

Somos comunicación social UAM

Entrevista a:

Erick Juárez Pineda



Director de Comunicación Social, UAM



Andrea López Lugo

Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, UAM-X



Figura 1: Erick Juárez Pineda.

La Universidad Autónoma Metropolitana, a través de Somos Comunicación Institucional, utiliza diferentes plataformas para difundir información relevante y fortalecer la relación entre la comunidad universitaria y la sociedad en general. Entre sus principales herramientas destacan el Semanario de la UAM, UAM Videos y UAM Radio, cada una con un enfoque específico para comunicar los valores, logros y actividades de la institución.

Erick Juárez Pineda es el actual Director de Comunicación Social de la Universidad Autónoma Metropolitana. Se encarga de diseñar y supervisar estrategias de comunicación para visibilizar y posicionar las actividades académicas, científicas y culturales de la institución.

La Dirección de Comunicación Social, bajo su liderazgo, busca consolidar la comunicación institucional como una herramienta clave para fortalecer la identidad universitaria, fomentar un sentido de pertenencia entre los estudiantes y mejorar la interacción a través de diversos medios.

Respecto a estos temas, Espacio Diseño se acercó al director de Comunicación Social, para que nos concediera una entrevista. Con el propósito de conocer detalles del trabajo y qué actividades realiza esta instancia universitaria.

SEMANARIO DE LA UAM

ED: ¿CÓMO SURGE EL PROYECTO DE SEMANARIO UAM Y CUÁL ES SU PROPÓSITO?

ERICK JUÁREZ PINEDA (EJP): El Semanario de la UAM nació justamente como un órgano informativo que depende de la Recto-



Erick Juárez Pineda es un periodista mexicano especializado en temas educativos. Actualmente, se desempeña como Director de Comunicación Social en la Universidad Autónoma Metropolitana. A lo largo de su carrera, ha colaborado con diversos medios, incluido el diario *La Jornada*, donde ha publicado artículos centrados en educación y políticas públicas.

ría General. Nació el 29 de septiembre de 1974, su finalidad es distribuir y difundir el quehacer universitario al interior, pero también al exterior de la institución. Eso es muy importante, pues damos a conocer justamente las actividades de la universidad, de manera externa, pero también información institucional como convocatorias, estados financieros, acuerdos



Figura 2: Semanario UAM.

del Rector General, acuerdos del Colegio Académico, etcétera. Y bueno, pues sirve justamente como un puente entre la comunidad y lo que se tiene que decir de la universidad.

ED: ¿CUÁL ES EL PERFIL EDITORIAL DEL SEMANARIO?

EJP: Bueno, el perfil es esencial, plural y abierto, es darle cabida, a todas las formas de pensamiento de la institución y a todo el quehacer que la difusión de las tres funciones sustantivas de la universidad: la docencia, la investigación, la preservación y difusión de la cultura, esta última es donde nosotros participamos, tenemos: todas las plumas universitarias y todas las actividades de la institución tienen cabida en ella, sin distinción de Unidad o sin distinción de cualquier División o Departamento, todo esto se difunde aquí. Esa es la línea que hemos seguido durante todos estos años.

ED: ¿CÓMO SE ESTRUCTURAN LOS CONTENIDOS?

EJP: La estructura del Semanario es la siguiente, tenemos la portada, donde está la nota principal y de ahí se refieren a las páginas cuatro y cinco que siempre están dedicadas a todo ello, estas notas tienen que ver en dos rubros: con información institucional de algún evento o con alguna información de coyuntura, desde la perspectiva de nuestros expertos. Las páginas centrales están dedicadas a la

actividad cultural. Finalmente cerramos con una nota deportiva, eso en cuanto a información. La sección de anuncios se publica en las últimas cinco páginas, donde se incluyen las actividades culturales de difusión de la Casa del Tiempo, es decir, las actividades académicas y las convocatorias internas y externas.

ED: ¿CUÁL ES EL ALCANCE DEL SEMANARIO?

EJP: El semanario se descarga por más de 45 mil personas, según nuestras estadísticas. Sin embargo, tiene un alcance mucho mayor, pues 60 mil estudiantes consultan las redes sociales de la universidad y más de 200 mil egresados también consultan nuestro portal y nuestras redes sociales. Y bueno, este número se va acrecentando conforme se va difundiendo la información en las redes sociales de las unidades o a través de los boletines de prensa que se leen en UAM Radio, también hacemos esa sinergia.

ED: ¿DE QUÉ MANERA EL SEMANARIO FOMENTA LA PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA?

EJP: En primer lugar, con la participación de las actividades de los docentes o investigadores que a partir de sus trabajos hacen propuestas para cubrir o atender las grandes necesidades nacionales. En segundo lugar, mediante el comportamiento de la vida universitaria de las y los alumnos, también el alumnado tiene propuestas muy interesantes en música, en

cultura, en arte y en investigación, que se van difundiendo y finalmente también las propuestas de los trabajadores y administrativos que, al ser parte de la comunidad, emiten su opinión en ella. Es decir, este es un espacio abierto a toda la comunidad universitaria, pero también externos, hemos tenido colaboraciones con otras instituciones donde nos envían algún artículo de opinión o algún análisis que publicamos en este órgano informativo.

ED: ¿QUÉ SERVICIOS DE INFORMACIÓN BRINDA EL SEMANARIO?

EJP: En primer lugar, las actividades sustantivas de docencia, investigación, preservación y difusión de la cultura que surgen en las cinco unidades y en las casas de cultura, así como otras actividades como cursos, conferencias, mesas redondas, presentaciones de libros y de la comunidad universitaria, pero también de instancias externas que lo solicitan.

UAM VIDEOS

ED: ¿CÓMO SURGE EL PROYECTO UAM VIDEOS Y CUÁL ES SU PROPÓSITO?

EJP: UAM Videos es un proyecto del Departamento Audiovisual y Multimedia que surgió hace más de 25 años, con la iniciativa de impulsar y exponer a través del material audiovisual, las actividades sustantivas de la universidad, que refieren justamente a docencia, investigación, preservación y difusión de la cultura, pues además de funcionar como una herramienta, sirve para ejercicios de transparencia, por ejemplo, en el caso de información institucional como la transmisión en vivo de las sesiones del Colegio Académico, procesos de negociación con el sindicato, etcétera. Su propósito es aprovechar estas herramientas de la comunicación y recursos audiovisuales, no nada más en vídeo, sino también con recursos de internet, para difundir todas estas actividades. En los últimos años hemos tenido una incursión más grande con las redes sociales como YouTube, Facebook y TikTok, donde también nuestro público interno y externo, puede disfrutar o cono-

cer de las actividades de la institución a través de los materiales audiovisuales.

ED: ¿QUÉ TIPO DE TEMÁTICAS SE ABORDAN EN LOS VIDEOS?

EJP: Tenemos muchas temáticas, las de investigación, las de difusión de los resultados de investigación, de docencia, de la comunidad y de la universidad, pero también de vida universitaria a través de video notas informativas, pequeños reportajes o nuestro informativo llamado *Conexiones*, donde informamos semanalmente todas las actividades. También tenemos otra parte que se llama *Pauta metropolitana*, que es una serie de pequeños documentales, donde se abordan temas de coyuntura o de tendencia como inteligencia artificial, migración, etcétera; que se pueden difundir a través de estos materiales y, finalmente, las transmisiones en vivo de presentaciones de libros, coloquios de eventos del Rector General en las unidades, etcétera; y con ello se va reforzando justamente el mensaje institucional.

ED: ¿CUÁL ES EL PROCESO DE CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE ESTOS CONTENIDOS?

EJP: La planeación de cada material depende de las solicitudes de información que se tengan a partir de esta dirección, cada material también va pensado conforme a ver a qué público nos estamos dirigiendo. Es decir, no es lo mismo crear un material para el alumnado o un material para académicos o un material para trabajadores o administrativos, todos los materiales están justamente pensados en cuál será nuestra salida, quién será nuestro público objetivo y cuáles son los mensajes que queremos posicionar. Una vez que hemos definido estas tres áreas o estos tres temas, se plantea qué quiero decir, cómo lo voy a decir y por dónde lo quiero decir, es como empezamos a hacer nuestra creación de guiones, levantar imágenes para crear cada material y después pasa a un proceso de producción y de postproducción donde también se realizan apoyos de animación o ilustración, para que finalmente se publique por los diversos canales institucionales.



Figura 3: UAM Videos.

ED: ¿CÓMO PARTICIPA LA COMUNIDAD UAM EN EL PROYECTO?

EJP: Hemos tenido una mayor participación con la comunidad últimamente, sobre todo con el alumnado, tradicionalmente la participación era a través de las entrevistas con investigadores o profesores que daban su opinión o nos explicaban algún tema, pero ahora el alumnado ya participa no nada más con su opinión o estar frente a una cámara y que nos explique algo, sino que ya participa en los procesos de producción y de realización a través de los proyectos de servicio social, los compañeros que llegan a hacer su servicio social a este departamento, aprenden justamente sobre todas las etapas de producción, de planeación y de edición, que intervienen en este proyecto. Entonces, no nada más es un proyecto de difusión, sino también es de formación y que eso ha tenido muy buenos resultados. Recientemente hemos firmado acuerdos con Canal 22 y Canal 11, donde los materiales que surgen en colaboración con el alumnado, se envían y se reproducen en los diferentes medios de comunicación públicos y nos ayudan justamente en el proceso de formación del alumnado.

ED: ¿QUÉ ALCANCE TIENE EL PROYECTO?

EJP: En números redondos, en YouTube, por ejemplo, tenemos casi 50 mil seguidores. En Facebook tenemos más de 300 mil y en el caso de otras redes sociales igual los números están más o menos por los mismos números de 100 mil a 200 mil seguidores. Esto nos ayuda, por supuesto, a difundir las tareas de la universidad y muchos de estos materiales se han vuelto virales y eso ayuda muchísimo a que conozcan la universidad, que conozcan las investigaciones y qué se está haciendo al interior de ella.

UAM RADIO

ED: ¿CÓMO SURGE EL PROYECTO DE UAM RADIO Y CUÁL ES SU OBJETIVO?

EJP: Este proyecto surgió a raíz de la discusión y la iniciativa de docentes hace 13 años, principalmente de comunicación, pues se vio la necesidad de estar hablándole al público externo a través de una radiodifusora pública. Es así que en mayo del 2017, en una sesión del Colegio Académico, se acordó gestionar los diversos permisos para instalar y operar estaciones de radio y televisión, y finalmente se dio la apertura de UAM Radio 94.1 FM



Figura 4: UAM Radio.

que transmitimos actualmente con 3000 Watts de potencia. Esta radiodifusora que surgió de manera muy rudimentaria por así decirlo, con alguna infraestructura donada por otras instituciones como Radio Educación, Radio UNAM, etcétera, nos ha dado poco a poco reconocimiento, anteriormente no tenía una personalidad definida, teníamos música prácticamente todo el día. Y hoy en día tenemos una personalidad muy definida de UAM Radio, es una radio justamente para jóvenes alternativa, donde damos apertura a proyectos emergentes, proyectos independientes, donde la comunidad también participa a través de su opinión o de las propuestas musicales y nos hemos estado posicionando en medio de las radios universitarias, actualmente UAM Radio es quien preside la red de Radios universitarias de México, es decir, más de 70 radios de las universidades de todo el país se congregan en esta red y actualmente UAM Radio tiene la presidencia y eso nos llena de mucho orgullo.

ED: ¿QUÉ PAPEL JUEGA UAM RADIO EN LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA Y EN LA SOCIEDAD EN GENERAL?

EJP: Entramos justamente en esta tercera función sustantiva, la de la difusión del conocimiento científico, humanístico y artístico, tenemos ya un papel muy importante. Según los diversos estudios que hemos realizado durante el último año. Somos la segunda radiodifusora universitaria más referida por el público de

la Ciudad de México, después de Radio Ibero. Es decir, nuestro público nos está escuchando muchísimo más que antes y cada vez nos escucha más y eso habla justamente del trabajo de todas las personas que están integrando UAM Radio y en la comunidad universitaria, también es muy importante porque a partir de ella, damos a conocer el quehacer de las actividades como los boletines, las notas que se publican en el semanario, damos a conocer los proyectos de investigación, las opiniones de los participantes, pero también, música y proyectos emergentes e independientes pues que no tienen cabida en las radios comerciales; aquí en UAM Radio, al ser pública, damos esta apertura justamente para que tengan un espacio en los medios de comunicación.

ED: ¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS SE TRANSMITEN EN UAM RADIO, CÓMO SE ELIGEN LOS TEMAS Y CÓMO SE PRODUCEN?

EJP: Tenemos diversas temáticas sobre salud, género, derechos humanos, programas culturales, de difusión, de ciencia, musicales, infantiles, sobre el agua, tecnología, jurídicos, etcétera; tenemos una gran barra de contenidos siempre frescos. Tratamos de que los contenidos sean muy sencillos de entender, aunque sean temas complejos y esa es una gran tarea; y bueno, conforme a la naturaleza y propósito cultural de la emisora también se apega al principio de pluralidad ideológica. Es decir, nosotros somos una radiodifusora pública, con un respaldo universitario, pero finalmente somos una concesión, tenemos una concesión pública. ¿Qué quiere decir esto? Pues que no somos, digamos, la radiodifusora portavoz del rector General o de las autoridades educativas, no, somos una radio, que está abierta a todas las formas de pensamiento, a todas las formas de coincidir, pero también de discrepancia y eso es muy importante para generar debates sobre los temas que nos aquejan como universidad y como sociedad, la red difusora además, en medio de esta pluralidad, está integrada por una comunidad académica amplia y por un consejo de radiodifusión, que está integrado por



Figura 5: UAM Radio.

un representante de cada unidad de la universidad, es decir: de Azcapotzalco, Cuajimalpa, Iztapalapa, Lerma y Xochimilco que aprueban contenidos o que revisan que se esté cumpliendo con la calidad. También tenemos una persona encargada de la Defensoría de las Audiencias, para verificar que todo esté en lo correcto, que no estemos diciendo mentiras, que no estemos diciendo *fake news* y bueno, también tenemos un Consejo Ciudadano que nos hace observaciones respecto de la calidad de los contenidos, es decir, es una radio muy abierta, muy plural, muy observada y nos debemos justamente a las audiencias que necesitan tener contenidos de calidad.

ED: ¿QUÉ ALCANCE TIENE UAM RADIO?

EJP: El último informe del estudio INRA, que es un estudio sobre rating, mediciones de audiencia de radio y televisión, nos indica que durante el último año a diario nos escuchaban más de 53 mil personas únicas, es decir, según las encuestas, a cierta hora del día, esa cantidad de personas estaban escuchando UAM Radio en ese momento. Y eso nos habla justamente que el alcance es grande y que cada vez nos van conociendo un poco más, aunque tenemos de repente las limitaciones presupuestales o de estructura a diferencia de otras radios comerciales, pero aún así vamos avanzando con todo ello.

ED: ¿CÓMO PUEDEN COLABORAR PERSONAS DE LA COMUNIDAD UAM Y EXTERNAS CON LA ESTACIÓN?

EJP: A través de las entrevistas que hacemos, si tienen algún proyecto de investigación, pueden contactarnos y participar en alguno de los programas en vivo, también tenemos convocatorias permanentes, donde la gente puede ofrecer su oferta cultural o musical, nosotros la vamos programando a través de esta comisión de radio, acercarse a las unidades de la UAM, ver quién es el Comisionado de Radio que pertenece a este Consejo Colegiado, también para proponer contenidos. Tenemos muchos programas en vivo donde nos pueden visitar y también asistir físicamente estamos aquí en Rectoría General, pueden venir cuando quieran a los estudios, ver cómo se hace un programa en vivo, ver trabajar a los productores, a los locutores, a los ingenieros, etcétera; y que conozcan más de cerca la radiodifusora universitaria.

ED: ¿QUIÉNES COORDINAN Y QUIÉNES PARTICIPAN EN LOS PROYECTOS DEL SEMANARIO DE LA UAM, UAM VIDEOS Y UAM RADIO?

EJP: La Dirección de Comunicación Social tiene dos subdirecciones, la primera es la Subdirección de Comunicación Social, de ahí depende UAM Videos que es un departamento de producción Multimedia, del Departamento de Diseño y



Figura 6: UAM Radio.



Producción Editorial, depende el diseño del semanario en el Departamento de redacción, que es donde hacen todas las notas del semanario y están los reporteros. Esos son los tres departamentos de esa subdirección. Por el otro lado está la subdirección responsable del programa radiofónico UAM Radio 94.1 que tiene tres departamentos, el Departamento de Continuidad y Enlace, que son los que se encargan de mantener una programación continua durante las 24 horas los 365 días del año, que eso lo debemos tener por ley, el Departamento de Ingeniería quienes se encargan de los fierros y de que la transmisión esté en el aire todo el tiempo y el Departamento de Producción que son los que realizan los contenidos. En cada departamento hay jefes de proyectos, diseñadores, reporteros, etcétera; pues hacen posible el desarrollo y la creación de todos los contenidos.

ED: ¿DÓNDE PUEDE COMUNICARSE LA AUDIENCIA CON USTEDES?

EJP: A través de las redes sociales, a través de Facebook, X e Instagram, estamos como UAM Radio 94.1 FM. También tenemos un WhatsApp que lo pueden ver ahí en la página de UAM Radio, los correos electrónicos de la emisora y la línea telefónica fija, de esa forma se pueden comunicar con nosotros.

ED: AGRADECEMOS MUCHO SU PARTICIPACIÓN EN ESTA ENTREVISTA, PARA FINALIZAR, ¿DESEAS AGREGAR ALGO MÁS?

EJP: Invitar justamente a la comunidad universitaria que se acerque a los órganos e instancias informativas de la institución, de verdad se van a llevar muy buenas sorpresas por la calidad de los contenidos, no le pedimos nada a otras universidades, por el contrario, nos han expresado otras instituciones, nacionales y estatales, que lo que se hace aquí, es un buen ejemplo de lo que se sigue realizando y que se acerca mucho a las audiencias jóvenes sobre todo. Está la invitación para que conozcan estas instancias de difusión.

SEMANARIO DE LA UAM

 <https://semanario.uam.mx/>

UAM RADIO

 <https://uamradio.uam.mx/>

 @ uamradiofm

UAM VIDEOS

 <https://www.youtube.com/c/UAMVIDEOS>