

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

Título: La oficina de comunicación social de la Universidad de Guadalajara: Información interna para una cultura de transparencia y rendición de cuentas.

Autor: José Manuel Jurado Parres. Universidad de Guadalajara (UdeG), México.

Correo e.: josep@redudg.udg.mx

Palabras clave: Universidad de Guadalajara, Oficina de Comunicación Social, sociedad, información, institución, medios de comunicación, transparencia.

Resumen:

Guadalajara es la segunda ciudad más importante de México. Una población de casi seis millones de habitantes demanda educación, cultura, desarrollo humano, transparencia en cuentas públicas y acceso a la información.

Para esta tarea requiere órganos informativos de calidad y confiabilidad. La Universidad de Guadalajara no es la excepción. Entre 1971 y 1972 creó la Oficina de relaciones públicas, posteriormente de Comunicación social, y hoy de Prensa y comunicaciones, cuya misión consiste en ampliar y mejorar la cobertura de información acerca de las actividades universitarias, por conducto de los medios de comunicación propios e internos, así como reforzar la imagen institucional ante la sociedad, con la difusión de las bondades y valores de esta casa de estudios, su trascendencia social y el papel que juega como un centro de ideas y pensamientos que repercuten en el ámbito local y nacional.

Este año la Universidad de Guadalajara ha incrementado el ingreso de nuevos alumnos por encima de la media nacional (38 por ciento), situación que exige dar a conocer lo que en materia de investigación y cultura continúa creando.

La Oficina de comunicación social ha empezado desde el interior una cultura comunicativa que vincula todos los ámbitos institucionales, aspecto que hace posible el diálogo entre directivos, coordinadores y responsables de área, centros universitarios y demás organismos.

Con esto fomenta un aspecto fundamental de la etapa histórica de transición democrática que vive México, pues coordina una comunicación interna responsable, favorece la propagación de información a la sociedad y promueve valores como transparencia, derecho a la información y confianza en la comunidad.

Para dicha tarea, los recursos humanos y la infraestructura tecnológica resultan indispensables.

Mediante una unidad de prensa, formada por un equipo de reporteros, recabamos la información necesaria de cada centro universitario, gracias a que cada

reportero mantiene una estrecha relación con los organismos de la UdeG (Red universitaria).

De dicha relación nace la información en torno a los acontecimientos diarios de la Universidad, misma que después es dada a conocer en los medios externos locales o en los propios, ya que la UdeG posee una cadena de estaciones radiofónicas, diversos formatos impresos y programas de televisión.

La Oficina de comunicación social ha estado a la vanguardia en tecnología de la información, por medio de la Red Universitaria que este año cumple una década.

La Red trabaja en dos líneas: una dinamiza el flujo de información en la sociedad y otra potencia las labores de formación de los integrantes de la red de comunicación universitaria. Ambas posibilitan el incremento de la productividad, calidad y modernidad de la institución.

Con un control ordenado y sistematizado, la información en línea de la Universidad (<http://www.redudg.udg.mx>) ofrece servicios, comunicación interna y difusión de actividades académicas, como la Red Divulga, de carácter científico.

En medios impresos, *Gaceta Universitaria* realiza un trabajo periodístico con base en los procesos de un diario, pues maneja una agenda propia y estrictos contenidos editoriales y gráficos.

De presencia semanal y con un tiraje de 45 mil ejemplares, tiene 36 páginas que llegan a los lectores de centros universitarios, preparatorias, dependencias gubernamentales, áreas de la zona metropolitana de Guadalajara y 900 puntos nacionales.

Mediante estos conductos, la Oficina de comunicación social inició desde mayo de 2004 un proyecto para implantar el sistema de gestión de calidad ISO-9001:2000, mismo que está en proceso, de acuerdo al siguiente esquema evolutivo: su transformación en Dirección General de Medios, que reunirá todas las formas de comunicación organizacional de la institución, así como la Red Radio Universidad de Guadalajara, *Gaceta Universitaria* y la Dirección de Producción Audiovisual.

Por este motivo, la participación de la Universidad de Guadalajara en dicha área tiene como fin compartir las experiencias comunicativas acumuladas luego de tres décadas, conocimiento que la ha posicionado como uno de los pilares institucionales educativos e informativos en el país.

Abstract:

Guadalajara is the second more important city of Mexico. A population of almost six million inhabitants demands education, culture, human development, transparency in public accounts and access to the information. For it, it requires informative organs of quality and trustworthiness.

The University of Guadalajara is not the exception. Between 1971 and 1972 it created the Office of Public Relations, after the office of Social Communication and now Press and Communication, whose mission is to extend and to improve the information cover on the university activities, through own and internal mass media, as well as to reinforce the institutional image before the society, being spread kindness and values of this house of studies, its social importance and the paper that play like a center of ideas and thoughts that repel in the local and national scope.

This year, the University of Guadalajara has increased the entrance of new students over the average national (38%), which demands to present what in the matter of investigation and culture it continues creating.

The Office of Social Communication has begun from the interior with a communicative culture that ties all the institutional scopes, which allows the dialogue between directors, coordinators, and people in charge of area, university centers and other organisms. With it, it foments a fundamental aspect of the historical stage of democratic transition that lives Mexico.

The University of Guadalajara plays its cards on the matter: It coordinates a responsible internal communication, it favors the propagation of information to the society and promotes values like transparency, right to the information and confidence in the community. For the task, the human resources and the technological infrastructure are indispensable.

Through a unit of press, formed by a team of reporters, the necessary information of each university center is successfully obtained. Each reporter maintains one narrow relation with the organisms of the UdeG (University Network).

Of this relation, the information is born on which occurs daily in the University and that later will be presented in local external means or, through the own ones: The UdeG has a chain of wireless stations, diverse printed means and programs of television.

The Office of Social Communication has been pioneer in technology of the information by means of the University Network that this year turns one decade. The Network works in two lines. One, flowing the information in the society, and another one, harnessing the workings of formation of the members of the university communication network. Both make possible the increase of the productivity, quality and modernity of the institution. With a ordered and systematized control, the information in line of the University (<http://www.redudg.udg.mx>) offers information of services, internal communication and academic diffusion, as the Network

Discloses, of scientific character, in average forms, the University Newspaper is a journalistic work that handles to the processes of a newspaper by means of an own agenda and strict publishing and graphical contents. Of weekly presence, and with a circulation of 40 thousand units, the publication has 36 pages that arrive at the readers from university centers, preparatory, governmental dependencies, areas of the metropolitan zone of Guadalajara and 900 points.

By means of these conduits, the Office of Social Communication initiated from May of 2004 with a project for the implantation of the system of management of quality ISO-9001:2000, that is in process due to the following evolutionary step: its transformation in the new Means Main directorate that will reunite all the forms of corporative communication within the institution, as well as the Network Radio University of Guadalajara, the University Newspaper and the Direction of Audio-visual Production.

By such reason the participation for the University of Guadalajara in this area is with the purpose of sharing the accumulated communication experiences after three decades that have positioned it like one of the educative and informative institutional pillars in the country.

***La oficina de comunicación social de la Universidad de Guadalajara:
Información interna para una cultura de transparencia y rendición de cuentas.***

Bienvenidos a nuestra casa de estudios, la Universidad de Guadalajara

Hay que empezar por la casa. Avalada por una tradición educativa de más de 200 años, la Universidad de Guadalajara está aprovechando las ventajas de las tecnologías de información y comunicación, para hacer más eficientes los procesos administrativos y académicos.

Internamente, la Oficina de comunicación social ha ido en dos direcciones: de las altas esferas, es decir, desde la Rectoría general, hacia los niveles de base de la institución, ha fluido información de todo tipo, desde académica hasta administrativa, deportiva y cultural. Al mismo tiempo, ha existido información de abajo hacia arriba: comunicación entre los trabajadores de la Universidad y los jefes inmediatos, quienes toman en cuenta las peticiones e inquietudes de los empleados, pues las someten a análisis para que puedan contribuir a la Universidad.

La comunicación interna dentro de la segunda institución educativa en México posee instrumentos que sirven para la comunidad universitaria y jalisciense, una de las más exigentes y demandantes en cuanto a difusión de información y rendición de cuentas.

Algunas de estas herramientas, que explicaremos más adelante, son la Red universitaria, creada en 1995 y que implementó el portal electrónico de la Universidad (www.udg.mx) y el Órgano virtual de comunicación (Orvicu).

Antes de pasar a estos puntos, resulta necesario recordar la misión, visión y objetivo de la Oficina de comunicación social.

Misión. Consiste en ampliar y mejorar la cobertura de información de las actividades que realiza la Universidad de Guadalajara, por conducto de los medios de comunicación propios y externos, así como reforzar la imagen institucional ante la sociedad, con la difusión de las bondades de nuestra casa de estudios, su

trascendencia social y el papel que juega como centro de ideas y pensamientos con repercusión local y nacional.

Visión. Facilitar a la sociedad, comunidad universitaria y medios de comunicación, la información relevante acerca de las actividades de esta casa de estudios, así como fomentar una cultura de comunicación que vincule todos los ámbitos institucionales de la Universidad de Guadalajara.

Objetivo. Reforzar la imagen institucional de la Universidad de Guadalajara, por medio de la difusión de sus logros académicos, científicos y culturales, en beneficio de la comunidad universitaria y la sociedad en general, así como transparentar las actividades administrativas y el destino de los recursos públicos a los que accede la universidad, mismo que son invertidos en la mejora y calidad de la oferta educativa, cultural y de intercambio con otras instituciones.

Unidad de prensa

Como generadora de información, la Unidad de prensa tiene la responsabilidad de participar de forma directa en el procesamiento de información relacionada con cualquier tema social, político, científico, académico o económico, además de ser una instancia de comunicación integral que fortalezca la visión de una sociedad orientada al conocimiento.

Dentro de los servicios que ofrece, la Unidad de prensa cuenta con:

Agenda diaria. Está integrada por diferente información que es dada a conocer según la fuente noticiosa correspondiente. Es cubierta por los reporteros de la institución, quienes pueden ampliar su información y servir como punto de referencia para reportajes de profundidad en *Gaceta Universitaria*.

Informe meteorológico. Es trabajado junto con el Instituto de Astronomía y Meteorología, de la UdeG, de lunes a viernes, con el fin de brindar el pronóstico del tiempo para la zona metropolitana de Guadalajara y la región centro occidente del país.

Boletines informativos. Los reporteros, al consultar la agenda y proponer información que poseen, gracias a su trabajo en los centros universitarios, los datos que obtienen de los medios de comunicación locales y nacionales, así como su constante búsqueda de información, realizan, en promedio, ocho boletines diarios que son enviados a los medios, según su hora de cierre y juntas de redacción.

Entrevistas. Gracias a la cantidad de investigadores que posee la Universidad en todos los ámbitos académicos, constituye una fuente de referencia para emitir un punto de vista o información relacionada con temas de interés para la comunidad universitaria y la sociedad. La Universidad de Guadalajara tiene un alto número de investigadores (297) pertenecientes al Sistema Nacional de Investigadores (SNI), máximo órgano que reúne a especialistas de todas las ramas del conocimiento en México.

Ruedas y conferencias de prensa. La Unidad de prensa es la instancia oficial de la UdeG para convocar a conferencias de prensa relacionadas con temas institucionales, avances y resultados de investigación de punta, opinión de especialistas en tópicos de importancia y relevancia actual, así como para dar a conocer actividades de la Rectoría general o alguna dependencia de la administración general.

Portal de la Universidad de Guadalajara. Este portal es alimentado diariamente por un equipo especializado. Su objetivo radica en subir la información que traen los reporteros. Es acompañada con una fotografía digital de los reporteros gráficos, quienes también laboran para *Gaceta Universitaria*. Las noticias son de diferente índole: divulgación, académicas, notas previas e institucionales.

Noticiero radiofónico Contacto universitario. Este noticiero es un producto destinado a un auditorio más amplio, generado con información de calidad surgida en la Red universitaria, misma que día a día procesan nuestros reporteros. Es transmitido de 13:00 a 13:15 horas, de lunes a viernes, con una repetición vespertina.

La Oficina de comunicación social, de la Universidad de Guadalajara, durante 2004 continuó impulsando diversos mecanismos para su proyección:

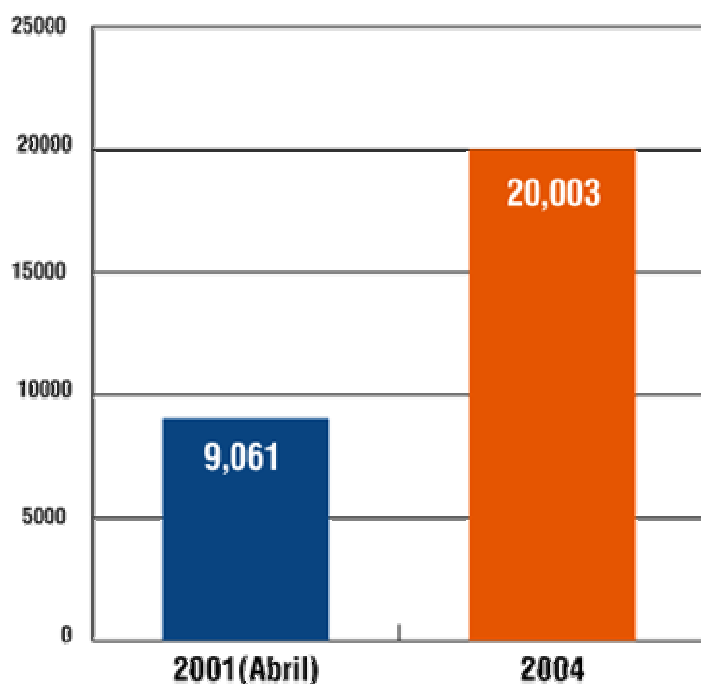
1, 686 boletines difundidos (20 por ciento más que en 2003).

231 emisiones de Contacto universitario.

1,424 entrevistas (20 por ciento más que en 2003). De éstas, 722 fueron para radio, 375 para prensa escrita, 311 para televisión y 16 para agencias informativas.

Unidad de documentación

Gracias a su dinámica, la Universidad de Guadalajara acrecienta su presencia social en medios electrónicos e impresos. Tan solo el año pasado, 20,003 notas fueron detectadas en 34 medios impresos y electrónicos, tanto locales como nacionales (120 por ciento más que en 2001).



Durante 2004, los servicios de noticias mantuvieron informados a los funcionarios universitarios:

356 carpetas informativas locales (con ocho fotocopiadas y una digitalizada).

231 carpetas informativas nacionales (con ocho fotocopiadas y una digitalizada).

270 monitoreos de radio y televisión (con siete fotocopiadas diarias).

220 resúmenes informativos acerca de la UdeG.

229 notas delicadas a los involucrados.

40 dossier elaborados conforme a las solicitudes recibidas.

513 grabaciones de programas universitarios de radio.

Red universitaria

La Red universitaria ha sido elemento fundamental para la Oficina de comunicación social, desde su creación en 1995.

La implementación de la Red universitaria, por medio de Internet (www.udg.mx), ofrece, entre otras cosas, información de los integrantes de la Universidad, dependencias, direcciones, teléfonos y correos electrónicos; objetivos de la red; programas de extensión y cultura, servicios, proyectos, acciones de difusión; programas de radio y televisión, revistas y suplementos, entre otros.

Dentro del portal universitario, la comunicación interna resultó beneficiada el año pasado:

558 noticias fueron publicadas en el portal, así como 148 actividades.

200 correos electrónicos con información de la casa de estudios fueron enviados a 10 mil usuarios de la red.

Órgano virtual de comunicación. Este espacio busca aprovechar los nuevos medios y tecnologías de comunicación, a fin de dotar a los miembros de la comunidad universitaria, por medio de recorridos virtuales, de información útil y dinámica. (www.comsoc.udg.mx/orvicu/index.htm)

Red de comunicación y divulgación de la ciencia (Red divulga). Herramienta creada por la Oficina de comunicación social, en coordinación con la Unidad de Vinculación y Difusión Científica, para coadyuvar a la institución en materia de difusión del conocimiento científico. El sitio está construido desde el portal universitario. (http://www.comsoc.udg.mx/orvicu/red_divulga/redivulga.htm).

Unidad de transparencia

La Universidad de Guadalajara se une a la cultura de transparencia e información, al crear la Unidad de enlace e información, conforme con los reglamentos de la Ley de transparencia e información pública del estado de Jalisco, para facilitar la gestión de las solicitudes de acceso y elaborar el programa para una rápida obtención de la información pública de esta casa de estudios.

Dentro de sus funciones está turnar al secretario general y al Comité técnico la solicitud de información clasificada, registrar los datos correspondientes en el sistema electrónico y elaborar la notificación al solicitante.

En los medios de comunicación establecimos la sección Cuentas claras, para dar a conocer el uso de los recursos públicos y servicios que ofrece la Universidad en la comunidad, así como el destino de estos y la forma en que benefician a la sociedad en materia cultural, académica, científica o tecnológica.

Cuentas claras aparece dentro de la cartelera que da información relacionada con eventos, premios, convocatorias, diplomados y maestrías que ofrece esta Universidad. Aparece cada quincena, en los diarios locales.

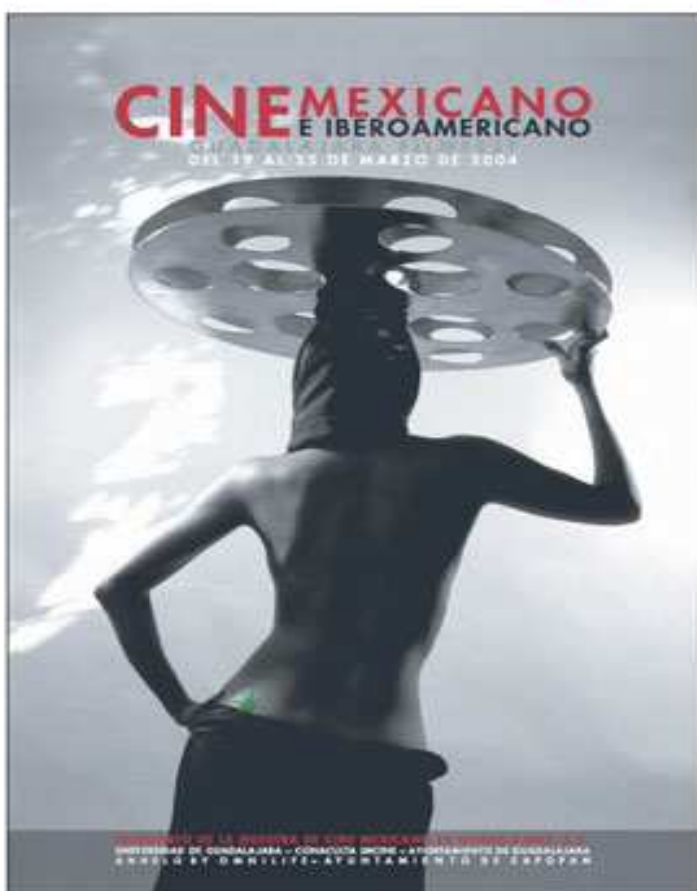
Gaceta Universitaria

Uno de los conductos informativos es *Gaceta Universitaria*, periódico semanal que nació con un objetivo: dar a conocer el quehacer de la Universidad.

Cuenta con 36 páginas y un tiraje de 45 mil ejemplares. De estos, 10 mil están destinados a suscriptores del diario local *El Informador*, mientras que los 35 mil restantes son distribuidos en los centros universitarios, preparatorias y dependencias de la UdeG, así como en 900 puntos de todo el país.

El proceso de elaboración de *Gaceta Universitaria* está pensado como cualquier diario: mantiene una agenda propia que cada vez está abriendo en mayor medida no solo a la información universitaria, sino también a tópicos de alto interés que afectan a la comunidad tapatía. De esa manera, pone en práctica elementos periodísticos como la credibilidad y confianza, valores que están en el redactor de la noticia, el jefe de información y la coordinadora general, y que llegan hasta los lectores.

Dentro de la propuesta de reingeniería editorial para *Gaceta Universitaria* está reconfigurar las portadas, titulares y reportajes. Durante este ejercicio, detectamos la necesidad de reestructurar visualmente la publicación, de manera que convocamos a tres despachos líderes en diseño editorial.



Llegó la fiesta del cine

191 películas serán proyectadas del 19 al 25 de marzo en Centros Universitarios, el cineplegion cinematográfico del Centro cultural Salvador Alende, del Centro Universitario de Ciencias

Sociales y Humanidades y con el apoyo de cerca de 200 artistas de los estados de Jalisco, Colima y Michoacán.

Riesgoso el trabajo en maquiladoras

Pág. 6

SEMS en las Olimpiadas de la ciencia

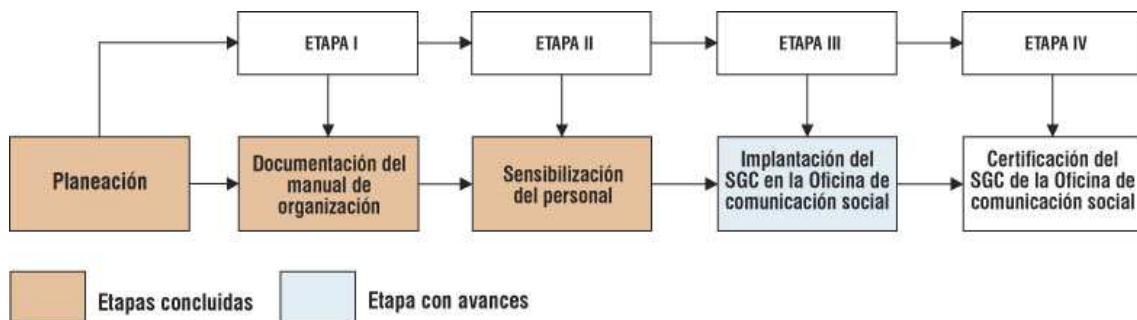
Completó 33 estudiantes de posgrado de la UdeG, en las competencias las áreas de Ingeniería, Física y Matemáticas.

Pág. 10

Aclaración al mensaje del Rector general de la UdeG, durante su tercer informe de actividades 2003 - 2004

Pág. 4

EN ESTA EDICIÓN	
Noticias	
Para facilitar el voto de los estudiantes al extranjero	7
Noticias	
El nuevo rol que la Universidad juega en la sociedad	8
Temas culturales	
El cine en la Universidad	23
Noticias	
Elaboración de un nuevo modelo de gestión	28
Noticias	
El nuevo rol que la Universidad juega en la sociedad	31



El futuro está a la vuelta de la esquina

El trabajo de la Oficina de comunicación social a lo largo de estos años, junto con el de otras instancias, como Radio Universidad de Guadalajara y la Dirección de Producción Audiovisual (que cuenta con seis programas, los cuales, en sus primeras 30 emisiones en dos canales locales, alcanzaron 13 millones de impactos: *Esferas*, de análisis político y de actualidad; *Facetas*, informativos de la vida tapatía; *Mundo caracol*, de corte infantil; *La Brújula*, revista cultural; *Más que noticias*, periodismo crítico; y *RAP TV*, de reportajes) han orillado a la incorporación de las tres en una Dirección General de Medios, creada en diciembre de 2004, y que a partir del 1 de enero de 2005 entró en vigor para dar continuidad y buscar más salidas de información.

En el dictamen II/2004/375, de las comisiones conjuntas de Hacienda y Normatividad, del Consejo General Universitario, quedó establecido el nacimiento de dicha dirección, misma que buscará fortalecer los medios universitarios, a fin de que sean más competitivos ante los pertenecientes a la iniciativa privada.

La confianza de la Universidad de Guadalajara en la calidad y honestidad de quienes realizan dicho trabajo mediático está reflejada en la conjunción de esfuerzos provenientes de distintas fuentes de información (impresas o electrónicas), la cual busca que sus integrantes crezcan de manera conjunta y exploren nuevos terrenos en el campo periodístico e informativo.

Notas bibliográficas

Jurado Parres, José Manuel. *Informe de las actividades de la Oficina de comunicación social.* Universidad de Guadalajara, febrero de 2005.