

Área 3: La Comunicación Universitaria y las Tecnologías de Comunicación e Información (TIC)

**Título: Comunicación universitaria “En Red”. El caso del Boletín Electrónico de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina.**

Autora: Nancy Pastor, Secretaría de Comunicación Estratégica, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina

Correo: [npastor@rec.unicen.edu.ar](mailto:npastor@rec.unicen.edu.ar)

Palabras clave: comunicación universitaria, tecnologías de la información y de la comunicación, publicaciones electrónicas, periodismo en Internet.

Resumen:

La notable expansión de las tecnologías de la información y de la comunicación en los últimos años, no sólo ha transformado las formas de comunicación de los procesos institucionales, científicos, pedagógicos y culturales, sino que ha ampliado de manera considerable las posibilidades de publicación por parte de las instituciones en general y de las universidades en particular.

Este proceso repercute, naturalmente, en el ámbito de la investigación, pero también en el de la comunicación institucional, en el que se evidencia un generalizado uso de los medios electrónicos desde los órganos de gestión de la comunicación, en tanto que herramientas privilegiadas para acercar a sus públicos el quehacer de las universidades

En efecto, la proliferación de boletines y *newsletter* en el espacio universitario es un fenómeno tan difícil de cuantificar como evidente. Sin embargo, es poco lo que sabemos acerca de ellos y, fundamentalmente, de los problemas que acarrea embarcarse en una aventura editorial, que aunque retome algunos elementos propios de la tradición impresa, carece de fórmulas consagradas a las cuales suscribir y tiene necesariamente un carácter experimental.

El objetivo de esta ponencia es, entonces, dar a conocer desde la perspectiva del editor, la experiencia de una publicación electrónica institucional que ya va por su cuarto año de edición. Se trata de “En Red. Noticias de la Unicen”, el boletín de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina. (<http://www.unicen.edu.ar/b/boletin>)

El contexto político-institucional en el que surge el proyecto, los destinatarios, la línea editorial y una aproximación a cuánto se lee, qué se lee y desde dónde se lee la publicación, constituyen los principales ejes del presente trabajo.

## **Comunicación universitaria “En Red”. El caso del Boletín Electrónico de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina**

### **Presentación**

La notable expansión de las tecnologías de la información y de la comunicación en los últimos años, no sólo ha transformado las formas de comunicación de los procesos institucionales, científicos, pedagógicos y culturales, sino que ha ampliado de manera considerable las posibilidades de publicación por parte de las instituciones en general, y de las universidades en particular.

La disminución tanto de los costos como de los tiempos de publicación y distribución, así como la ampliación de las comunidades de lectores, antes limitadas a zonas de distribución definidas de acuerdo a un criterio geográfico -ventajas que el formato digital posee frente a las producciones editoriales convencionales-, suponen un poderoso aliciente para instituciones tradicionalmente limitadas en su capacidad de publicar por razones de orden económico.

Este proceso repercute, naturalmente, en el ámbito de la investigación, pero también en el de la comunicación institucional. En el primer caso y pese a ciertas resistencias de los núcleos más conservadores en la comunidad científica, se registra una tendencia a considerar a la Red como un terreno fértil para la divulgación del conocimiento, generado en el medio universitario a través de las revistas académicas *online*<sup>1</sup> y, aunque de manera todavía incipiente, de la construcción de bancos de tesis digitales. En el segundo, en cambio, se evidencia un generalizado uso de los medios electrónicos desde los órganos de gestión de la comunicación, en tanto que herramientas privilegiadas para acercar a sus públicos el quehacer de las universidades

En efecto, aún cuando se trate de un fenómeno difícil de cuantificar, la proliferación de boletines y *newsletter* en el espacio universitario es, sin lugar a dudas, un dato de la realidad. Funcionarios, docentes, investigadores, alumnos, graduados, todos recibimos en nuestra casilla de correo con periodicidad semanal o mensual, algún envío de este tipo. Sin embargo, es poco lo que sabemos acerca de ellos y, fundamentalmente, de los problemas que acarrea embarcarse en una aventura editorial, que aunque retome algunos elementos propios de la tradición impresa, carece de fórmulas consagradas a las cuales suscribir y tiene necesariamente un carácter experimental.

El objetivo de esta ponencia es, entonces, dar a conocer desde la perspectiva del editor, la experiencia de una publicación electrónica institucional que ya va por su cuarto año de edición. Se trata de “En Red. Noticias de la Unicen”, boletín de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina. (<http://www.unicen.edu.ar/b/boletin>)

## Historia reciente

Nacido en Internet y no como la edición online de un medio tradicional, el Boletín "En Red" es actualmente la única publicación periódica institucional del Rectorado en circulación en la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (Unicen). De frecuencia mensual en el período de mayor actividad universitaria -marzo a diciembre-, desde su aparición en mayo de 2002 se han publicado 28 números.

El proyecto que le dio origen debe entenderse en el marco de las transformaciones que tuvieron lugar en la Unicen, a partir de la nueva gestión de gobierno iniciada en 2001. Creada en 1974, con tres sedes regionales, ocho Facultades y dos Escuelas Superiores, alrededor de 13.000 alumnos y con una oferta diversificada de carreras de grado y de posgrado, la universidad implementó en los primeros años del nuevo siglo un modelo institucional de apertura hacia la comunidad que con sus necesidades la interpelaba. En consecuencia, se apuntó a renovar la vinculación con la sociedad civil y el Estado; a responder a las demandas del Tercer Sector; a desarrollar capacidades docentes, de investigación, de transferencia para mediar entre los campos teóricos y las organizaciones; a definir el diseño institucional en todos sus componentes y a apoyar el crecimiento científico y tecnológico en el marco de las políticas nacionales.<sup>2</sup>

En ese particular contexto (que es, además, el mismo en que los efectos corrosivos de la crisis socioeconómica argentina se hicieron sentir con mayor dureza, reafirmando el novedoso perfil adoptado) la vieja oficina de prensa dejó paso a un Área de Comunicación Estratégica y, con ella, a la puesta en marcha de una nueva política de comunicación institucional.

Así, sobre la base de una importante expansión de las TICs hacia el interior de la comunidad universitaria, especialmente en lo concerniente al uso del correo electrónico, tanto como de la consideración de aquello que tiene de ventajoso el formato digital sobre las producciones editoriales clásicas, el lanzamiento de esta publicación fue concebido como una de las iniciativas tendientes a actualizar la imagen de una institución en pleno proceso de cambio.

Pensado como un medio destinado a informar sobre las actividades institucionales, académicas, científicas y culturales, a la vez que como un espacio de expresión de los diferentes actores de la vida universitaria, "En Red" recibió un renovado impulso a comienzos de 2004, cuando se aproximaba su segundo aniversario. En efecto, a partir de esa fecha el Área de Comunicación Estratégica se convirtió en Secretaría, alcanzando de esta manera un rango poco común en el organigrama de las universidades nacionales en Argentina.

Esta jerarquización repercutió favorablemente sobre la publicación a la que le fueron asignados una mayor dotación de recursos humanos, al tiempo que un lugar más estratégico en la política comunicacional del Rectorado. De esta manera, el boletín sintetiza la actividad universitaria a lo largo del mes, a partir de un trabajo

conjunto en la producción y difusión de la información entre las áreas de prensa y mantenimiento del sitio web.

### ***Públicos***

El público universitario es, desde luego, el destinatario inicial del Boletín “En Red”. No obstante, los medios masivos de comunicación y los portales que reproducen su información, así como la presencia destacada de la publicación en la página inicial del dominio principal del sitio web de la universidad, permiten llegar a sectores más amplios de la comunidad. En tal sentido, cabe señalar, además, que entre los lineamientos que guían la política de comunicación no existe una antinomia entre sus facetas interna y externa, por el contrario, la gestión de ambas se concibe de manera coordinada e integral.

Con una periodicidad mensual se envía por correo electrónico a todas las cuentas de dominio institucional en la Unicen (que incluyen a funcionarios, docentes, investigadores, alumnos, graduados y empleados administrativos); a portales educativos como Universia; a publicaciones oficiales de organismos como la Secretaría de Políticas Universitarias perteneciente al Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación y del Consejo Interuniversitario Nacional; a diarios, radios AM y FM y canales de televisión locales, regionales y provinciales. También reciben la publicación en diferentes áreas de gobierno de las municipalidades de la zona de influencia de esta casa de estudios. Asimismo, son numerosas las personas que se suman a nuestra comunidad de lectores a partir del mecanismo de suscripción voluntaria.

Contando para ello con una dirección de contacto, los lectores pueden participar en la gestión informativa del Boletín. De hecho, es común que integrantes de las distintas unidades académicas que conforman la universidad, envíen información o soliciten la difusión de cursos, congresos y eventos en general.

### ***Contenidos***

Como se ha señalado antes, el surgimiento de las publicaciones electrónicas con sus notorias cualidades amplió las fronteras de lo posible, tanto en el medio editorial como periodístico. Sin embargo, no todas son ventajas en el mundo digital. La cuestión de la calidad de los contenidos a causa de la producción masiva, y la falta de ejercicio crítico de las audiencias acerca de lo que se publica en la red,<sup>3</sup> son ejemplos en este sentido.

Por otra parte, cómo hacer periodismo en Internet es un interrogante que hoy por hoy se encuentra en el centro del debate. Un debate en el que se discute una amplia variedad de temas que van desde cómo lograr originalidad en los contenidos; cómo alcanzar concisión y calidad en el tratamiento del texto sin desaprovechar las posibilidades que ofrece la hipertextualidad, cómo maximizar la capacidad inherente a estos medios de interacción con los lectores y cómo ganar en términos de credibilidad, hasta la misma redefinición de los géneros periodísticos para su utilización en la Red.

Atendiendo a estas cuestiones para las que no existen todavía respuestas categóricas, desde la edición de “En Red” se apunta a ofrecer un producto informativo de calidad, con un estilo de redacción claro, breve y preciso. Un producto, en suma, que no descuide aspectos tales como el diseño, la estética y la usabilidad como herramienta de comunicación, y evite caer en algunos de los problemas propios de la Red, como la sobrecarga de información o la falta de claridad en la presentación y ordenamiento de las noticias.<sup>5</sup>

Los criterios editoriales de la publicación se orientan, entre otros ejes, a lograr un equilibrio en la asignación de espacios informativos en diferentes planos; por un lado, en lo relativo al peso atribuido a las temáticas institucionales, académicas, científicas y culturales vinculadas al quehacer de la Unicen. Por otro, en el lugar asignado a las actividades generadas por las distintas unidades académicas -que a su vez tienen asiento en tres sedes regionales- respecto de las impulsadas por las áreas centrales de Rectorado. Cabe agregar que también son materia de tratamiento periodístico en las páginas del Boletín, aquellas cuestiones relacionadas con la problemática de la educación superior a nivel nacional, al igual que ciertos temas que concitan el interés general de la sociedad.

En cuanto a los contenidos propiamente dichos, la página principal de la publicación está estructurada del siguiente modo: secciones permanentes; notas destacadas y enlaces.

*Secciones permanentes:*

- Consejo Superior: Contiene un resumen de las principales decisiones tomadas por dicho órgano de gobierno de la Universidad en su reunión mensual.

- Cursos, Congresos y Jornadas: Se detallan en base a un formulario pre-establecido de datos básicos, las actividades académicas organizadas por las distintas facultades y escuelas superiores de la universidad. Las mismas se publican de acuerdo a un criterio cronológico, lo que implica su reiteración en distintas ediciones hasta la fecha en que el evento tiene lugar, y se ofrece la posibilidad de obtener mayor información a través de un enlace a la página web del mismo.

- Cultura: Incluye la agenda de actividades abiertas al público en general, programadas por la Secretaría de Cultura de la universidad; también, los eventos organizados por las áreas de extensión de las facultades con asiento en las otras sedes.

- Becas y convocatorias: Reúne información detallada sobre la oferta de becas de grado y de posgrado, que otorgan organismos nacionales e internacionales en distintas disciplinas y áreas de conocimiento.

- Contacto: Permite establecer una relación directa con los lectores, quienes vía correo electrónico pueden enviar a la redacción comentarios, sugerencias e información de interés para publicar.

- Ediciones anteriores: Funciona como un archivo periodístico en línea, ya que permite acceder rápidamente a todo el material publicado desde el primer número.

Un botón que ofrece tanto la opción de suscripción como de resuscripción, y otro en el que se incluye la nómina de profesionales y personal, es decir, el staff afectado a esta tarea,<sup>4</sup> junto a sus direcciones de correo electrónico, completan las secciones fijas.

#### *Notas destacadas:*

##### Notas:

Cada edición incluye tres o a lo sumo cuatro notas o entrevistas en las que se da un tratamiento periodístico más extenso a temas tales como: proyectos institucionales y académicos; lanzamiento de nuevas carreras de grado y de posgrado; convenios interinstitucionales; actividades de vinculación y transferencia; congresos; desarrollo de investigación; publicaciones científicas; servicios a la comunidad universitaria; encuestas a los estudiantes, etc. Estas, a su vez, pueden incluir varias notas relacionadas en las que se desarrollan aspectos no tratados en la nota madre, ofreciendo al lector la posibilidad de profundizar en el tema.

##### Breves:

En portada se incluyen los diez títulos principales y un link a la página, en la que aparecen en pocas líneas de texto todas las noticias del mes. Asimismo, y teniendo en cuenta que a partir del programa analizador de estadísticas es posible saber fehacientemente que es la sección más leída del Boletín, es común que se tome la decisión editorial de incluir en ella los temas de mayor interés que no son desarrollados en las notas.

##### Opinión:

Se trata de artículos firmados por integrantes de la comunidad universitaria -generalmente docentes-investigadores y, en ocasiones, por personalidades de la cultura, la educación, el periodismo, que son especialmente invitadas a publicar en "En Red".

La sección actúa como un espacio de opinión, pero también de divulgación científica. Esto es así en el caso de los investigadores que escriben tanto sobre los proyectos que se encuentran trabajando, como sobre temas de actualidad desde la óptica de su especialidad.<sup>6</sup> En estos casos, luego de determinar el tema se contacta al investigador, se le sugieren algunos puntos fuertes que pueden resultar de mayor interés para el lector y se le ofrece (algo que generalmente ellos mismos solicitan) la revisión final del texto atendiendo a su publicación en un medio periodístico.

##### *Enlaces:*

El Boletín posee una trama hipertextual que permite acceder desde el encabezado al sitio web de la Universidad, y desde el pie a lo que consideramos sitios de interés. En el caso de estos últimos están vinculados con alguna de las notas destacadas; con un tema de estricta actualidad (con ocasión de las elecciones presidenciales de 2003, se incluyó un link a la página de los partidos políticos que disputaban el ballotage); con eventos culturales o académicos como manera de contribuir a su difusión (Forum Barcelona 2004, Congreso Internacional de la Lengua Española)

son recursos que se ofrecen al lector (Biblioteca Digital de la Real Academia Española).

### **Aspectos técnicos de la edición:**

Tanto el diseño como el formato del boletín En Red fueron modificados con el transcurso del tiempo. En su etapa inicial, que comprende hasta la octava edición, el formato era de una sola página formada por un encabezado indicando el número de edición y la fecha, el logo del boletín y un vínculo al sitio de la UNICEN. A continuación aparecían vínculos a la edición anterior y a la siguiente, y sólo era posible acceder a una edición determinada atravesando las ediciones intermedias. Debajo se presentaba el índice de notas del boletín el cual permitía acceder a través de un click a dichas notas, que se encontraban dentro de la misma página HTML. Debajo del índice estaban las notas correspondientes, con sus imágenes ilustrativas. En el pie de la página se mostraba un texto que incluía una dirección de e-mail para aquellos interesados en recibir el aviso de nuevos boletines, escribiesen solicitándolo.

A partir de la novena edición con la que se inicia la segunda etapa, el boletín dejó de tener la estructura de una sola página, para transformarse en un sitio que oscila entre 15 páginas y 20 páginas. El nuevo diseño permite una navegación más cómoda, teniendo siempre visible el menú de contenidos de la edición y el número de edición que se está visitando.

Los accesos al sitio se controlan a través de un sistema de estadísticas, lo cual permite conocer en forma detallada las visitas a cada nota y/o sección del boletín. La herramienta de estadísticas utilizada se denomina *AWStats*.

Finalmente, la publicación se edita en Dreamweaver -programa de diseño de páginas web- y el formato uniforme de letras y colores, entre las distintas páginas del sitio se controla a través de una página de estilos (CSS: *Cascade Style Sheet*).

### **Lectores y lecturas**

Como señala Marcelo Sabbatini,<sup>7</sup> entre las ventajas de las publicaciones electrónicas se encuentra “la posibilidad de utilizar estadísticas generadas por el acceso a los documentos, como medida de su uso en una nueva forma de bibliometría, ‘la webliometría’.”

En el caso de “En Red”, particularmente, su alojamiento en el sitio web y el sistema de estadísticas empleado permiten saber con precisión cuanto se lee, que se lee y desde donde se lee; más aún, permiten hacer un análisis estadístico de los accesos a la última edición *online* y, al mismo tiempo, observar como crecen sostenidamente desde el primer número las ediciones anteriores.

Así, desde mayo de 2002 fecha en que tuvo lugar el lanzamiento del primer número a febrero de 2005 cuando está en línea la 28° edición, el Boletín contabiliza 36.840 visitas en total. De ellas, 11.307 corresponden a los diez números publicados

en 2004, en los que se registra un promedio de 1130 visitas mensuales. En cuanto al lugar desde el que se accede a la publicación, se observa una marcada tendencia al aumento del número de lecturas desde el sitio web de la universidad, respecto de las que se efectúan directamente desde el envío por e-mail.<sup>8</sup>

La precisión estadística en la determinación de las secciones más leídas revela, virtualmente, un perfil del lector promedio y con ello contribuye a efectuar una mejor selección y ubicación de los contenidos a publicar.

Al analizar en detalle las secciones más leídas en las cinco últimas ediciones surge claramente el siguiente orden: en primer lugar se ubica invariablemente “Noticias Breves”; en segundo lugar “Cursos, Congresos y Jornadas”; en tercer lugar “Becas y Convocatorias”, en cuarto lugar, alguna de las notas destacadas; en quinto lugar “Consejo Superior” y, finalmente, en sexto lugar, “Cultura”.

El lugar preponderante de las “Breves” tiende a confirmar los estudios que establecen que el tiempo de lectura en formato digital es menor que en las publicaciones en papel,<sup>9</sup> del mismo modo, tiende a corroborar la premisa que sostiene que el espacio virtual es literalmente infinito pero no el interés de los lectores.

Con respecto a las notas destacadas de carácter informativo, es posible suponer que aún cuando no se acceda a su contenido completo, se lee la bajada al “scanear” con la mirada la portada. Esta hipótesis es extensiva a las que ocupan el espacio de opinión-divulgación, de las que sí sabemos efectivamente que experimentan un notable crecimiento en las visitas con el correr del tiempo, tal vez, a través de las búsquedas temáticas en buscadores.

El crecimiento constante en el número de accesos a cada una de las “Ediciones Anteriores”, finalmente, no deja de ser un dato curioso, tratándose de una publicación de actualidad. Quizás, una más de las ventajas de estos medios frente a los que se editan en papel.

### ***Problemas y nuevos desafíos***

A la hora de realizar un balance de la experiencia acumulada en casi 3 años de circulación del Boletín, cabe señalar que hemos enfrentado, naturalmente, no pocas dificultades. Instalar la primera publicación digital editada en la Unicen y hacerlo ante una comunidad de lectores habituada a recibir información oficial de manera impresa; decidir el envío masivo (y si se quiere inconsulto) del Boletín a todas las cuentas de dominio institucional; sortear los inconvenientes derivados de la lectura en pantalla así como de las esperas que provoca la saturación de las redes y, sobre todo, hacernos un lugar como emisores en medio del cuantioso tráfico de e-mails que diariamente se registra en la universidad, son unos pocos ejemplos en este sentido.



Algunos de estos problemas han sido, afortunadamente, resueltos. Otros, en cambio, continúan siendo objeto de preocupación.

No obstante, el saldo es altamente positivo si se consideran variables significativas como el número de visitas, los comentarios de los lectores y, por qué no, la reciente decisión de las autoridades de la Unicen de publicar "En Red" no sólo en soporte electrónico sino también en papel, lo que permitirá llegar a sectores más amplios de la población, que no tienen acceso a las tecnologías de comunicación e información.

Así, recorrer el camino inverso al que siguieron los medios tradicionales, y producir la versión impresa de una publicación nacida en formato digital, es el desafío ante el cual hoy nos encontramos.

## Notas

---

<sup>1</sup> En "Las publicaciones digitales y el quehacer académico", María Dolores Servia Rey se refiere a los beneficios que reportan las ediciones electrónicas y a la necesidad de que la comunidad científica equipare la valoración de las mismas con sus pares impresas. Trabajo presentado en el Seminario Virtual sobre Comunicación Social de la Ciencia, organizado por el Campus Virtual de la Universidad Nacional de San Luis, Argentina, segundo semestre de 2003. Accesible en <http://campus.unsl.edu.ar/seminario>

<sup>2</sup> Los lineamientos políticos enunciados surgen de la lectura de diferentes discursos y documentos elaborados por el Rector, Dr. Néstor Auza.

<sup>3</sup> Jaime Alonso y Lourdes Martínez, tratan detalladamente el tema en "Enjuiciar Internet: oportunidades y perjuicios de las TIC en el Periodismo", ponencia presentada en el II Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad. En <http://www.cibersociedad.net/congres2004>

<sup>4</sup> Integran el staff: el Secretario de Comunicación Estratégica, la Editora, un redactor, una encargada del diseño y la edición electrónica, una ingeniera en sistemas perteneciente al Área de Informática y Comunicaciones y se cuenta, además, con los servicios del fotógrafo de la universidad.

<sup>5</sup> Al respecto ver: Hanelore Dobler "El periodismo online ¿amenaza de muerte al periodismo tradicional?" Revista Chasqui, <http://www.comunica.org/chasqui/dobler73.htm>

<sup>6</sup> A modo de ejemplo, en momentos en que a nivel internacional se desató una polémica al anunciarse la clonación de embriones humanos con fines terapéuticos, un biotecnólogo de la Facultad de Ciencias escribió en esta sección sobre los aspectos éticos y técnicos de la cuestión. Del mismo modo, a pocas horas de su estreno, la controvertida película "La pasión de Cristo" dirigida por Mel Gibson, fue objeto de crítica por parte de un docente de la carrera de Cine de la Facultad de Arte. Asimismo, en lo que hace a figuras extra-universitarias, Monseñor Miguel Hesayne –un reconocido defensor de la causa de los derechos humanos- opinó en "En Red" acerca del indulto otorgado por el Presidente de la Nación, Eduardo Duhalde, a un jefe guerrillero.

<sup>7</sup> "El conocimiento olvidado: una propuesta para el papel de las tesis doctorales en la comunicación científica.", ponencia presentada en el Seminario Virtual sobre Comunicación Social de la Ciencia organizado por el Campus Virtual de la Universidad Nacional de San Luis, Argentina, segundo semestre de 2003. Accesible en <http://campus.unsl.edu.ar/seminario>

<sup>8</sup> Si se consideran los números 23 a 25, correspondientes a los meses de julio, agosto y septiembre de 2004, este porcentaje se eleva del 40 al 61%.

<sup>9</sup> Una reseña de algunos de estos estudios puede encontrarse en el trabajo de José I. Armentia, José M. Caminos, Jon Elexgaray e Iker Merchán "La información en la prensa digital: redacción, diseño y hábitos de lectura.", Revista ZER, Nro. 8, Año 2000, Universidad del País Vasco.