en la sociedad y favorecer, en este rubro, el desarrollo de la sociedad chiapaneca.

## **EN SINTONÍA**

Es un espacio radiofónico producido por la Dirección de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Chiapas, tiene como objetivo central difundir el trabajo de investigación y de extensión que se desarrolla al interior de la universidad.

Este programa tiene un formato diseñado por la Coordinación de Radio y Televisión de la UNACH, y opera en tres regiones de la entidad: Tuxtla Gutiérrez, capital del estado de Chiapas; San Cristóbal de las Casas en la región Altos y Tapachula de Córdoba y Ordóñez, ubicado en la zona Soconusco.

Con esto se busca generar un intercambio y flujo de la información, ya que cada región produce sus segmentos con sucesos generados en su zona de influencia, y a través de lo que hemos denominado el Circuito Radiofónico en Sintonía, se logra que el conocimiento desarrollado trascienda el entorno de origen y se de a conocer en el resto de la entidad.



Las emisiones son semanales con una hora de duración. En Tuxtla Gutiérrez se transmite los días miércoles a las 19:00 horas; en San Cristóbal de Las Casas los días jueves a las 19 00, y en Tapachula los viernes a las 17:00 horas. Para hacer posible la transmisión de estos programas, se generó un intenso trabajo de colaboración con el Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión, órgano dependiente del gobierno del estado de Chiapas, ya que la universidad no cuenta con recursos económicos para comprar espacios en los medios comerciales.

En cuanto al formato, es un programa que hace uso del género denominado radio revista en el que se aborda un tema central, casi siempre vinculado con la investigación y la extensión universitaria. Al tema central se le integran otros géneros como el reportaje, la entrevista, el radio cuento, la charla o el comentario, con la finalidad de ofrecer información complementaria al radioescucha y darle un ritmo dinámico a la emisión.

Además, se cuenta con secciones fijas como Supernova, segmento de ciencia y tecnología, que de manera amena y con lenguaje sencillo presenta información relacionada con descubrimientos o sucesos de actualidad e interés.

“En la Semana” es un resumen informativo con noticias ocurridas en la universidad, tanto a nivel de docencia, investigación, estudiantil y gobierno universitario. El segmento que no sobrepasa los tres minutos, sirve como referente de la información para entender lo que ocurre al interior de la institución.

Cabe señalar que en este sentido, el Circuito Radiofónico en Sintonía no trabaja desarticulado con los demás medios universitarios; al contrario, por la inmediatez del medio radiofónico pone al programa como punta de lanza de la información, ya que los contenidos son abordados con mayor amplitud en los medios impresos como la Gaceta Universitaria, el periódico Universidad y Sociedad de los que hablaremos más adelante.

La sección “deletreando” se relaciona con la promoción y difusión de la lectura, en ella se recomiendan libros con principal respaldo a las publicaciones de la universidad, sin olvidar a los escritores chiapanecos.

La sección denominada “Muy Importante”, es un segmento en el que se habla de temas de mucha actualidad o relevancia inmediata para el acontecer de la comunidad universitaria.

En el espacio radiofónico se abordan problemáticas tanto locales como de interés global, por sus micrófonos han pasado un importante número de personalidades destacadas a nivel local, nacional e internacional, como: Elena Poniatowska, Baltasar Garzón, Ernesto Villanueva, Elio Massferrer, Eraclio Zepeda, entre otros.

### **30 POR SEGUNDO**

Espacio televisivo con emisión semanal con una duración de 30 minutos, este programa aborda temas de interés regional, nacional y global centrados en la difusión de la investigación y la extensión. 30 por segundo, título de la emisión, hace referencia al reciente 30 aniversario de la fundación de la Universidad Autónoma de Chiapas. El programa tiene un formato central de entrevista con secciones fijas, que le dan movilidad y ritmo a la producción.



La emisión de televisión ha tenido una buena aceptación por parte de los universitarios y la sociedad en general, ya que la participación de estudiantes en su realización hace del programa un espacio horizontal en la selección de sus contenidos.

Diversas secciones elaboradas a lo largo de sus dos años de vida han sido realizadas por estudiantes, principalmente de las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación y Lengua y Literatura Hispanoamericana, ambas impartidas en la Facultad de Humanidades de nuestra institución. Además, el staff de producción está constituido por docentes y estudiantes de la misma.

Treinta por Segundo es transmitido a través de Canal 10 y sus repetidoras que cubren el 72 por ciento de la entidad chiapaneca. Además, en la región de Tapachula se logró un convenio de colaboración con el Sistema de Cable del Soconusco, empresa privada que retransmite la emisión los días sábado a través de su sistema.

El programa televisivo es el segundo eslabón en la cadena de difusión. A través de este medio se ofrece contenidos relacionados con la investigación, la extensión, el postgrado, la docencia y vida universitaria, integrando el poder de la imagen como recurso y la penetración que por sus propias características posee el medio televisivo.

## PERIODICO “UNIVERSIDAD Y SOCIEDAD”

Uno de los productos de comunicación que mayor aceptación ha tenido en la comunidad universitaria es el periódico “Universidad y Sociedad”. Este medio impreso, a diferencia de la gaceta, se encuentra dirigido a un público medianamente informado y con significaciones inmediatas.



Tiene un formato de fácil lectura y lenguaje coloquial, que ofrece desde su portada llamados relacionados con información que despierta el interés de la comunidad estudiantil. En la información ofrecida, el estudiante puede sentirse parte del entorno informativo, debido a que la información contenida tiene cercanía a su vida cotidiana, o los nombres de las personas que aparecen en el periódico son estudiantes, docentes o administrativos de su Facultad.

Es importante señalar que el periódico es elaborado y producido por 9 becarios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, quienes se encargan de cubrir las fuentes asignadas en los 9 Campus con que cuenta la Universidad Autónoma de Chiapas.



En cuanto al estilo de redacción, posee un lenguaje coloquial, con datos que pueden ser de interés básicamente para el estudiantado. Por otra parte, cabe señalar que se ha constituido en un medio que ha penetrado muy bien al exterior de la universidad, ya que por ser muy digerible en su información y formato, las personas que no conocen a profundidad nuestra institución obtienen un panorama sencillo pero significativo del trabajo que se realiza.

En la actualidad el periódico “Universidad y Sociedad” tiene un tiraje de 2000 ejemplares de manera mensual. En su contenido ofrece secciones fijas como “Vida Universitaria”, “Respuesta Social”, “Arte y Cultura”, “Página Editorial”, entre otros.

Para operar este programa se ha desarrollado un plan de capacitación para los estudiantes, donde se les informa en detalle respecto al contexto de nuestra universidad y la importancia de su actividad en el desarrollo de la UNACH. Llevamos cuatro generaciones de estudiantes operando de esta manera, y ha sido tal el éxito, que la apropiación del concepto ha sido sumamente estimulante.

## **GACETA UNACH**

Es el órgano informativo oficial de la Universidad Autónoma de Chiapas. Se publica de manera bimestral con un tiraje aproximado de 1.500 ejemplares. Este medio está dirigido a lectores “bien informados”, que buscan información de actualidad y poseen un conocimiento amplio sobre diversos temas, sin llegar a ser especialistas.



Los contenidos que se ofrecen en la “Gaceta Universitaria” tienen dos fuentes principales:

- a) Colaboraciones de docentes y administrativos que aportan resultados o avances de trabajos de docencia, investigación y extensión.
- b) Resultado de eventos a los que ofrece cobertura Comunicación Social de nuestra institución, además de entrevistas realizadas ex profeso por nuestros reporteros.

Otro aspecto por el que la publicación tiene una importancia especial es que a través de ella se dan a conocer convocatorias para becas, estudios de postgrado, cursos y conferencias.

Algo importante a destacar es que la Gaceta UNACH, pese a ser el órgano oficial de difusión, no es una publicación que centre su tarea en promover la imagen del Rector o de su equipo de trabajo. Su interés está enmarcado en las acciones de investigación y difusión de la universidad, como: eventos académicos, culturales, deportivos, sociales, investigación y extensión.

## CONCLUSIÓN

El trabajo de comunicación social que se desarrolla en la universidad puede ser común para el resto de las universidades, pero para nosotros el contar con escasos recursos, principalmente económicos y técnicos, nos permite sentirnos satisfechos con la labor realizada, y aspiramos a mucho más.

En esta etapa, que por primera vez se ha establecido un proyecto central integrado por varios medios, con una unidad de criterios y de operación, nos brinda la

posibilidad de dar el siguiente paso: ir de instrumentos de información a medios de difusión.

El reto es grande, ya que implica transformar y generar una cultura de la divulgación, en particular con los investigadores, quienes en nuestra institución no tienen el hábito de difundir el conocimiento. Para quienes laboramos en el área de comunicación social, también implica modificar nuestras formas de trabajo, a fin de ofrecer productos con mayor contenido, pero a la vez con un lenguaje sencillo y accesible a nuestra población.

Otra de las asignaturas pendientes es el reto de la diversidad cultural, tenemos que ofrecer espacios en los medios universitarios para los hablantes de otras lenguas, e integrarlos a la dinámica del conocimiento generado y producido en la UNACH.

Esperamos que estas acciones que nosotros operamos sean de utilidad, y puedan aplicarse en otras instituciones que afronten una problemática similar a la que vivimos en la Universidad Autónoma de Chiapas.