



Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Facultad de Filosofía “Samuel Ramos”



# Difusión Cultural en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Informe Académico de Servicio Social

TESINA

Que para obtener el grado de Licenciada en Filosofía

PRESENTA:

**Metzeri Aurea Jacobo Tovar**

Asesor

Licenciado en Filosofía, Roberto Briceño Figueras

Morelia, Michoacán

Agosto 2014



A Jorge mi hermano, amigo, cómplice y maestro.

    Mi eterno compañero de vida.

## Índice

Resumen.....	6
Abstract.....	6
Presentación.....	7
Capítulo I. Recorrido histórico del concepto de difusión cultural en las universidades latinoamericanas.....	8
Introducción.....	8
Universidad y Difusión Cultural.....	8
Aparatos de producción y difusión de cultura en las universidades.....	14
Desarrollo e implementación de política universitaria para la difusión cultural.....	22
Capítulo II Reporte de Servicio Social.....	31
Publicaciones.....	32
Difusión.....	34
Festejos por el día internacional de la Filosofía.....	38
Capítulo III Análisis y Diagnóstico de la difusión y gestión cultural en la UMSNH y la Facultad de Filosofía.....	42
Análisis.....	43
Diagnóstico.....	47
Difusión Cultural en la UMSNH.....	47
Difusión y Gestión en la Facultad de Filosofía, panorama general.....	53
Difusión cultural en la Facultad de Filosofía.....	55
Gestión Cultural en la Facultad de Filosofía.....	59
Conclusiones.....	62
Recomendaciones:.....	66
Directorio.....	70
Anexos.....	71
Entrevistas.....	71
Teodoro Barajas Rodríguez.....	71
Adriana Rovira Vázquez Secretaria Técnica del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura.....	77

José Jaime Vieyra García Director de la Facultad de Filosofía .....	85
Elena María Mejía Paniagua Secretaria Académica de la Facultad de Filosofía.....	92
Ulises López Sánchez. Técnico académico. Actual coordinador de las actividades de la Facultad de Filosofía. ....	95
Gustavo García Robles. Responsable de Publicidad. Facultad de Filosofía. ....	101
Reglamento Interno del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura .....	103
Bibliografía.....	110

## Resumen.

A lo largo de la historia de las Universidades en Latinoamérica, se han dado modificaciones en su estructura que han dejado como resultado la importancia de la difusión cultural como un pilar fundamental para su crecimiento.

Remarcando que la difusión cultural es un elemento importante en la sana relación Universidad-Sociedad.

En este trabajo se trata el ejercicio de la difusión cultural en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, analizando el trabajo que realiza la Secretaria de Difusión Cultural y con mayor atención en la práctica de la Facultad de Filosofía. Arrojando como resultado una crítica que se enfoca en el mejoramiento de estas prácticas a partir de la constante auto-evaluación y planeación a corto y mediano plazo.

Palabras clave: Planeación, evaluación, difusión cultural y relación Universidad-Sociedad.

## Abstract.

Throughout the history of universities in Latin America, there have been changes in its structure that have left as a result of the importance of cultural diffusion as a fundamental pillar for growth.

Remarking that cultural diffusion is an important element in the healthy relationship between university and society.

In this paper the performance of cultural diffusion is the Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, analyzing the work done by the Secretariat of Cultural Diffusion and more attention in practice at the Faculty of Philosophy. Shedding result in a review that focuses on improving these practices from the constant self-evaluation and planning short and medium term.

Keywords: Planning, evaluation, cultural diffusion and University-Society.

## Presentación

En el contexto universitario, lo mismo en México que en América Latina, los términos “difusión cultural”, “extensión universitaria” y “divulgación de la ciencia y/o de la cultura” se emplean con suma frecuencia haciendo alusión a conceptos que pueden ser incluso lejanos y hasta incompatibles con la noción real de los mismos, o cuando menos con aquellos que han sido validados por amplios y muy detallados estudios que sobre los mismos se han hecho, pues, a la par del surgimiento de las universidades públicas como centros de formación profesional, se ha identificado la importante carga social que representan y que en cierto modo, al ser financiadas con recursos del Estado, les corresponden como una responsabilidad añadida.

Una de sus acepciones más comunes es la que hace referencia a los eventos culturales o extracurriculares que organiza la propia universidad, a través de sus departamentos dedicados o en colaboración con facultades y otras dependencias universitarias; es práctica común considerar que la realización y difusión de este tipo de eventos ya constituye el fin último de los términos antes señalados, al margen de considerar si el público que se atrae a los mismos deberá ser exclusivamente universitario o por el contrario se abre a la sociedad en general, absteniéndose de realizar diagnósticos de intereses y necesidades sobre la comunidad a la que se destinan las actividades y de evaluar sus efectos, alcances y valoración entre sus receptores.

Esta condición no es privativa de una institución determinada, en la cada vez mayor complejidad de las estructuras institucionales, ante escenarios de dificultad presupuestal y exigencias de incrementar la matrícula y la calidad de los programas, las expectativas de la sociedad respecto a sus universidades van en aumento, ello contempla desde luego el ámbito de la promoción y difusión cultural, la extensión universitaria y la divulgación de la ciencia y la cultura; se asume incluso en algunos escenarios que el modelo de la Universidad se encuentra en crisis en tanto no ha conseguido reformularse con la eficiencia y eficacia que el escenario contemporáneo demanda.

Así, parto de asumir que la universidad, a la par de contar en su espíritu con el papel formativo y profesionalizante, es productora de cultura y la misma debería irradiar no sólo a la comunidad universitaria, sino también a la sociedad que le acoge y sostiene; fallar en esta encomienda equivale a desvirtuar una responsabilidad social de la institución y reducir en consecuencia su capacidad de aportar efectos benéficos a su entorno y su tiempo.

En este sentido y con base en mi experiencia como prestadora de servicio social en la Facultad de Filosofía –Samuel Ramos” de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, realizando actividades de difusión cultural, presento este reporte de servicio social en el que se analizarán los conceptos señalados en función de la práctica de las actividades que de ellos se derivan en el ámbito de nuestra máxima casa de estudios y particularmente en la Facultad de Filosofía de esta Universidad. Por lo cual he elaborado este informe de actividad, diagnóstico de la función en esta materia y un apartado de recomendaciones que sean susceptibles de fortalecer el rubro. Hago de su conocimiento que este trabajo no es propiamente una investigación de todo el quehacer de la Universidad en cuanto a difusión cultural; investigadores, preparatorias, facultades, posgrados, etc. Esta investigación sólo refiere a la difusión cultural que realizan la Secretaría de Difusión Cultural y la Facultad de Filosofía de la UMSNH.

## Capítulo I. Recorrido histórico del concepto de difusión cultural en las universidades latinoamericanas.

### Introducción

#### Universidad y Difusión Cultural

En este apartado, se revisarán algunas posturas históricas sobre difusión, extensión y divulgación, al igual que las críticas que a estas tareas han realizado académicos universitarios de diferentes generaciones y cómo se evolucionado lo que hoy entendemos acerca de estos tres términos.

A diferencia de lo que nos gustaría creer de las universidades, estas no tuvieron un origen libertador y de entrega total a su sociedad, eran útiles en tanto ofertaban una posibilidad educativa a los ciudadanos y ello elevaba el nivel económico y cultural de la sociedad; sin embargo esto sólo ocurría con los estudiantes y el cuerpo social externo o ajeno a la universidad no gozaba de esos beneficios.

En el caso de América Latina primero se deshacen del modelo antiquísimo de la universidad colonial y adoptan el modelo más innovador en el momento, que era el de la universidad francesa, que se encontraba bajo la dirección del entonces emperador Napoleón Bonaparte. Este modelo era muy eficaz en la formación de profesionales, adecuados al servicio del Estado y en beneficio de su crecimiento económico, pero sólo en eso se centraba su estructura, esa era su preocupación primordial, pero no ofrecía espacio a la ciencia, a la tecnología y a la cultura, dejándolas fuera del quehacer universitario, dedicándose exclusivamente a cubrir las necesidades del Estado en vías del mejoramiento social, pero sin cuestionarlo ni hacer propuestas.

Así fue hasta que los mismos profesionales, egresados de la Universidad, comenzaron a ver la necesidad y oportunidad de que las problemáticas sociales se discutieran en más espacios. Encontrando a las universidades como los lugares ideales para hablar de dichas problemáticas, ya que en ellas era y es donde se concentra la elite intelectual, personas con la capacidad y formación suficientes para facilitar las críticas pertinentes y hasta posibles soluciones.

Podemos ubicar ese primer esfuerzo evidente y público en la Reforma de Córdoba, en 1918, donde según Carlos Tünnermann, fue en ese tiempo cuando realmente se dio el ingreso de América Latina en el siglo XX. Al parecer la entrada fue contundente, pues se hicieron modificaciones importantes a la estructura universitaria y la misión social de la universidad, donde se acordó: “vincularla más estrechamente con la sociedad y sus problemas, de volcarla hacia su pueblo, haciendo a éste partícipe de su mensaje y transformándose en su conciencia cívica y social.” (Tünnermann Bernheim, 2003, p. 69) Incorporando por primera vez las tareas de difusión cultural y extensión universitaria dentro

de las obligaciones de las universidades latinoamericanas. Siendo el análisis de los problemas nacionales el primer objetivo en asignársele, así la universidad sería también un ente propositivo y vigilante de los problemas sociales. Lo cual ya era: ~~un~~ proceso histórico encaminado a lograr una mayor apertura y democratización de la Universidad y una más amplia proyección social de su labor.” (Tünnermann Bernheim, 2003, p.70)

*Vincular la Universidad al pueblo* era el postulado que inspiraba a sacar la universidad de la rigidez y encajonamiento en que se encontraba, motivar la necesidad de proyectar sus esfuerzos, pensando ahora, en las necesidades de la sociedad por encima de las del Estado. ¿Sería entonces este cambio de percepción el que inspiraría el origen de la extensión universitaria?

Estas nuevas tareas estarían enfocadas, por otra parte, a lo que sería el surgimiento del Servicio Social, donde los estudiantes podrían experimentar de manera práctica, en el mundo real, lo que habían aprendido, familiarizarse con su entorno y entrar en contacto con su pueblo: ~~también~~ la ocasión de devolver a éste [el pueblo], en servicios, parte del beneficio que significaba pertenecer a una minoría privilegiada que tenía acceso a una educación superior pagada en última instancia, por el esfuerzo de toda la comunidad.” (Tünnermann Bernheim, 2000, p.70) De esta manera no sólo los universitarios se veían beneficiados con la existencia de la Universidad, sino toda la sociedad, tomando un poco de esos bienes. Aparte la oportunidad de sensibilizar al estudiante con la problemática de las personas por y para las cuales había estudiado.

En 1949 se realizó el Primer Congreso de Universidades Latinoamericanas, donde se replanteó la extensión universitaria y también se reforzó la comunicación entre universidades latinoamericanas, aprobándose la Carta de las Universidades Latinoamericanas y creándose la Unión de Universidades de América Latina (UDUAL), siendo la primera el ideario de la segunda:

En dicha Carta se declaran como objetivos y finalidades de la Universidad latinoamericana los de: apoyar el derecho de todos los hombres a participar en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a compartir los progresos científicos y sus beneficios; contribuir a la elevación del nivel espiritual de los habitantes de la comunidad

latinoamericana, promoviendo, difundiendo y transmitiendo la cultura; mantener sus actividades en constante dirección a las realidades y problemas de su núcleo nacional, a efecto de que la Universidad sea la expresión real de su momento histórico y el perfil auténtico de la comunidad en que actúa; y para que no sea sólo una entidad que acumula cultura y transmite el saber, sino un sistema activo de funciones que beneficien a la colectividad en que encuentra su génesis vital. (Tünnermann Bernheim, 2003, p.71)

Acordándose, en esos términos los cambios y agregados en relación a los aportes de la Reforma de 1918. Tan solo 8 años más tarde, en 1957, se realizó la Primera Conferencia Latinoamericana de Extensión Universitaria y Difusión Cultural en Santiago de Chile. Donde se volvió a readecuar el concepto de extensión universitaria, quedando de la siguiente forma:

La extensión universitaria debe ser conceptuada por su naturaleza, contenido, procedimientos y finalidades, de la siguiente manera: Por su naturaleza, la extensión universitaria es misión y función orientadora de la universidad contemporánea, entendida como ejercicio de la vocación universitaria. Por su contenido y procedimiento, la extensión universitaria se funda en el conjunto de estudios y actividades filosóficas, científicas, artísticas y técnicas, mediante el cual se auscultan, exploran y recogen del medio social, nacional y universal, los problemas, datos y valores culturales que existen en todos los grupos sociales. Por sus finalidades, la extensión universitaria debe proponerse, como fines fundamentales proyectar dinámica y coordinadamente la cultura y vincular a todo el pueblo con la universidad. Además de dichos fines, la extensión universitaria debe procurar estimular el desarrollo social, elevar el nivel espiritual, intelectual y técnico de la nación, proponiendo, imparcial y objetivamente ante la opinión pública, las soluciones fundamentales a los problemas de interés general. Así entendida, la extensión universitaria tiene por misión proyectar, en la forma más amplia posible y en todas las esferas de la nación, los conocimientos, estudios e investigaciones de la universidad, para permitir a todos participar en la cultura universitaria, contribuir al desarrollo social y a la elevación del nivel espiritual, moral, intelectual y técnico del pueblo. (Tünnermann Bernheim, 2003, p.72)

De 1918 a 1957 lo que se esperaba por difusión cultural, de las universidades, había crecido excesivamente, llevando sus responsabilidades a planos inaccesibles. El concepto y las expectativas que de él se derivaban resultaban tan amplias e inoperativas, que se dejaban de realizar.

Surgió entonces la necesidad de replantear las expectativas para poder hacerlas reales y al mismo tiempo criticar la implementación del trabajo de difusión cultural, realizado hasta ese momento. Se pretendía que la propuesta no llevara tintes paternalistas o asistenciales, puesto que, según Tünnermann se rebajaba la capacidad de decisión y creación, despersonalizando a la ciudadanía. También se fomenta la inacción social, pues no se les hacía participes de sus problemas, sino que se les ofrecía solución a todos sin tener que realizar ningún esfuerzo.

En febrero de 1972 se realizó en la ciudad de México la II Conferencia Latinoamericana de difusión cultural y extensión universitaria, promovida ahora por la UDUAL y patrocinada por la Universidad Nacional Autónoma de México. En esta conferencia se hicieron las críticas a los modelos anteriores de difusión cultural y las anotaciones a lo que querían y no querían de la difusión cultural y extensión universitaria (Valadés, 1972). Era necesario y adecuado definir en mejores términos sus responsabilidades para poder llevarlas a cabo y hacerlas operativas y viables tanto para la universidad como para la comunidad beneficiada.

Uno de los primeros defectos sustanciales señalados fue la falta de claridad en la estructura de los programas, pues eran muy amplios y no contaban con objetivos definidos ni la vinculación con la docencia y la investigación, llevando las actividades a la marginalidad ya que no existía un vínculo con los programas de estudio y se les dejaba en el espacio de actividades –extracurriculares”, por lo que, como señala Tünnermann –acerca de esta conferencia– podemos inferir que la Universidad, como tal, no se sintió realmente comprometida con ellas.

Por su parte, el maestro Leopoldo Zea, recalcó la importancia de no tender hacia un sobre énfasis –culturalista”, señalando puntualmente que a la clásica difusión del arte, teatro,

música, literatura y cine, debe agregarse ahora la difusión de la ciencia y de la técnica (Valadés, 1972, p.342), definiendo una de las metas que debía tener la extensión universitaria. Y abonando, en esta conferencia, a la definición estructural de la Universidad que actualmente se maneja, donde sus tres pilares fundamentales son la docencia, la investigación y la difusión.

Augusto Salazar Bondy en esta II Conferencia señaló: “La Universidad educa de acuerdo con la sociedad en que está instalada, que exige un determinado tipo de educación. No debemos trabajar con un concepto abstracto e idílico de educación ni de cultura. La educación no es neutral como no lo es la cultura. Una y otra están, valorativa, social y políticamente orientadas siempre y de modo inevitable”. (Tünnermann Bernheim, 2000 p73)

Otro de los aportes surgidos de la II Conferencia fue que: “Las Universidades son instituciones sociales que corresponden a partes del cuerpo social y que la extensión es una de sus funciones. Por lo tanto, ella es fundamentalmente histórica y se da inmersa en el proceso social de los respectivos pueblos y en general de la América Latina.” (Tünnermann Bernheim, 2000 p74)

En este mismo foro surgieron opiniones que fortalecen el contexto social de las Universidades, como el expresado por Domingo Piga de la Universidad Nacional de Chile que señaló: “La extensión universitaria debe estar al servicio de todos los sectores de la comunidad nacional” (Valadés, 1972 p342) o el expresado por Ángel Rama de Uruguay en el sentido de: “La difusión cultural debe adecuarse a las demandas de los distintos niveles socioeducativos de las áreas rurales y urbanas, la difusión cultural obtendrá su mayor rendimiento al dar lugar a la coparticipación de los diferentes sectores sociales” (Valadés, 1972 p343).

A partir de las anotaciones antes citadas, hechas por los investigadores y profesores de distintas universidades de América Latina, se reformularon a manera de conclusión los conceptos discutidos, definiéndolos en un sentido más concreto para quedar de la siguiente

manera: ~~→~~Extensión Universitaria es la interacción entre la Universidad y los demás componentes del cuerpo social, a través de la cual ésta asume y cumple su compromiso de participación en el proceso social de creación de la cultura y de liberación y transformación radical de la comunidad nacional.” (Valadés, 1972 p344)

Recalquemos que se habla ahora de una comunicación, ya no es la Universidad resolviendo el caos social de manera unilateral, pues esa primera definición también daba lugar a la imposición y desacreditación de lo no conocido o aceptado por los universitarios, sin dar lugar a la discusión porque la institución tendría la última palabra sustentada en la ciencia y buscando el progreso social, sin dejar espacio al cuestionamiento.

Posteriormente surgieron más aportes y críticas a la definición recién construida de difusión cultural y extensión universitaria, en la tendencia de que la extensión puede promover la reciprocidad social donde la Universidad proponga y aporte conocimientos y modos creativos de su utilización, pero al mismo tiempo la sociedad pueda demandar constantemente el aporte a sus necesidades, pero no en una espera de la resolución de su mundo sino en un esquema participativo que promueva como dice Darcy Ribeiro: ~~→~~volcar la universidad hacia el país real, hacia la comprensión de sus problemas concretos, merced a programas de investigación aplicables a la realidad nacional, a debates amplios que movilicen a todos sus órganos y servicios.” (Tünnermann Bernheim, 2000 p77)

#### Aparatos de producción y difusión de cultura en las universidades.

En la actualidad, para una buena parte de la ciudadanía, la cultura y sus valores son adquiridos principalmente a través de los medios de comunicación, como la radio, la televisión e internet, todas ellas dentro de casa, ya sea por carencias económicas, miedo a la violencia pública o porque ya se han acostumbrado a lo que les ofrecen estos medios.

Lamentablemente los contenidos que ofrecen tanto el radio como la televisión pública-comercial son de tan mala calidad que casi siempre resultan en perjuicio las personas que disfrutan de ellas. Proporcionándoles a sus espectadores posibilidades muy escasas de

informarse o cultivarse en la literatura, la ciencia, la historia, las bellas artes, etc. al contrario lo proporcionado oscilará entre contenidos superfluos, periodismo sensacionalista y sesgado e información tergiversada que en realidad no reflejan aspectos de la realidad ni del conocimiento.

Al ser expuesto a estos esquemas de consumo de información y entretenimiento, el individuo debilita sus capacidades y opciones para tener acceso a la diversidad cultural, podemos intuir que el consumo “ligero” de información y entretenimiento, paulatinamente produce en el usuario apatía respecto a la apertura a otro tipo de información y manifestaciones culturales, así, aunque se disponga de acceso a internet en el hogar, las visitas a sitios y el consumo de información se realizará principalmente sobre una oferta temática superflua, como sitios de Chat, vídeos graciosos o noticias sensacionalistas de dudosa procedencia, regularmente compartidas por otras personas, pues a pesar de tener una ventana a océanos de conocimiento, será muy difícil que llegue a acceder a ellos cuando seguramente no sabe de esas posibilidades o su existencia.

Este es un problema que se ha planteado al interior de las universidades o universitarios preocupados por la difusión cultural, la extensión universitaria, o la divulgación de la ciencia y la cultura. Este público potencial pero visiblemente apático respecto al consumo de bienes culturales obliga a la reflexión universitaria sobre la necesidad de acercarlos contenidos y productos culturales que constituya una opción real y asequible en su entorno inmediato y sobre todo, que se conformen como una oferta diferenciada en términos culturales.

En este sentido, señala Bernardo Navarro: “al respecto, la Universidad Pública como una de las principales generadoras de conocimientos científicos, artísticos, humanísticos y sociales [...] tienen el deber de extender, más allá de sus recintos, espacios alternativos de distribución y acceso a una oferta cultural, creativa y reflexiva que contribuya de alguna manera a minimizar los grandes desequilibrios de la difusión de la cultura” (Navarro Benítez, 2004 p. 83)

Señala el mismo autor que: “muchos de los espacios culturales universitarios están subutilizados o carecen de estrategias de atracción de públicos hacia su oferta cultural, o los esfuerzos no son los suficientes.” (Navarro Benítez, 2004 p. 83) Esto también se debe en gran medida a que las universidades tienen la obligación de cumplir con tareas sustantivas, no más importantes que la difusión cultural, pero sí más urgentes, pues las cargas académicas son intensas y con tiempos específicos de entrega, los asuntos políticos también son desgastantes y al tener tantas demandas urgentes que atender a la brevedad, se vuelve cotidiano rezagar una tarea tan sustantiva, pero no solicitada por nadie en específico.

Cuando una institución es joven, resulta difícil consolidar ámbitos y capacidades institucionales que permitan la transmisión profesional y actualizada de las expresiones culturales y de difusión científica en los espacios que ella dispone, frente a un contexto cultural y científico extremadamente dinámico y complejo.” (Navarro Benítez, 2004 p. 84) Pero en el caso de las universidades con tantos años funcionando, es válido pensar que están ante un problema real, pues han perdido la brújula que le da sentido a su quehacer.

La difusión cultural es una actividad que se debe realizar cotidianamente, mediante un proyecto que pueda incluir a todos los universitarios, como creadores y beneficiarios de dichas actividades, donde todos se puedan sentir parte de ellas y las personas externas a la Universidad se puedan sentir atraídas y confiadas a estar presentes y participar de ello, a saberse parte de la universidad, puesto que es pública, creada para satisfacer las necesidades culturales de la sociedad aparte de las funciones formativas. Al momento de establecer o crear las políticas de difusión cultural se debe optar por: “Un proyecto que privilegie la definición de líneas estratégicas y la distribución acordada de competencias, responsabilidades y recursos.” (Navarro Benítez, 2004 p. 84)

Por su parte, Pilar Viviente, nos dice que la difusión cultural es fundamental para una universidad que se preocupa por el incremento del saber, no sólo de profesores y alumnos, sino de toda la sociedad. De lo contrario estaremos situados frente a una institución productora de profesionales unidireccionales, y esto sería un error, un contrasentido de la Universidad Pública; ya que en el caso de no contar con programas que fomenten el

desarrollo de su sociedad, manteniéndose en el antiquísimo modelo Napoleónico, surgiría de manera inmediata la pregunta ¿por qué razón debería una sociedad mantener económicamente a una Universidad que no le regresa nada?

La relación ineludible universidad-sociedad, en estos términos, se ve drásticamente dañada, pues el modelo que la Universidad ofrece es precisamente el señalado y la gente sigue abonando por la existencia de la institución, ya que le ofrece una educación económica y profesional. Sin embargo los formados en este modelo y futuros profesores e investigadores, también tenderán a formar en exclusivo academicismo, delineando la educación del estudiante a la carga curricular del salón mediante los planes y programas alejados, –la mayoría de las veces– de su realidad; dejando de lado la exteriorización del saber y las mejoras sociales. Tampoco verán necesaria la gestión de recursos que puedan apoyar estas actividades, que incluso quedarán como un gasto de tiempo y esfuerzo innecesario.

Entonces, deberá ser la Universidad también la generadora de ideas frescas y críticas, de gente propositiva y emprendedora, de lo contrario: –El valor de la difusión cultural se encuentra en peligro o perdido cuando la salud social muestra señales de alerta como las siguientes: todos piensan lo mismo, se acostumbran a que se lo den todo hecho, el sistema deja de ser abierto y no hay comunicación.” (Viviente Solé, 2004 p. 74) Esto es más problemático de lo que podríamos imaginar, puesto que una sociedad apática, se convierte en un lastre para el progreso de la misma y un botín político a merced de la extorsión y el abuso.

Es prioritario entonces, redefinir la difusión de la cultura mediante sus políticas, para tener muy presente que: –requiere algo más que incentivos materiales, se basa en el incremento de la comunicación y en la organización entendida como un proceso en marcha, no como una instalación estática.” (Viviente Solé, 2004 p. 75), es decir, no se puede pensar la política de difusión en metas finitas y como un modelo perene, ya que, por la dinámica que necesita de adecuación al contexto y situación de a quien se dirige, exige ser cambiante,

pero siempre con una misión muy clara, que no esté a juicio del funcionario en turno, deben ser ideales propios de la universidad, de entrega y servicio a la sociedad de que se basten.

La difusión cultural, en opinión de Pilar Viviente, se puede dividir en 4 áreas para su desenvolvimiento más amplio →. El área dedicada a las actividades culturales en su sentido más amplio. 2. El área dedicada a las artes plásticas y visuales. 3. El área de investigación; y 4. El área de publicaciones” (Viviente Solé, 2004 p. 75)

Es importante señalar que todas las carreras tienen una función social y en esa medida es que pueden hacer divulgación de su quehacer cotidiano, por supuesto esto implica un esfuerzo adicional, porque no es posible presentar el mismo material con que se dan clases regularmente, a personas ajenas completamente a la carrera en cuestión, sin embargo a todos les conviene conocer en términos generales, la utilidad práctica o no tangible de las licenciaturas ofertadas. A las personas externas les sirve enriquecer sus conocimientos generales y conocer de aquello que se puede servir o necesitar en algún momento y para la institución le es de muy buena promoción que las personas sepan sobre su quehacer.

En el tema de la difusión cultural es importante señalar que este trabajo no se debe realizar a entera voluntad de quien lo coordina, por eso es fundamental que se establezcan políticas públicas que lo definan a mayor precisión. Así habrá no un reglamento fijo a seguir, sino una guía de objetivos y metas que sean idóneas en términos generales, al momento de realizar cualquier actividad. Si se tienen estos parámetros claros, entonces se podrá realizar la difusión cultural con mayor frecuencia y efectividad en todas las áreas de la Universidad.

Las colaboraciones son muy importantes al momento de realizar difusión cultural, no olvidemos que serán necesarias acciones de gestión y una de ellas es la de recursos humanos, por lo que las relaciones públicas serán de gran ayuda. →Hay que colaborar con prestigiosas entidades culturales y artísticas: fundaciones, museos y universidades, nacionales e internacionales; institutos de cultura, centros de estudios comarcales y otros centros de investigación local, que tienen objetivos similares” (Viviente Solé, 2004 p. 75).

En la medida en que la colaboración se realice de manera profesional y respetuosa, con objetivos claros y públicos, siempre en miras de la universidad y sin perseguir fines individuales, es que se garantizará una relación duradera entre instituciones, independientemente del funcionario en turno.

Como ya hemos señalado anteriormente, la difusión se pone en práctica desde las aulas, es mediante los alumnos, futuros encargados de la universidad, que debemos sembrar conductas propositivas y activas, en estos temas. La mejor forma de fortalecer su educación y hacerla incluyente de otros espacios y formaciones es mediante coloquios, congresos, estancias e intercambios de ideas, dentro y fuera de la universidad, fortalecer su independencia y seguridad frente a público, que sea capaz de defender sus ideas, por lo que reafirmamos junto con Pilar Viviente que: “Los congresos, cursos especiales, jornadas o encuentros, ciclos de conferencias o conferencias aisladas, al igual que las exposiciones y sus visitas guiadas, introducen una intensificación curricular en el alumnado, que cubre distintos aspectos de la cultura más allá de las aulas.” (Viviente Solé, 2004 p. 77)

Es necesario cuestionarnos sobre las razones que motivan la falta de respuesta en la sociedad, respecto al interés, asistencia y compromiso con las actividades culturales, artísticas, tecno-científicas y de divulgación que realiza la universidad, si es que nosotros estamos propiciando, fomentando o ignorando sus causas y preguntarnos qué nos es posible hacer en relación a ello. En términos concretos ¿qué? y ¿cómo? Porque es una responsabilidad del quehacer universitario satisfacer esa necesidad y hacerlo bien.

En opinión de Ninón Jegó: “La Universidad reconoce tres tareas que le son propias y conforman su misión: la investigación destinada a la búsqueda de nuevo conocimiento; la docencia, centrada en la transmisión del conocimiento a las nuevas generaciones; y la extensión, encargada de difundir los resultados de las prácticas anteriores que se originan a partir de un modelo construido sobre la realidad.” (Jegó Araya, 2004 p. 66) Esta definición resulta realmente clara y pertinente, pues una universidad que cubra estos aspectos con esa claridad en las razones, puede profundizar y crear aún mejores propuestas; solidas pero flexibles, pues no olvidemos que el modelo formativo universitario se ciñe a un contexto

social al que le ligan lo mismo obligaciones que necesidades, en ese carácter de relación recíproca, no pueden transitar por caminos separados.

Tenemos, como ya lo señalamos, una gran competencia frente a la difusión de la cultura y es el consumo superfluo que realiza el ciudadano a través de los medios de comunicación y entretenimiento, ya que ofrece diversión y relajación, haciendo un esfuerzo casi inexistente, donde seguro el espectador se quedará muy a gusto en ese disfrute.

Ante las alternativas culturales emanadas o promovidas por las universidades y mantener el consumo de información y entretenimiento ligero que ofertan la televisión y radio comerciales, como los medios masivos e internet, el grueso de la sociedad se queda con el consumo ligero en la comodidad del hogar a su entero servicio. La propuesta de la difusión cultural, no es evidentemente, simular los contenidos televisivos, pero si pensar en las razones esenciales de por qué la gente prefiere quedarse en casa. También es importante no dejar de lado, que en una buena parte de los casos, lo que la universidad ofrece como extensión y difusión, no es en estricto sentido eso, pues, en lo que se ofrece con invitación al público en general, está dirigido a personas formadas en el tema y utilizando un lenguaje técnico, sumando a ello la mala o escasa promoción de las actividades fuera de la Universidad.

Las Universidades deben reconocer que: *—Lo preocupante es que las investigaciones indican que los sujetos con sistemas simples son extremadamente influenciables y fáciles de persuadir [...] —el hombre que no es informado, no puede tener opinión, agregamos: no puede participar efectivamente en los debates de su comunidad en torno a problemas que le son sentidos y quedará inevitablemente a expensas de aquéllos que sí tienen información.*” (Jegó Araya, 2004 p. 68) Si la universidad tiene claros sus ideales educacionales, lo que señala Ninón, no le pasará desapercibido, pues su influencia o la falta de ella, es lo que originará ese pronóstico.

Un indicador importante al momento de hacer la difusión, es el mensaje, pues desde la planeación se deben considerar ciertos estímulos esperando una respuesta motivada por ese

mensaje no definido, ya que se completa con la interpretación del público. Estos mensajes se dirigen a personas y por esa razón se debe pensar siempre en el destinatario, ¿quién es?, su contexto y preferencias y en relación al mensaje que queremos transmitir, cuál es su experiencia e interés en el tema y qué tan importante le puede resultar conocerlo, tras completar este ejercicio de definición, lo consecuente será asegurarnos de que ese mensaje sea claro y contundente.

Nos habla Ninón Jegó de la importancia que para la universidad debe tener el conocer a su público, pues –Cualquier sujeto [...] interpreta la realidad según su mapa de mundo. [...] los argumentos relacionados con la falta de compromiso de la comunidad bien podrían entenderse como una respuesta a un discurso ininteligible, incoherente o, peor aún, disonante con su mapa.” (Jegó Araya, 2004 pp 68-69) y a los ojos de este autor, esto sería una negligencia de la institución, pues no ha contemplado de manera comprometida las necesidades y alcances de su quehacer social y cultural. Reduciendo sus aportes y teniendo resultados menores.

Hay un cuestionario obligatorio que se debe realizar antes de prever cualquier actividad, esto con fines de ser efectivos en dicho planteamiento, las interrogantes pueden variar dependiendo del público y la actividad, sin embargo para continuar con la problemática que hemos señalado, me gustaría anotar tres que nos serán fundamentales al momento de hacer una planeación incluyente: –¿Buscamos un lenguaje común? ¿Reconocemos los códigos culturales de la comunidad?, ¿se respetan estos códigos?” (Jegó Araya, 2004 p. 69) contestar favorablemente a estas preguntas, nos dará un enfoque mucho más claro y atractivo para nuestros posibles públicos, de lo contrario tendremos garantizado el rechazo y la apatía.

Para la Universidad no debe implicar una tarea distinta a las ya desarrolladas de investigación y proyección, pues –Si el ámbito universitario es el lugar donde se disputa la relación fundamental entre lo nuevo y lo viejo, el antes y el después, el ayer y el mañana, la tradición y el cambio, entonces ¿cómo llegar a la comunidad sin comprometerse con sus

sistemas de creencias, sin conocer sus mitos, sus necesidades, su lenguaje, su red de sentido?” (Jegó Araya, 2004 p. 69)

Es a partir del sentido que el mensaje se vuelve provocativo, sólo si conocemos a nuestros destinatarios ya que nos permite hacer acuerdos entre lo que necesitan y lo que podemos ofrecer; de esta manera se establecerá una comunicación más clara y sana entre ambas partes.

Es importante no olvidar, al momento de realizar las políticas de difusión o la difusión misma, que, en principio, el hacer actividades no es hacer difusión debido a que: ~~no~~ corresponden a una misión de extensión universitaria si los agentes que la desarrollan no cumplen con darle un sentido en relación con el beneficio de la red social, es decir, si se desentienden de la conciencia crítica.” (Jegó Araya, 2004 p. 70) Y esta conciencia crítica se cumple al: ~~incitar~~ a la reflexión, al cambio, al movimiento, a la búsqueda, al cuestionamiento de una comunidad.” (Jegó Araya, 2004 p. 71); las diferentes actividades que se puedan realizar deben estar planeadas con fines específicos a partir del público a quien se dirigen, esto ofrecerá mejores resultados al momento de realizar la actividad planeada.

Entendamos que independiente de que la Universidad esté interesada en su relación con la sociedad, ésta ocurre y se forma arbitrariamente, permitiendo el uso y abuso de esa relación, o el desperdicio de las posibilidades institucionales que puede tener con algunos sectores organizados de la sociedad. También una de las retroalimentaciones que ofrece esta relación es reconocer qué piensa la sociedad que consume y habita, de esta manera se pueden analizar, replantear y renovar las estructuras universitarias. La gran casa de estudios no debe olvidar su obligación ante la realidad social, pues no es un ente ajeno a ella.

#### Desarrollo e implementación de política universitaria para la difusión cultural

Las tareas de difusión y extensión requieren de una constante modernización y actualización, también requieren del empleo de nuevas tecnologías, para poder crear

material nuevo y atractivo, diseñado para públicos específicos, ya que la utilización de un mismo material para cualquier público sólo garantiza su obsolescencia y poca practicidad. Los públicos son diferentes y necesitan cosas específicas. Aunque el tema sea el mismo no se le puede explicar de la misma manera a profesionales, niños, estudiantes de diversas carreras, científicos, etc. Aparte recordemos que sus intereses no son los mismos. Por otro lado tenemos también el inconveniente del presupuesto, reducido o hasta nulo que en nuestra experiencia, sabemos que merma los proyectos, no del todo si se acude a la gestión, pero si los afecta duramente, por lo menos dificultándolos y retrasando su acción.

El uso de las nuevas tecnologías es muy importante para el desarrollo de una atractiva difusión y también más certera. Es posible que para muchas personas sea la única ocasión en que conozcan la estructura de una gota de sangre, o los organismos unicelulares que viven en el agua, en el caso de la divulgación de conocimiento; si bien la oferta cultural se encuentra en el marco de la naturaleza de distintas instancias de gobierno, asociaciones civiles y centros de promoción y formación cultural, la actividad que en este sentido realiza la Universidad es valiosa en sí misma puesto que nace y se difunde en el seno de una institución con una clara vocación social, como la formativa, que sensibilice y profesionalice en un mismo nivel, abonado a la postura crítica de su gente.

La Universidad debe incluir de manera activa los aportes científicos de sus investigadores en un trabajo especial de divulgación, pues la difusión cultural, como ya hemos repasado de manera insistente, no se reduce a presentaciones artísticas. La ciencia es importante, impactante y atrayente, por lo que en su buena y responsable realización podrá: —servir de contrapeso informativo —y formativo— a la influencia mediática a la que actualmente se encuentran sometidos —casi dictatorialmente— los sectores sociales para cuya atención fue diseñada nuestra institución.” (Gallardo Mora, 2004 p. 92)

Si reconocemos que la Universidad tiene esta primicia social de fungir como un difusor de la cultura y la ciencia, en constante lucha con los contenidos ligeros de los medios de comunicación masiva, como la televisión, prensa periódica e internet, entonces no podemos perder de vista el hecho de que la labor Universitaria sea social y en esa medida es que a la

institución se le podrá reconocer su gran valor. La especialización no puede obstruir la divulgación, al contrario, la debe fortalecer. Es posible realizar ambas cosas haciéndolas por separado. De hecho una universidad debe tener la capacidad de realizar ambas tareas, por un lado profundizar en la investigación, trabajando con los estudiantes a niveles cada vez más profesionales y técnicos y por otro elaborando en un proyecto por separado, la creación de material nuevo y atractivo, que se dirija a distintos grupos sociales, donde lo idóneo es que sean los estudiantes los creadores del material aportando nuevas ideas para esa difusión; debido a que son ellos quienes en un futuro nada lejano estarán insertos en la administración de las diferentes instancias universitarias, gubernamentales y de cualquier índole, son ellos quienes tendrán a su cargo el porvenir de la sociedad y la educación de futuras generaciones, por lo que es importante hacerles ver la situación social, con sus problemas y las responsabilidades que de ello tenemos.

La difusión que se hace en los términos más óptimos es la que involucra a los diferentes sectores universitarios, haciéndolos dueños de los proyectos y por el lado del público retirarle el calificativo de espectadores, la gente debe participar de manera activa en los proyectos de difusión que se le presenten, eliminando esa relación pasiva y fomentando su creatividad y la familiaridad con la Universidad.

En estos términos Felipe Gallardo sugiere que para la mejor realización del trabajo de planeación y estructuración, así como la vigilancia objetiva del mismo es necesario: ~~generar~~ un comité dictaminador que le otorgue a la preservación y la difusión de la cultura el estatus que, *de jure*, ya se encuentra establecido en nuestra casa de estudios desde su fundación.” (Gallardo Mora, 2004 p. 94) Para el caso de la UMSNH, que resulta nuestro objeto de estudio, encontramos que ya cuenta con uno, es el Consejo Nicolaita de Arte y Cultura, del cual hablaremos más adelante.

Es importante que existan propuestas de difusión y extensión que vengan de los alumnos y los profesores para que se tenga mayor dinamismo en el tema, porque en la medida en que se involucran los diferentes sectores de la universidad es que se le va dando relevancia a esta actividad, además se crean públicos y creadores.

En términos de obstáculos y dificultades para diseñar e implementar políticas de difusión cultural en el ámbito universitario, es común culpar a ciertos sectores, sindicatos o presupuesto, sobre las problemáticas universitarias, pero lo necesario es atender las necesidades y oportunidades en independencia de sus lastres. Al momento de realizar una valoración sobre el contexto de la universidad, sus objetivos y metas a resolver, es importante tomar en cuenta las problemáticas de la Institución, para tomar mejores decisiones y anticipar opciones adicionales, para la resolución de posibles obstáculos, pero de ninguna manera considerarlos como un impedimento para la realización de los proyectos establecidos o como una justificación de su defectuosa realización o incluso la cancelación de los mismos.

Como se ha señalado, la investigación, la docencia y la difusión, son las tres tareas sustantivas de la Universidad, pero vemos en la práctica que es común que la difusión se coloque por debajo de las otras, en una diferencia muy pronunciada.

En este sentido, señala Naomi Klein citada por Laura Regil que: “Podemos empezar admitiendo que nos hemos vuelto irrelevantes. Una vez asumida nuestra irrelevancia, quedamos libres para preguntarnos cómo podemos volvernos importantes” (Regil Vargas, 2004 p. 56) Es por ello que debemos colocarnos en la realidad de nuestra institución, admitir la posición e importancia que se le ha dado a la difusión cultural a pesar de que debería ser una responsabilidad sustantiva de las Universidades. Una vez valorada y analizada en su justa dimensión es que podemos pensar cómo nos gustaría que funcionara y en relación a eso hacer la planeación necesaria, para obtener resultados a largo plazo pero también con mayor estabilidad y duración.

Laura Regil nos invita reflexionar sobre las ideas con que contribuyen Ortega y Gasset y José Vasconcelos al esquema universitario, los aportes que hacen acerca de la responsabilidad que tiene el profesor universitario como “formador(a) de seres cultos y profesionales, como individuos al servicio del mejoramiento de nuestra sociedad” (Regil Vargas, 2004 p. 58) lo que ella sostiene es que una persona que desde su formación tenga acceso a conocimiento adicional de otras áreas, más la sensibilización de pensar como uno

de los fines de su carrera el que sea un servicio a la sociedad, abonará a una priorización de la promoción de la difusión cultural, así mismo se espera que pueda ser un mejor formador, que mejore, aun, las ya corregidas circunstancias en que él se integró, pues el compromiso no es sólo ~~formar~~ formar profesionales, sino formar profesionales cultos, seres con valores y con conciencia, sensibles a su entorno y orientados hacia la actualización permanente y al intercambio del conocimiento.” (Regil Vargas, 2004 p. 58)

Si bien se tiene por prioritaria la labor difusora de la universidad, también es cierto que en la práctica no funciona de esa manera, puesto que la intensa carga académica no deja un espacio propicio a los investigadores y docentes para organizar adecuadamente estas tareas, a pesar de sus buenas intenciones en ello, por lo que la realización de la misma es común que se cumpla a través de presentaciones artísticas sorprendidas, eventuales y de poca propaganda; una aparente apertura a todo el público, pero sin impacto publicitario.

Una universidad no debe procurar la distracción o recreación de su público minimizando sus aportaciones, tampoco utilizar un lenguaje técnico incomprensible para el grueso de la sociedad. De aquí que se insista en el mensaje desde la planeación, por un lado quien realiza el proyecto debe tener fines definidos y un mensaje claro que quiera transmitir un objetivo concreto que responda a las razones de realización de la actividad. Del otro lado, el público debe contar con la información suficiente para no estar presente de manera azarosa, incluso debe prever un beneficio, tener preguntas y expectativas. No se debe hacer la difusión cultural a modo de requisito, se deben tener fines y metas concretas; razones que justifiquen tiempo, esfuerzo y presupuesto invertidos.

La mejor forma, según Laura Regil, de hacer por la difusión y extensión un esfuerzo real, es mediante la ~~formación~~ formación de profesionales cultos y sensibles” donde claramente le apuesta a que mediante la formación se pueda heredar de profesores a alumnos esa necesidad de difundir la cultura y la ciencia en beneficio de la sociedad y que si el impacto es favorable, lo hagan a su vez los profesionales ya formados en este nuevo esquema y se pase de generación en generación universitaria.

Cuando se habla de difusión cultural, extensión universitaria y divulgación de la ciencia y la cultura viene a colación una figura vital para la óptima realización de estas actividades. Nos referimos al promotor cultural, el cual entenderemos como aquel que se encargará profesionalmente de la planeación, organización y ejecución de las tareas necesarias para cumplir con el proyecto cultural establecido en la institución.

Es importante señalar que el promotor no trabajará de manera independiente ni a título personal, del mismo modo se acotará a las metas del proyecto de difusión cultural de la universidad, también deberá contar con un equipo de trabajo permanente y temporal en el caso de actividades a gran escala que requieran de la participación de prestadores de servicio social o universitarios en general. Fungirá como un auxilio en la conformación y ejecución de las propuestas que realicen investigadores, docentes y alumnos, proporcionando guía en la elaboración de su proyecto y la ejecución del mismo.

Ahora hablemos de un vicio que Regil Vargas nos dice que no tenemos identificado en el quehacer del promotor y los demás participantes de la difusión, pero que parece incidir en la disposición en que se llevan estos trabajos. La referencia es al ~~término~~ evento [... que] en el argot de la difusión, es usado para referirse a cualquier actividad académica, cultural, educativa, comunitaria, etcétera. Sin embargo, según la Real Academia de la Lengua Española, evento es simplemente un hecho imprevisto” (Regil Vargas, 2004, p. 60), es decir, si nos ponemos estrictos con el término, podríamos aceptar que las tareas de difusión cultural son ~~hechos~~ fortuitos, actos aislados, sin preparación y, por tanto, sin planeación.” (Regil Vargas, 2004, p. 60).<sup>1</sup>

Laura Regil, propone iniciar por modificar nuestros conceptos al momento de referirnos a las actividades realizadas dentro de la difusión cultural y llamarles por su nombre: conferencias, simposios, presentaciones artísticas, recitales, etc. etc. Porque todas tienen una forma específica de nombrarse, implican un esfuerzo sustancial para los realizadores y el equipo auxiliar que les apoya, por lo que no es apropiado llamarles con el genérico de

---

<sup>1</sup> Ciertamente las apreciaciones de Regil sobre el término evento pueden resultarnos puritanas y exageradas, pero en relación a esta investigación apelaremos a la siguiente crítica: Es fundamental evitar tender hacia la eventualidad en el quehacer universitario.

*evento*, despreciando todo lo que organizarles implica; sumando que usar el término evento de manera institucional sí es perjudicial para los propósitos de la difusión. En todo caso, el genérico que se debería usar sería *actividad*.

A su vez, es indispensable dejar de considerar al público como una masa amorfa, inidentificable, puesto que a pesar de no conocer su respuesta o comportamiento, también es cierto que desde el momento en que se plantea la posibilidad de realizar cualquier actividad, también se conoce a su destinatario, de lo contrario no estamos hablando de un trabajo profesional, pues el acto ya de por sí va dirigido regularmente a públicos específicos y en relación a los matices o énfasis que se le agreguen es que podremos llegar a otros receptores. Es necesario que pongamos rostro a aquellos para quien se elaboran estos esfuerzos, que adquieran una identidad en la que haya interés desde el momento de la planeación y que por supuesto, no nos olvidemos de esto en el desarrollo y conclusión del proyecto, es algo que debe estar presente siempre.

También se sugiere en pro de la difusión cultural y mediante la institucionalización de esta necesidad no cubierta, se puedan formar promotores culturales que salgan de la universidad —La propuesta es, partir del reconocimiento de las competencias, habilidades y destrezas, de las y los prestadores de servicio social, para involucrarlos (as) en el proceso de planeación, realización y evaluación de las actividades culturales y de extensión.” (Regil Vargas, 2004, p. 60) En consecuencia, serán ellos quienes puedan cubrir las necesidades de la Universidad, de manera óptima, pues se les habrá instruido en relación a la realidad institucional, sus particularidades y circunstancias.

Estos promotores, deberán tener experiencia en las bellas artes, ciencia, literatura, cine, filosofía, etc. Por supuesto se hace alusión a varios promotores ya que no puede haber uno para toda la universidad, lo adecuado es que cada facultad tenga su promotor y que puedan hacer estas tareas teniendo comunicación entre ellos para fijar objetivos generales, luego en relación a ellos, poder establecer la metodología en su trabajo individual, siempre manteniendo informadas a sus comunidades del acontecer en otras comunidades de la misma universidad, así mismo informando con antelación a la autoridad encargada de la

difusión cultural a nivel universidad. Remarcando la necesidad de que estos promotores sean formados dentro de la facultad y luego capacitados a las necesidades de la misma, porque todas las facultades deben realizar actividades propias de su formación que divulguen su quehacer y beneficien a la comunidad universitaria y a la sociedad.

De esta manera se corrige el asunto de los administrativos a los que se les responsabiliza de actividades para las que no están formados, ni pueden dar resultados favorables de ellas, dejando al descubierto la negligencias universitarias al querer que sean ellos quienes deban resolver a su juicio una de las mayores responsabilidades institucionales.

Laura Regil propone que la difusión, desde sus políticas culturales, se origine críticamente, siempre en contra de la simplicidad, alejándose de propuestas de espectáculo de la entretención que prioriza la ligereza; el punto es buscar una –difusión que pacte con la formación integral y con el conocimiento de lo diverso y lo alternativo, de manera que expanda los horizontes.” (Regil Vargas, 2004, p. 60) Y al hablar de estos horizontes podemos identificarlos en dos vertientes, por un lado las metas y expectativas que puede ampliar la propuesta cultural o científica al crear propuestas totalmente nuevas y creativas, donde ya no se tengan sólo espectadores sino que se haga inclusión del público. El segundo es el horizonte del público, por un lado su panorama se abre, está conociendo cosas nuevas y por otro lado se le rompe su esquema de espectador, donde se le hace partícipe de lo que fue a ver; convirtiéndolo en actuante de dicha actividad y haciéndole saber que él también puede estar allí, ubicarse del otro lado, que en algún momento también podría formarse y luego regresarle la experiencia a alguien como él y no sólo eso sino poder modificar su entorno, que a mi parecer es la contribución más fuerte que se hace desde la difusión cultural y extensión universitaria.

La sociedad debe saber que si algo no le favorece puede tener los medios para cambiarlo; a fin de cuentas la Universidad es la casa de la sociedad. Los que se forman viven también las problemáticas sociales y posiblemente sean ellos quienes mejor las entiendan y quienes tengan las mejores herramientas para corregirlas.

Para que esto ocurra es menester que la Universidad funcione articuladamente conjuntando los integrantes de sus tres grandes pilares, es decir que puedan participar de manera activa y retroalimentarla profesores, investigadores y promotores, para el mejor diseño de los proyectos de difusión cultural; para que el promotor cultural pueda hacer su trabajo no puede salir todo de su imaginación y experiencia, eso sería regresar al modelo que hemos criticado en el que una sola persona decide el rumbo de la Universidad, lo indispensable es que profesores e investigadores puedan hacer proyectos o propuestas que el promotor mejore a partir de su experiencia en el trato de públicos y realización de actividades. Así, trabajando en conjunto: investigadores, docentes y promotores, se concretará cualquier actividad en su mejor formato, obteniendo los resultados más positivos en relación a sus metas.

Como un beneficio adicional, la reformulación de los criterios tradicionales de cultura selectiva, en donde se pueda manifestar, más bien, —como un camino a la identidad, la reflexión, la creatividad, la transformación, la diversidad y, por qué no, la diversión.” (Regil Vargas, 2004, p. 62) se ganará una gran batalla ante la apatía y el conformismo, mientras se crean públicos de manera natural en respuesta a este cambio conceptual y de acción.

De modo que al finalizar este recorrido conceptual, podemos afirmar que el término no es nuevo, pero a pesar de ello no ha logrado realizarse en los mejores términos de manera institucional, sin embargo existen fuertes esfuerzos por abonar a su realización, lo que aumenta las posibilidades para mejorar o modificar nuestro papel como universidad y universitarios.

## Capítulo II Reporte de Servicio Social

Durante el periodo 2011-2012 realicé mi servicio social en la Facultad de Filosofía –Samuel Ramos” de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, labor se enfocó a la difusión y gestión cultural de las actividades realizadas por esta facultad, bajo la solicitud de la Dirección de la misma.

En el transcurso de la citada colaboración me fue posible interactuar con las estructuras y el personal que operan a favor de la difusión y la gestión cultural, ello pese a que no existe en primera instancia, un responsable directo ni una unidad administrativa que tenga bajo su responsabilidad desarrollar estas funciones.

Estas carencias se perfilaron como el principal obstáculo en términos de eficiencia y eficacia de las actividades que se me encomendaron y las que yo propuse. Sumando a la falta de infraestructura, facilidades administrativo-presupuestales, la claridad en objetivos y la ausencia de un proyecto propio de difusión cultural, dando cabida a la discrecionalidad con la que se desarrollan las actividades.

En el año que duró mi servicio estuve trabajando de manera alterna en el salón de juntas, el cubículo destinado a la investigación de género y el Departamento de Publicaciones, permaneciendo mayormente en el último. Varias de las personas que laboran en este departamento fungieron como auxiliares en mi trabajo, pero ninguno vinculado directamente con la difusión, por lo que en su totalidad, las actividades que realicé fueron evaluadas por el director de la facultad, a quién en última instancia se le atribuye esta responsabilidad.

Al iniciar mi servicio social, me propuse un proyecto de trabajo que atendiera las prioridades que me fue posible identificar como estratégicas para la Facultad a partir de mi experiencia como estudiante interesada en la difusión cultural. A continuación señalaré los ejes planteados en el mencionado proyecto y los progresos que se consiguieron en el desarrollo del servicio.

## Publicaciones

**Objetivo:** Promover las publicaciones propias y el material bibliográfico disponible para consulta y venta en las instalaciones de la Facultad.

**Desarrollo:** Con la finalidad de realizar promoción sobre las publicaciones y que de este modo las mismas fueran conocidas fuera de la institución, partí de identificar y conocer las publicaciones periódicas: *Devenires*, *Sentidos* y *Boletín Filos*, la primera enfocada principalmente a la publicación de artículos realizados por Doctores en Filosofía, la segunda abierta a profesores y alumnos y por último *Boletín Filos*, donde los estudiantes de la Facultad pueden comenzar a publicar desde ensayos cortos, cuentos, poemas y hasta fotografías, este último está a cargo de los estudiantes de la licenciatura.

También se tiene una amplia producción editorial por parte de los docentes adscritos a la Facultad y al Instituto de Investigaciones Filosóficas. Estas publicaciones están en vitrinas expuestas fuera de la dirección y dentro de algunas oficinas, pero su compra no es sencilla, porque no siempre se encuentra el encargado de la venta, debido a que cubre otras actividades administrativas.

Mi plan era hacer dos tipos de materiales para subir a Internet. Por un lado la creación de un catálogo que estuviera diseñado con las imágenes de las portadas de los libros y las revistas (divididos en esos dos tipos), de esa manera una imagen nítida de la portada, estaría acompañada de la descripción literaria (y si existiera, de alguna reseña) y el precio del material. También se abriría la opción de convocatoria a crear las reseñas no existentes, premiándose con la publicación de ellas en la revista *Devenires*. Así se completaría el catálogo propuesto, dejándolo listo para ser consultado.

La segunda sería la elaboración de una biblioteca virtual, que estuviera integrada por todas las revistas publicadas hasta la fecha en la Facultad. Donde los consultantes pudieran leer

en línea con la opción de adquirir en físico el material bibliográfico, si este fuera su objetivo.

La consulta en línea, ya sea para lectura o compra abriría nuevas opciones de distribución y difusión de la producción bibliográfica de nuestra Facultad, beneficiando también a quienes en ella colaboraron y colaboren, también provocando la solicitud de más gente foránea a publicar con nosotros; haciendo un intercambio masivo de ideas que promuevan la retroalimentación entre universidades.

En el eje propuesto, se pudo realizar la recopilación de las portadas escaneadas y corregidas de todos los libros y revistas publicados hasta el 2010. Este proyecto no se pudo concretar debido a la falta de capital material y humano, sumando la carencia de equipo adecuado o en óptimas condiciones, que también es insuficiente con relación al personal que lo ocupa y los fines que le dan. En la etapa de escaneo de portadas tuve que alternar trabajo con personal de la facultad, pues sólo se cuenta con 2 scanners que están conectados a computadoras en constante uso, el departamento de publicaciones sólo contaba con uno y utilizarlo significaba interrumpir el trabajo editorial; por lo que esta tarea se demoró mucho más de lo esperado. Una vez concluido el escaneo, me dediqué a corregir las imágenes en mi casa, en mis ratos libres, pues el tiempo destinado a este propósito ya se había excedido, con respecto a lo planeado.

Lamentablemente no se pudo concluir con la etapa de recopilación de reseñas o descripción de los libros, debido a que esta información no se encuentra fácilmente, crearla significaba transcribir las contraportadas de todos los libros; lo cual me resultó imposible de realizar debido a la falta de tiempo y el impedimento de llevarme los libros a domicilio. Al no concluir la recopilación de información, sobre estos libros, resultaba inútil continuar con las otras metas, ya que dependían de ese trabajo. También pude darme cuenta de que cualquier proyecto en la facultad, entre más impacto se planea tener, requiere la participación interesada, propositiva y comprometida de toda su comunidad; en este caso docentes y administrativos.

## Difusión

**Objetivo:** Crear una forma de publicitar las actividades que realiza la Facultad de Filosofía.

**Desarrollo:** La facultad realiza una gran cantidad de actividades dirigidas a los estudiantes de la Facultad, profesores e investigadores internos y foráneos, pero también abiertas a la sociedad para que cualquier persona pueda asistir. El problema es que no cuenta con un método o medio que posea la capacidad de abarcar a todo ese público de manera constante, anticipada y contundente.

Para cubrir esta necesidad, consideré necesario crear un directorio interno y un condensador de actividades de toda la comunidad de filosofía, que funcionarían a la par, puesto que el condensador concentraría toda la información para distribuirla electrónicamente mediante el directorio.

En el caso del directorio, debía incluir los correos electrónicos de alumnos, profesores y administrativos, para que recibieran directamente la información de las actividades condensadas. Para realizar este primer cometido solicité al Departamento de Control Escolar de la Facultad me proporcionará la base de datos que se actualiza cada semestre con las inscripciones de los alumnos, lo cual agilizaba el trabajo casi en un 80%, pero me fue negada debido a las políticas de confidencialidad y protección de datos personales que obran en arreglo con la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública en la calidad de sujeto obligado que es la UMSNH al ser una entidad que opera con recursos públicos.

Al enfrentar el citado obstáculo opté por implementar una estrategia de recolección de datos, a través de hojas membretadas con el lema “Lista de correos, para recibir información de las actividades de la Facultad de Filosofía”, que a mi parecer especificaba para qué era la información requerida, luego acudir a los salones y pedir que las llenaran por voluntad

propia. Este plan resultó tener una buena recepción por parte de los alumnos, pero también tenía sus desventajas:

- No era sencillo encontrar a todos los alumnos reunidos, puesto que las materias que se imparten no las toman todos y aun en las materias obligatorias la asistencia era escasa y variable; por lo que sólo se recopiló información de la mitad de ellos.
- Al solicitar la menor información posible (como un modo de cuidar su anonimato, a sugerencia del Departamento de Control Escolar), no pude desarrollar un orden al momento de intentar crear la base de datos.
- La mayoría de los correos eran ilegibles, lo cual dificultó la conclusión de esa base.

Después de lo acontecido elaboré carteles tamaño carta, solicitando enviaran por correo electrónico sus datos, todos aquellos que quisieran recibir información sobre las actividades de la Facultad. Estos fueron distribuidos por todos los salones, pasillos y hasta baños de la facultad. Sin embargo la respuesta fue muy escasa, concluyendo el registro con 4 alumnos.

En el caso de los profesores fue más sencillo, pues sus correos electrónicos son casi de dominio público, con el inconveniente de que no son personales, sino de trabajo, por lo cual la mayoría no los revisa constantemente a menos de que se encuentren en periodo de evaluaciones o estén en espera de información importante.

Acerca del condensador, se planteó la necesidad de su existencia, debido a que es constante que se organicen diferentes grupos de la comunidad en relación a sus afinidades temáticas y organicen sus propias actividades, aparte de las ya planeadas por la Facultad, todas ellas siempre abiertas al público en general, pero con poca o nula capacidad de convocatoria.

Por lo que, el objetivo era tener todas las actividades juntas, organizadas y calendarizadas para conformar una agenda, que se pudiera distribuir con un mes de antelación a su desarrollo. Otro objetivo del condensador, era contar con un correo electrónico (el mismo que se proporcionó para el registro del directorio) al que se pudieran enviar propuestas de

lo que les gustaría que se presentará o mandar la información de actividades diseñadas por completo. Así fungir como condensador.

Los inconvenientes que se tuvieron fue por una parte la falta de eco en la propuesta; al no contar con una buena suma de correos, tampoco se conseguía una buena publicidad de los mismos, por otro lado los profesores no se interesaron en las ventajas que ofrecía el condensador, siendo ellos pieza importante al conformar una buena parte de las actividades llevadas a cabo por la Facultad.

Todo esto nos orilló a seguir consiguiendo información de las actividades directamente con los organizadores, que se conocían por comentarios de pasillos o porque ellos mismos recurrían al Departamento de Publicaciones para solicitar posters, dípticos, constancias, separadores o cualquier otra cosa que se pudiera elaborar allí y sirviera para promocionar su actividad.

Por otro lado lo que sí se pudo conseguir fue vincular al responsable de publicidad con los encargados del *Boletín Filos*, para que apareciera el calendario de actividades en él. El único problema es que el boletín se imprime a veces mucho después de que se termina de armar, lo que ocasiona que a su distribución la mitad de las actividades publicitadas ya se hayan realizado o se tengan a la brevedad, sin oportunidad de poder ajustar la propia agenda.

Una vez completada la agenda mensual, el paso siguiente sería promoverla por todos los medios posibles, acudiendo a Radio Nicolaita, la Gaceta Nicolaita y la Secretaría de Difusión Cultural y Extensión Universitaria, para que nos incluyeran en su cartelera. En lo exterior buscar los medios que en ocasiones distribuyen información de la UMSNH y cuentan con un público mucho más amplio.

Por supuesto me encontré con un sinnúmero de inconvenientes, ya que mi propuesta requería de una investigación previa y criterios de protocolo. Aunque los espacios para publicitar que se encuentran dentro de la Universidad, en teoría le pertenecen a sus

facultades e institutos, también es cierto que eso depende del proyecto propio de dichos espacios.

En el caso de Radio Nicolaita la solicitud es mucho más sencilla, si lo que se desea es ser anunciado en el transcurso de algún programa, lo cual no resulta tan provechoso, puesto que al ocurrir sólo una o dos veces, es apreciado por muy poca gente y por otro lado el anuncio se ve opacado por otra cantidad de cosas a ofertar, puesto que al ser tan fácil también es muy requerido.

Para un spot, con el fin de tener un anuncio más elaborado y que se transmita con más frecuencia en la programación diaria. Se tiene que hacer una solicitud por escrito con visto bueno del director de la Facultad y luego esperar a que se elabore y transmita dependiendo de las solicitudes de otras facultades y la relevancia del evento, pues no se puede requerir la elaboración de un spot con tanta frecuencia, por lo que es importante reservarlo para actividades muy importantes y que aparte den renombre a la Universidad, puesto que esta última característica es lo que les da más valor con respecto a otras solicitudes.

En el caso de la Gaceta Nicolaita y la Secretaria de Difusión Cultural, la respuesta no es positiva, como lo refiere el director de la Facultad de Filosofía: “[...] la Secretaria de Difusión, que es la que nos podría apoyar en difusión, se niega a apoyarnos, porque dice Teodoro Barajas que sólo tiene presupuesto para difundir sus eventos.” (Vieyra García, 2013)

Por el lado de los medios de comunicación independientes de la Universidad, se trata de un producto que la facultad puede adquirir y recibir excelentes resultados, pero claro, generando un costo del tamaño del profesionalismo e impacto que les sea requerido. En ocasiones se puede convocar una rueda de prensa, a la que se le invite a todos los medios locales a conocer la agenda cultural de la Facultad, pero la asistencia depende arbitrariamente de los periodistas. Teniendo la posibilidad de ser una cita muy concurrida o totalmente ignorada.

Por lo que hemos aprendido que lo mejor es que quien tenga encomendado el trabajo de promotor cultural o quien posea la información completa y correcta, pueda elaborar un boletín de prensa que deberá ser emitido a nombre del director y enviado, con su firma y saludos a los medios de comunicación mencionados, ahorrándoles trabajo y evitando la incertidumbre de lo que será publicado; aumentado las posibilidades de ser atendidos satisfactoriamente.

### Festejos por el día internacional de la Filosofía

**Objetivo:** Organizar los festejos por la celebración del día internacional de Filosofía.

**Desarrollo:** Este hecho en particular fue muy satisfactorio en relación a la difusión y la gestión cultural, pues desde su organización se realizaron grandes esfuerzos gestores y de cooperación por parte de los que en él colaboraron.

El programa se dividió en matutino y vespertino. Por la mañana, en el Aula Mater del Colegio Primitivo y Nacional de San Nicolás de Hidalgo, se hizo la presentación pública de las revistas *Devenires*, *Sentidos* y *Boletín Filos*, acto realmente significativo, ya que a más de 12 años de su surgimiento no se les había dado esta distinción.

En dicho programa participaron como presentadores: profesores, editores y alumnos haciendo así un verdadero trabajo de difusión, pues los estudiantes escogieron la forma en que presentarían el *Boletín Filos* y propusieron un modelo original y agradable en el que comentaban su experiencia en la elaboración y como total sorpresa invitaron a uno de los publicados a que leyera su texto; la ya concurrida sala mostró su satisfacción y alegría sobre lo acontecido.

Por su parte los editores y profesores hablaron sobre la importancia de la Filosofía y el existir de las revistas allí mencionadas, comentando también, un poco sobre las dificultades de concluir las publicaciones en un esquema universitario tan complicado que le ha orillado a la Facultad a cubrir el gasto total de ellas con su presupuesto ordinario.

Luego siguió la conferencia magistral “Hablar de lo que Importa (ensayo post-secular sobre la esperanza)” del Dr. Guillermo Hurtado del Instituto de Investigaciones Filosóficas de la UNAM, la cual fue cuestionada, comentada y agradecida por los presentes que permanecieron en sus asientos hasta el fin de ésta.

Al concluir el programa matutino se le obsequió al público la revista *Devenires* y el *Boletín Filo.* Por la tarde se presentó una segunda conferencia “Problemas y perspectivas de la Filosofía Actual”, ahora por el Dr. Mario Teodoro Ramírez Cobián, director del IIF (Instituto de Investigaciones Filosóficas) y recién presidente de la AFM (Asociación Filosófica de México), donde se contó con una gran asistencia que de igual manera escuchó, cuestionó y comentó la participación de Ramírez Cobián. Concluyendo con un concierto en el patio del IIF a cargo del conocido grupo “Bola Suriana”.

La elaboración del programa comenzó siendo una propuesta individual, pero a medida que se fueron incluyendo ideas y creciendo el número de colaboradores, fue que se pudo realizar en estos términos tan satisfactorios, provocando también la participación de un mayor público, pues se pensó en él desde su planeación. Corroborando así, que las actividades realizadas en conjunto tienen un mayor éxito que las pensadas y ejecutadas a título personal.

En cuanto a gestión existió un gran aporte de diferentes áreas, ya sea en especie, en efectivo o con recursos humanos. Dándose de la siguiente manera:

#### Espacios

- Aula Mater (dirección del Colegio Primitivo y Nacional de San Nicolás de Hidalgo).
- Auditorio del IIF (dirección del IIF).
- Patio y baños del IIF (dirección del IIF).

#### Material

- Impresión de las revistas (Facultad de Filosofía).
- Regalo de *Sentidos* y *Boletín Filos* (Facultad de Filosofía).
- Invitaciones y programas (Editorial Universitaria).
- Separadores de invitación para alumnos (Wendy Rufino y Facultad de Filosofía).
- Botellas de agua (Facultad de Filosofía).
- Micrófonos y pedestales (IIF y *Bola Suriana*)

#### Recursos humanos

- Edición y armado urgente de las revistas por parte de los editores (Departamento de Publicaciones de la Facultad de Filosofía).
- Staff de alumnos de la Facultad de Filosofía.
- Conferencistas (Asociación Filosófica de México).
- Comentaristas de las revistas (Facultad de Filosofía e IIF).
- Colaboración de los administrativos de los espacios ocupados (Facultad de Filosofía e IIF).
- Grupo Bola Suriana (Secretaría de Difusión Cultural y Extensión Universitaria de la UMSNH).
- Promoción radiofónica (Radio Nicolaita).

De manera adicional participé en otras actividades encaminadas a la tradicional forma de hacer difusión cultural en la Facultad de Filosofía:

- Creación de dípticos y posters explicativos sobre los talleres culturales.
- Visitar los salones de la Facultad para hablar con los alumnos sobre las actividades culturales y académicas que en ella se realizan.
- Vender libros en ferias locales.
- Contribuir como promotora cultural de las actividades de la Facultad de Filosofía.
- Publicitar las actividades vía Facebook.

Entre otras que de manera complementaria surgieron, por parte de la Dirección, el departamento de publicaciones y profesores e investigadores que se encontraban trabajando en actividades extracurriculares.

Estas actividades tuvieron como objetivo la promoción de la extensa producción de actividades que ofrece la Facultad de Filosofía, intentando dar el mayor apoyo para fortalecer su conocimiento y la participación de los Estudiantes y el público en general, así mismo promovernos en espacios externos a la Universidad en relación a estos mismos objetivos.

## Capítulo III Análisis y Diagnóstico de la difusión y gestión cultural en la UMSNH<sup>2</sup> y la Facultad de Filosofía.

Este capítulo tiene como objetivo presentarnos el panorama del estado actual de la difusión y gestión cultural en nuestra Universidad, a partir de la visión que de ello pudimos extraer a partir del actuar de la Secretaría de Difusión Cultural, para y particularmente en la Facultad de Filosofía; meta que se considera necesaria para obtener la claridad que nos permita ofrecer críticas y propuestas para la mejora de nuestro entorno universitario y las metodologías que sirvan de base para la creación o perfeccionamiento de los espacios y políticas públicas, que coadyuven en el crecimiento de este quehacer universitario.

Por lo que utilizaremos como metodología la Matriz de Análisis FODA, que nos permitirá detectar de manera concreta nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, complementándolo con el balance diagnóstico de dicho análisis. Colocándonos así de frente a la realidad de nuestra Universidad, ya con las herramientas objetivas que nos permitan sustentar nuestras críticas y posibles sugerencias en relación a la institución y no a título personal.

Dividimos el análisis en 4 cuadros: Difusión cultural en la UMSNH, difusión y gestión en la Facultad de Filosofía (panorama general), difusión cultural en la Facultad de Filosofía y gestión cultural en la Facultad de Filosofía. Con el objeto de contrastar la situación general y luego enfocarla a la condición particular de la Facultad, así tener presente también la relación que se establece a diferentes niveles y las implicaciones mutuas que existen en este tema.

---

<sup>2</sup> La referencia a la UMSNH es en términos generales a partir de la Secretaría de Difusión Cultural de la Universidad Michoacana, no es un análisis de todo lo que en la universidad se hace en la particularidad de sus dependencias.

## Análisis

Difusión cultural en la UMSNH	
<p><b>Fortalezas</b></p> <p>Cuenta con medios propios para publicitar sus actividades: Radio, periódico, revistas, pancartas y plataformas digitales.</p> <p>Cuenta con un presupuesto asignado.</p> <p>Tiene la opción de concursar por presupuestos adicionales.</p> <p>Cuenta con la Secretaría de Difusión Cultural y Extensión Universitaria.</p> <p>La Secretaría de Difusión Cultural dispone de espacios propios: teatros, auditorios, salas y salones.</p> <p>La Universidad cuenta con el Consejo Nicolaita de Arte y Cultura.</p> <p>La Universidad cuenta con investigadores y profesores reconocidos internacionalmente</p>	<p><b>Oportunidades</b></p> <p>Actualizar las plataformas digitales universitarias la reposicionaría en el mundo interactivo.</p> <p>Adecuar la plataforma principal de la Universidad, para que de inmediato se puedan localizar los links que conduzcan a las páginas de sus secretarías, facultades, institutos y preparatorias.</p> <p>Diseñar una página de la Secretaría de Difusión Cultural, que incluya su cartelera y links a las de todas las instituciones universitarias.</p> <p>El Consejo Nicolaita de Arte y Cultura, puede diseñar las políticas públicas que definan un proyecto propio de difusión cultural y extensión universitaria.</p>
<p><b>Debilidades</b></p> <p>El presupuesto asignado para la Secretaria de Difusión Cultural es utilizado, casi en su totalidad, para pagar honorarios a los artistas adscritos a la Universidad.</p> <p>No existe una política cultural universitaria.</p> <p>La Secretaría de Difusión Cultural no tiene un proyecto general que involucre o beneficie a toda la Universidad.</p> <p>Tampoco cuenta con proyectos definidos de extensión, difusión y divulgación.</p> <p>Las actividades que realiza o promueve la Secretaría, en su mayoría son elegidas a discrecionalidad de la administración o por propuesta de la rectoría.</p> <p>Se reposa toda la responsabilidad de la Difusión Cultural de la Universidad en una sola persona: El secretario de Difusión Cultural.</p>	<p><b>Amenazas</b></p> <p>Si la Secretaría de Difusión Cultural continúa invirtiendo su presupuesto en sueldos jamás podrá desarrollar ningún proyecto a largo o mediano plazo.</p> <p>Si la UMSNH no concretiza sus políticas públicas de difusión, extensión y divulgación, limita su progreso y continua dañando su imagen.</p> <p>Si la Universidad pierde importancia, confiabilidad y profesionalismo, se verá reflejado en la disminución de sus presupuestos.</p>

Difusión y gestión en la Facultad de Filosofía, panorama general.	
<p><b>Fortalezas</b></p> <p>Es parte de la DES-Humanidades, con quien colabora activamente.</p> <p>Mantiene relaciones institucionales con las facultades pertenecientes a la DES: Bellas Artes, Historia y Letras, en la mejora de sus actividades culturales.</p> <p>Su edificio está en disposición para realizar actividades o colaborar con otros promotores o instituciones en la elaboración de éstas.</p> <p>Cuenta con presupuesto suficiente para realizar las actividades culturales que se propone.</p> <p>Está activa en redes sociales y su página se vincula con la plataforma de la Universidad.</p> <p>Ofrece una amplia gama de talleres culturales abiertos a los universitarios y el público en general.</p> <p>Brinda una agenda ininterrumpida de cine de arte a través del cine-club “Espejo Humeante”.</p>	<p><b>Oportunidades</b></p> <p>Participar activamente en con su DES le puede permitir realizar con mayor eficacia, proyectos individuales o de la DES.</p> <p>Si la facultad diseñara medios de distribución de sus revistas, podría generar ingresos propios y darse a conocer local y foráneamente.</p> <p>Un catálogo digital de sus publicaciones, facilitaría llegar a más mercados.</p> <p>Crear un proyecto de difusión cultural propio, le generaría públicos, que se interesarían también en sus talleres y diplomados.</p> <p>Si el programa Aulas abiertas se extendiera a otras facultades o recintos, estaría difundiendo la Filosofía con mayor fuerza ante públicos más conformes.</p>
<p><b>Debilidades</b></p> <p>No existe un encargado, ni departamento, que atienda específicamente las tareas de difusión cultural.</p> <p>No hay un plan estratégico de difusión cultural, ni proyecto a largo plazo.</p> <p>No hay promoción de congresos internos, ni se apoyan de manera institucional los externos.</p> <p>No se tiene una política de difusión cultural establecida, llevándola a la discrecionalidad de la administración en turno.</p> <p>No hay liquidez en el presupuesto asignado, lo que limita las posibilidades de acción y planeación.</p> <p>Las deudas de la administración son fuertes al tener que cubrir el costo de las actividades con su propio dinero.</p> <p>Desaprovechamiento de los medios de comunicación propios de la Universidad.</p>	<p><b>Amenazas</b></p> <p>Si no se tiene un proyecto publicitario, la respuesta del público será de desinterés y nula asistencia.</p> <p>Si no se logra captar el interés de la gente en los talleres culturales, estos podrían desaparecer en su formato extensivo a la sociedad.</p> <p>Si la aportación de los alumnos de los talleres culturales no alcanza a cubrir el salario del profesor ni los gastos de operación, esto generará un déficit a la Facultad.</p> <p>La falta de difusión de las publicaciones puede generar un completo anonimato de las mismas.</p> <p>Si no se mueve el material editorial, ya sea obsequiándolo o vendiéndolo, éste se estancará previendo su posible destrucción.</p> <p>Si las actividades continúan generando mucho más gastos que ingresos, llegará el momento en que ya no se puedan realizar.</p>

Difusión cultural en la Facultad de Filosofía	
<p><b>Fortalezas</b></p> <p>Históricamente, ha sido de su interés la promoción de la cultura y el acercamiento de la filosofía a la sociedad.</p> <p>Actualmente se preocupa por ofrecer actividades al público universitario y no universitario.</p> <p>Los alumnos de la facultad tienen en su mayoría formaciones adicionales de corte cultural y artístico.</p>	<p><b>Oportunidades</b></p> <p>El programa de aulas abiertas ha demostrado la capacidad de interesar a nuevos públicos, por lo tanto tiene el potencial de ampliar su impacto en la medida en que logre descentralizarse.</p> <p>Realizar congresos internos puede ser una ágil ventana al exterior y causar la promoción de la representatividad en congresos, simposios, mesas redondas, etc. de los alumnos de la Facultad.</p> <p>La facultad tiene una gran oportunidad en realizar congresos internos y favorecer los externos, porque garantiza la óptima preparación de sus estudiantes y los motiva a proponer y salir de las aulas. También favorece la posibilidad de que los alumnos y futuros profesores y administrativos de la Facultad promuevan actividades de difusión, extensión y divulgación.</p>
<p><b>Debilidades</b></p> <p>No se cuenta con un proyecto de difusión cultural.</p> <p>No hay un espacio de retroalimentación y crítica sobre las actividades realizadas.</p> <p>No existe ningún responsable de difundir las actividades, pese a la gran producción que se tiene.</p> <p>No hay un espacio físico destinado para la planeación y archivo de la difusión cultural.</p> <p>No existen relaciones institucionales permanentes entre la facultad de Filosofía y los medios de comunicación de la Universidad.</p> <p>No se cuenta con un proyecto publicitario, acerca de la Facultad.</p>	<p><b>Amenazas</b></p> <p>Si no se cuenta con un proyecto de difusión cultural, en términos estrictos, no se hace difusión cultural.</p> <p>Si no se realizan evaluaciones de los eventos, no se pueden tener mejoras en la realización de los futuros.</p> <p>La inexistencia de un espacio físico y específico para la difusión, impide la formación de un archivo.</p> <p>Si las actividades realizadas no tienen la atención suficiente para justificarse en asistencia, no se justifica su realización.</p> <p>La desmotivación en la creación de eventos promueve la apatía de los alumnos.</p> <p>Si no se tiene una buena estrategia de difusión cultural interna, de ninguna manera se justificará la realización de actividades extracurriculares, dejando que el quehacer filosófico se limite a las aulas.</p> <p>Si la Facultad no resuelve sus medios publicitarios, no puede esperar que la gente se entere de su oferta académica y cultural, favoreciendo la inasistencia a sus actividades.</p>

Gestión cultural en la Facultad de Filosofía.	
<p><b>Fortalezas</b></p> <p>Existe una partida presupuestal asignada anualmente.</p> <p>Se tiene un amplio espectro de oportunidad de gestión con otras facultades.</p> <p>Los alumnos colaboran frecuentemente con los proyectos de la Facultad a través de su servicio social.</p> <p>Las relaciones institucionales con que cuenta la Facultad facilitan la tarea de la gestión, pues es mucho más fácil solicitar apoyo en especie o recursos humanos temporales y específicos.</p>	<p><b>Oportunidades</b></p> <p>Si las producciones de la Facultad se venden, los talleres y diplomados se llenan, se generarían importantes ingresos propios, que le permitirían tener un fondo para contrarrestar la falta de liquidez en su presupuesto.</p> <p>Si se promueve la gestión recíproca con otras facultades o instituciones se fomenta relaciones públicas favorables para la Facultad.</p>
<p><b>Debilidades</b></p> <p>No existe liquidez en su presupuesto asignado.</p> <p>No existe un proyecto de gestión, esta tarea siempre se realiza de manera emergente o se le dan soluciones aparentes.</p> <p>Es casi inexistente la gestión con otras facultades.</p>	<p><b>Amenazas</b></p> <p>Si no se consigue liquidez en el presupuesto o mantener un fondo de acción, propio de la Facultad, entonces es imposible la operatividad.</p> <p>Si no se generan opciones de gestión, tampoco se puede pensar en una institución dinámica.</p> <p>Si no se promueve la comunicación entre facultades, la propia perderá fuerza, pues el conjunto es lo que garantiza su visibilidad y posibilidad de acción contundente. Favoreciendo un proyecto universitario conjunto.</p>

## Diagnóstico

### Difusión Cultural en la UMSNH

La Universidad tiene como finalidad esencial servir al pueblo, contribuyendo con su quehacer diario a la formación de hombres calificados en la ciencia la técnica y la cultura, que eleven cualitativamente los valores y costumbres sociales” dentro de sus fines deberá —impulsar a la excelencia la enseñanza, la investigación artística y la difusión de la cultura (Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, 2004, pp 17-18).

Son fines de la Universidad: I. Impartir educación para formar profesionales, técnicos, investigadores y maestros destinados a la enseñanza media y superior; II. Promover y desarrollar la investigación científica; y, III. Conservar y difundir la cultura (Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, 2004, p.37).

[...]el conocimiento del hombre refleja el medio natural y el régimen económico de la sociedad en que vive [...] Como todas las personas tiene derecho a una existencia digna, a la instrucción y a la cultura de acuerdo con el principio establecido en el artículo tercero de la Constitución del Estado, la Universidad contribuirá, con arreglo a sus finalidades, al reparto justo de la riqueza, a elevar el nivel de vida de nuestro pueblo, a suprimir la explotación del hombre por el hombre y a propiciar el establecimiento del sistema democrático en todos los órdenes de la vida social (Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, 2004, p. 38).

Comenzamos este diagnóstico citando lo único que sobre difusión existe en las normativas universitarias. Hagamos notar, que a pesar de la brevedad de lo referido, el contenido es muy importante, ya que nos hace saber de lo fundamental que debería ser esta tarea, por supuesto, complementada con la extensión universitaria y la divulgación de la ciencia y la cultura para el quehacer universitario. Se afirma que es una de sus finalidades por lo que deberíamos preguntarnos sobre el cumplimiento y veracidad de esto, cuestionando el funcionamiento general de la Universidad, su impacto, aporte e imagen sociales. En seguida apuntar el análisis a la Secretaría que fundamentalmente está encargada de realizar estas tareas.

Dando seguimiento al análisis realizado, podemos decir que:

Si bien es cierto que la Universidad cuenta con la Secretaría de Difusión Cultural y Extensión Universitaria también existe un órgano de reciente creación, —es una propuesta del señor rector Salvador Jara Guerrero. Él lo propone considerando que la actividad [...] no ha sido suficientemente ponderada en la Universidad: no llega a todos, no se conoce o no atiende las necesidades con base a estudios, con base a argumentos sólidos [...]” (Rovira Vázquez, 2014) nos referimos al Consejo Nicolaita de Arte y Cultura, que tiene como propósito aconsejar a la Universidad —para que siga ciertas líneas de acuerdo a sus propias necesidades, es justamente así como contribuye: vigilando, dando seguimiento, proponiendo y sistematizando el proyecto de Difusión Cultural de la Universidad” (Rovira Vázquez, 2014). La Secretaría de Difusión Cultural y Extensión Universitaria no cuenta con un proyecto establecido que cuente con objetivos claros y metas bien definidas, se podría pensar que se debe a que ni siquiera cuenta con un reglamento interno, lo cual sugiere que opera a discrecionalidad del encargado en turno con el visto bueno de la rectoría; asumiendo que no existe una política cultural universitaria.

Las tareas de la Secretaría de Difusión Cultural al no contar con un proyecto se limitan a la presentación de actividades artísticas a modo de espectáculo o distracción, afectadas directamente por el presupuesto, ya que en palabras del ex secretario de Difusión Cultural <sup>3</sup>: —Estamos atravesando por una situación de problemas financieros en todas las universidades del país o todas las públicas [...] Hay mucha gente que opina sobre cómo se deberían hacer las cosas, como de artistas que deberíamos traer y la respuesta es que no tenemos dinero.” (Barajas, 2014) A lo que la secretaria técnica del Consejo, antes mencionado, señala que: —Hay un problema de fondo y es que el presupuesto que tiene la Secretaría de Difusión Cultural, en un 80% se usa en salarios, para la orquesta y para el

---

<sup>3</sup> El 14 de enero de 2014 se dio a conocer el relevo del Mtro. Teodoro Barajas; llegando el MVZ Orlando Vallejo Figueroa a ocupar la Secretaría de Difusión Cultural. A la fecha, considero que no han existido cambios fundamentales que nos obliguen a realizar una segunda entrevista en esta secretaría, puesto que las problemáticas que aquí se describen y analizan superan a las personas que se encargan de ellas.

grupo de cámara, principalmente. Entonces para operar, para hacer proyectos, no hay mucho presupuesto.” (Rovira Vázquez, 2014) Salarios que en su totalidad favorecen sólo a músicos; dejando al descubierto no sólo la falta de proyecto por parte de la institución considerando la difusión cultural como una actividad “culturalista” sino, también, remarcando que esa cultura se limita a la música. De seguir siendo así jamás podrá desarrollar ningún proyecto a largo o mediano plazo.

En la misma línea, podemos notar que la Universidad tiene la posibilidad de concursar en presupuestos adicionales para financiar la realización de actividades que con su presupuesto ordinario no podría hacerlo –y lo hace– tal es el caso que refiere el ex secretario Teodoro Barajas:

[...] somos la única Universidad del país que participa en una bolsa, que es el fondo regional de la Ruana Occidente, hemos contado con ese aporte valioso de CONACULTA [...] Tenemos un universo de actividades de diferente índole y para todos los públicos. En principio estamos trabajando en la consolidación de los festivales que tiene la Universidad Michoacana. Estos festivales se concretan, principalmente, por el apoyo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA). Particularmente el festival de música barroca y antigua. Como el festival de arte urbano que se realizó este año, que también tiene un público importante. También estamos próximos a realizar el festival de Culturas Populares; donde habrá presentación de poesía con Carlos Bracho, Lucha libre en homenaje a Martín Urieta y la presentación de un libro que impulsamos desde aquí. (Barajas, 2014)

Lamentablemente no hay transparencia en la utilización de este presupuesto adicional, porque a pesar de realizar una gran cantidad de actividades estas no se encuentran ligadas a un proyecto con mayor trascendencia ni pensadas en relación a sus posibles públicos obteniendo resultados no satisfactorios, como lo ocurrido con el Festival de Arte Urbano Nicolaita (FAUN):

El caso del festival de arte urbano que se hizo y que sin duda tuvo una acogida por la comunidad universitaria, bastante satisfactoria, sin embargo no tuvo la suficiente difusión y

fue un proyecto que salió muy caro a la Universidad. Entonces se propone revisarlo, porque este proyecto no paso por el Consejo Nicolaita de Arte y Cultura para su realización, entonces más bien lo que pudimos hacer fue evaluarlo, no antes de que se hiciera sino una vez realizado. (Rovira Vázquez, 2014)

Todo esto nos lleva a una paradoja institucional, se crean nuevas instancias para solucionar los problemas de las ya existentes, en lugar de atender los propios problemas; a la par dichas instancias no son utilizadas para los fines que fueron creadas. En este caso particular, la realización de la difusión cultural universitaria se ve severamente golpeada debido a la negligencia de sus autoridades, causando la imposibilidad de contar con un proyecto sólido que pueda prever una planeación a mediano y largo plazo que abone al futuro de la Universidad y la sociedad que contribuye a su existencia.

Ciertamente la Universidad goza de un prestigio intelectual reconocido en concursos, congresos nacionales e internacionales, olimpiadas, etcétera y cuenta con medios propios para la publicitación de sus actividades como Radio Nicolaita, *Gaceta Universitaria*, plataformas digitales y banners que se distribuyen dentro de Ciudad Universitaria; también cuenta con convenios que le permiten transmitir sus producciones en otros medios de comunicación. Sin embargo sólo se difunden las actividades propias de la Secretaría de Difusión Cultural y las que resulten de renombre para la misma. También tiene a su disposición varios espacios que facilitan la tarea de la difusión cultural, como: el Aula Mater, el Teatro Rubén Romero, el Teatro Samuel Ramos, el Centro Cultural Universitario, el gimnasio de usos múltiples, el CIAC y varios auditorios y salones de usos múltiples pertenecientes a cada una de las dependencias de la Universidad (facultades, institutos y escuelas). Tanto el talento como los espacios han sido desaprovechados o subutilizados; que en principio nos remite al ya mencionado inexistente proyecto, sumando la carencia de un reglamento interno que sirva de guía en la realización de la Secretaría de Difusión Cultural y Extensión Universitaria.

Aunado a lo anterior es preciso señalar que las facultades, principalmente las pertenecientes a la DES-Humanidades, se han quejado enérgicamente de la falta de atención a sus propias actividades, ya que en repetidas ocasiones han requerido el apoyo de la Secretaría sin tener respuestas favorables. Sin embargo, es importante apuntar la percepción que el ex secretario de Difusión Cultural tiene acerca de ese tema:

Nosotros apoyamos a todas las Facultades. No establecemos ni ordenamos lo que tienen que hacer, de ninguna manera, pero siempre que nos han pedido el apoyo se los hemos brindado a todas sin excepción [...]Quizá lo que sucede en ocasiones es que requerimos una mayor comunicación interinstitucional, porque quizá en Difusión ya tengamos una agenda establecida, porque es la instancia principal en materia de difusión de la cultura y a lo mejor coincide que el mismo día organiza un evento una Facultad y no va gente, pero quizá lo que faltó fue más comunicación (Barajas, 2014)

Al parecer el problema se encuentra en que los apoyos que ofrece la Secretaría no son los que esperan las facultades solicitantes, es decir, quienes solicitan son los que carecen del presupuesto y/o material para realizar sus actividades de manera satisfactoria; ya que por otro lado están las facultades que cuentan con mayor presupuesto y también realizan sus actividades de manera desligada sin ser tema a discusión debido a que no necesitan de apoyo financiero adicional. Esto genera grandes deficiencias al desempeño de la difusión cultural universitaria puesto que no es posible que se realicen actividades en cada una de las dependencias de nuestra máxima casa de estudios en completo anonimato e individualismo, independientemente si poseen presupuesto o no para llevarlas a cabo, como menciona el ex secretario Teodoro Barajas en la cita anterior; pues la difusión cultural, como históricamente se ha reconocido, debe involucrar a todas las áreas del conocimiento y no pretender afirmar la realización de sus tareas con la presentación de aisladas muestras artísticas. Con esto no sugerimos el apoyo financiero de la Secretaría para la realización de las actividades de toda la Universidad sino el conocimiento, en primer lugar, de ellas y su promoción.

Es importante recalcar que dentro de las fallas que presenta la desorganización de la Secretaría de Difusión Cultural, encontramos que los carteles, invitaciones, flayers, trípticos y folletos se distribuyen con muy poco tiempo de anticipación a la actividad a realizar, que las plataformas están desactualizadas con al menos dos meses de retraso; asimismo los banners sólo se encuentran en los pasillos centrales de Ciudad Universitaria y tampoco son exhibidos con suficiente antelación a lo que refieren. Todo ello nos da como resultado una gran falta de impacto en la promoción de las actividades que han sido planeadas requiriendo esfuerzo, tiempo y presupuesto, sumando el desperdicio de material impreso; a lo que el Consejo Nicolaita de Arte y Cultura ha hecho sus propias propuestas:

La última propuesta es que se habilite y se optimice el uso de la página Web de difusión cultural, de hecho en la siguiente reunión del Consejo estaba planeada la presentación de la página Web, ahora ya no sé qué va a ocurrir, que funcione también con base a una [...] propuesta en tiempos y formas para que las propias facultades puedan entregar sus informes y sus imágenes, para poder difundir sus actividades a través de la página de la Secretaría de Difusión. [...] Y sí, es verdad, nosotros proponemos reiteradamente que se atienda, pero en dos lugares se ha atorado, uno es que se ha cambiado dos veces el secretario de Difusión y cada vez es volver a empezar. Y otra es que las facultades no responden a los llamados para saber con quién contactar, quién es el responsable.

El Honorable Consejo Nicolaita de Arte y Cultura, conformado desde el 7 de Septiembre del año 2011, tiene mayor claridad de lo que en cuanto a difusión cultural la Universidad debería hacer –contar con promotores culturales en cada dependencia universitaria, mejorar las plataformas digitales y que la Secretaría funcione como un condensador de las actividades que ya se hacen dentro de la Universidad– , reflejando su interés por encima de la propia Secretaría de Difusión Cultural, pero sin poder hacer nada directamente, porque a pesar de su existencia se ha requerido su apoyo sólo a conveniencia de Rectoría y la Secretaría.

En resumen, se detecta un problema dual de comunicación y falta de colaboración interinstitucional basado en la falta de proyecto de la difusión cultural universitaria: por un lado la Secretaría de Difusión Cultural no está interesada en conocer las actividades que se realizan fuera de su instancia y por el otro las Facultades, Institutos y demás dependencias universitarias sólo informan a la Secretaría de sus proyectos cuando requieren de su apoyo.

#### Difusión y Gestión en la Facultad de Filosofía, panorama general

La Facultad de Filosofía pertenece a la DES-Humanidades que está integrada por la Facultad de Bellas Artes, Historia y Lengua y Literatura Hispánicas, con ellas mantiene una relación institucional a través de la organización y la planeación de las mejores formas de difundir la cultura universitaria en la sociedad. Una de las razones por las cuales les parece emergente su organización se debe a la carencia de políticas universitarias que resuelvan este tema; a pesar de ello no se ha podido definir un proyecto en conjunto que se refleje en el quehacer universitario. Sin embargo, sus esfuerzos no han cubierto las principales instancias de esta discusión, al menos eso es lo que refieren tanto el ex secretario de Difusión Cultural como la actual secretaria técnica del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura:

Las facultades no responden a los llamados para saber con quién contactar, quién es el responsable. A nivel del Consejo no ha habido un acercamiento de la DES-Humanidades propiamente, yo supongo que a nivel del secretario de Difusión Cultural si lo ha habido, lo supongo, no lo sé de cierto. (Rovira Vázquez, 2014)

Las Facultades (DES-Humanidades) no han tenido buena comunicación con nosotros, porque nunca nos han avisado de las actividades que realizan, yo me doy cuenta por otros medios o cuando ya se ha realizado, como en el caso de la reciente feria del libro que se tuvo y nosotros pudimos haberles apoyado con difusión, material bibliográfico (Barajas, 2014)

No podemos perder de vista que la DES-Humanidades ha hecho esfuerzos adicionales por mejorar el quehacer de la difusión cultural universitaria, pero parece haber una

desinformación. Las relaciones interinstitucionales que han formado han tenido como resultado la promoción de sus eventos y no el mejoramiento de la difusión cultural universitaria, en el sentido estricto de lo que la propia legislación de la U.M.S.N.H refiere al tema. Esto lo podemos ver en que no han hecho un análisis adecuado de estas problemáticas para darle soluciones pertinentes, creando un diálogo directo –como DES-Humanidades– con la Secretaría y con el Consejo para establecer las líneas que favorezcan a toda la comunidad universitaria a través del cumplimiento de un proyecto común.

Uno de los aciertos en la difusión y gestión cultural en la Facultad de Filosofía es su oferta de talleres, diplomados, foros, entre otras actividades abiertas al alumnado y al público en general. Lo cual demuestra su apertura a la promoción de uno de los pilares fundadores de la Universidad, pues su edificio se mantiene en disposición para la realización tanto de actividades propias como externas.

Para la Facultad de Filosofía la difusión cultural a través de la extensión universitaria – mediante el sin número de actividades que realiza– es un factor importante en su quehacer institucional, no obstante no existe un encargado ni departamento que atienda la planeación y organización de esta prioridad. Tampoco se promueve la participación del alumnado en congresos locales, nacionales o internacionales, segregándolos y llevando a la apatía su participación en las mencionadas actividades, aunado a esto la subutilización de sus capacidades en la realización de su servicio social, esto debido a la falta de políticas públicas en estos rubros que no se han definido por la propia Facultad; ya que tampoco se cuenta con un proyecto a mediano y largo plazo que sea del conocimiento de su comunidad, dando como resultado acciones descoordinadas sin un objetivo claro ni metas en común.

En cuestión de presupuesto son notables las dificultades de operación. La Facultad no puede disponer del presupuesto que institucionalmente se le asigna, debido a la falta de

liquidez con la que se le es entregado; por lo que la administración en turno se ve afectada en la acción de sus tareas recurriendo a fondos personales o dejando de realizarlas.

#### Difusión cultural en la Facultad de Filosofía

La Facultad de Filosofía tiene entre sus prioridades la difusión cultural, –en el 94 o 95 [...] se empezó ya en forma con un programa de difusión como tal. Esto era ya con la finalidad de hacer a la filosofía parte de la sociedad. Porque se había trabajado nada más en la parte académica y no se había pensado en su aplicación a la sociedad” (Mejía Paniagua, 2013). Como resultado de esta preocupación y abonando al mejoramiento de su sociedad, actualmente ofrece actividades al público universitario y no universitario mediante:

- Cine-Club Espejo Humeante: que ofrece ciclos de cine de arte, que se organizan por género, director o temática. Las películas son proyectadas en el auditorio de la Facultad, o al aire libre, aprovechando los muros blancos que adornan la institución. Estas proyecciones son gratuitas y se puede consultar la cartelera por mes. Al final de la proyección se inicia un dialogo acerca de las impresiones que de ella se tengan.
- Aulas abiertas: ciclo de conferencias o clases extra-muros, donde cada uno de los profesores ofrecen una de sus clases a todo el público que desee asistir. Esta clase se lleva a cabo en el auditorio o el salón de usos múltiples de la facultad y los asistentes pueden participar activamente de ella.
- Ciclos cine documental: ofrece ciclos de cine documental por temática y se ofrece a todo el público, también se organiza un dialogo a finalizar la película, éste lo incita y modera el presentador de la cinta.
- Talleres culturales: Actualmente se ofrece una gama de alrededor de 12 talleres culturales, de duración semestral, los cuales pueden ser cursados por los alumnos como materia o por cualquier interesado. Cada semestre se ofrecen nuevas propuestas, algunos se repiten dependiendo del éxito obtenido. Los talleres son muy variados, hay etnografía, cine y filosofía, artes marciales,
- Diplomados: se ofrecen semestral o anualmente, dependiendo del proyecto a realizar y su profesionalidad es de talla nacional e internacional, a diferencia de los

talleres culturales, aquí se tienen invitados especialistas en los temas que se abordan.

Sin embargo la numerosa realización de estas actividades no garantiza su efectividad por distintos problemas:

Tenemos muchos eventos por semana y el problema es que no tenemos espacios [...] Tenemos a veces todos los días actividades y aparte las clases y es excesivo. Porque no podemos tener eventos diario, nuestra primera responsabilidad son las clases y no podemos estarlas interrumpiendo diario porque si bien los eventos están dirigidos principalmente a la gente de la Facultad de Filosofía, pues ellos no pueden asistir porque se cruzan con sus horarios y tampoco podemos suspender las clases para que ellos asistan. (Vieyra García, 2013)

De acuerdo con las palabras del Director de la Facultad de Filosofía, hay una sobreproducción de actividades que previamente han requerido un esfuerzo adicional por parte del cuerpo académico y administrativo de la institución sin encontrar una respuesta satisfactoria por parte de la comunidad universitaria y la sociedad.

También hay otro tipo de actividades que son de un día para otro y hay que solucionar las dificultades que pueda tener, digamos inmediatamente. (López Sánchez, 2013)

Cada semestre o cada año se proyectan un número de talleres o diplomados y se calendarizan y hay que sacar la publicidad de cada uno de ellos, con posters y dípticos o trípticos; luego se tienen que hacer las constancias. También tenemos eventos que no son calendarizados y para esos también hay que hacer la publicidad, pero en el momento, porque puede ser que alguien vino de visita y decidió ofrecer un charla. (García Robles, 2013)

En segundo lugar, la falta de una agenda cultural y el respeto de la misma abona al incremento de *eventos* en la institución que no serán atendidos debido a la propuesta

emergente con la que se presentan a sus posibles públicos. A pesar de que se quieran aprovechar visitas académicas de gran renombre si no se tienen previamente agendadas el resultado de este esfuerzo será contraproducente.

La Facultad de Filosofía, por sus características, por las actividades que promueve, digamos que a mucha gente no le llama mucho la atención, digamos no son de las actividades que otras facultades u otras dependencias promueven. [...] las actividades de aquí, los seminarios, son hasta cierto punto especializados y eso ya excluye un poquito o no permite que estas actividades sean masivas. (López Sánchez, 2013)

Aparte de los problemas antes mencionados, podemos sumar que las actividades aunque se deseen dirigir también a públicos no universitarios, se crean en su mayoría, a partir de investigaciones que abonan a otras investigaciones; no como un aporte fuera del gremio académico que pueda fomentar un intercambio cultural incentivando una de las razones de la difusión cultural, que es el mejoramiento de su sociedad. Lo que implicaría una reelaboración de programas y materiales en exclusivo para públicos no conocedores de las temáticas.

A partir de lo anterior es necesario reconocer la inexistencia de un proyecto institucional que sirva de guía para la planeación, realización y evaluación de las actividades antes mencionadas, como lo reconoce Ulises López Sánchez, actual coordinador de dichas actividades

Sí, la facultad debería tener un departamento, por lo menos alguien que se encargara de extensión en la facultad, [...] con todo aquello que tuviera que ver con vinculación, con convenios, con ese tipo de cosas. La facultad no lo tiene oficialmente y lo hace, pero sin tener esta estructura, esta formalidad [...] El alcance de la difusión puede ser poco, pero más allá de eso, yo veo que justamente no se ha tenido una estrategia. Una estrategia mucho más precisa, más clara [...] eso daría una ventaja. Llegaría más gente [...] y por supuesto se vería reflejado en la asistencia de más personas a las actividades. (López Sánchez, 2013)

Las tareas que implican realizar una verdadera difusión cultural no pueden delegarse. Así en palabras de director de la Facultad de Filosofía: “¿Cómo puede decidir las políticas de difusión de toda la Universidad una sola persona?” (Vieyra García, 2013), de la misma manera sería incongruente pretender encomendar una responsabilidad fundamental, del quehacer universitario a nivel Facultad, a una sola persona; tampoco cambiaría el escenario si fueran dos o más, mientras no existan bases que refuercen las desiciones que en este tema se tomen. Asimismo es fundamental contar con un espacio físico dedicado únicamente a difusión cultural, donde se encuentre un promotor cultural y su equipo que estén trabajando y atendiendo las necesidades de estas tareas. También que pueda albergar un archivo que contenga los proyectos y sus evaluaciones con el fin de servir como referencia para futuros proyectos.

Pese a la gran cantidad de actividades que realiza la Facultad de Filosofía con la intención de hacer trabajo de difusión cultural no se logra tener el impacto deseado por la poca o nula asistencia que en ello se tiene, esto sólo se explica por la ausencia de un proyecto publicitario. Es decir, no se han aprovechado los múltiples medios de promoción con los que cuenta la Universidad, ni siquiera los de la propia Facultad: “En ocasiones haces los carteles y nadie les presta atención, nadie los pega” (García Robles, 2013) lo cual no significa que a nadie le interese, sino que no hay una coordinación adecuada ni obligaciones específicas que delimiten la responsabilidad que debe tener cada elemento de recursos humanos relacionados directamente con la actividad. Y por otro lado no se ha preocupado por establecer las relaciones institucionales y/o sociales que le faciliten promocionar sus actividades en espacios de comunicación de gobierno o independientes.

La difusión cultural no se encuentra exclusivamente en la elaboración de conferencias, talleres, foros, o cualquier otra actividad que convierta al público en espectador y no en participante. Es preciso señalar que el principal público al que debe atraer y beneficiar la Facultad es el de su propia comunidad. Para ello es necesario conocer sus intereses y hacerlos partícipes de ellos, es decir, estimulando al cuerpo estudiantil a participar en

congresos locales, nacionales e internacionales. Haciendo énfasis, sobretodo, en la creación de encuentros internos que fortalezcan su confianza y permitan a la institución conocer las debilidades, necesidades y cualidades de sus educandos.

Podemos concluir este apartado indicando que el origen de la falta de impacto en la realización de las actividades que promueve la Facultad obedece a la carencia de un proyecto institucional que sobrepase la actual administración; que pueda fungir como estructura creadora de visión, misión y objetivos a mediano y largo plazo que solucione las carencias publicitarias, estimule la participación de toda su comunidad y desarrolle estrategias de divulgación independientes al material docente.

#### Gestión Cultural en la Facultad de Filosofía

Si bien este trabajo está enfocado a la difusión cultural nos es necesario referirnos a otro concepto: Gestión Cultural, el cual es tan amplio en su definición como el que nos ocupa esta investigación. Sin embargo no nos detendremos en hacer dicha descripción debido a que no es nuestro objeto de trabajo; pero nos resulta inevitable no hacer referencia a él debido a su relación tan estrecha. Entenderemos la gestión como la solicitud de apoyo a un tercero de índole presupuestal, logística, en especie, de concurrencia o cualquier otra que se sume y coadyuve a la realización de un esfuerzo.

La Facultad de Filosofía cuenta con un presupuesto corriente que le es asignado de manera periódica por la Universidad a la que pertenece, lo cual podría hacernos creer que no es necesario contar con proyecto de gestión cultural que permita el financiamiento de las actividades a realizar. Al respecto, el actual director de la Facultad menciona lo siguiente: *–Problemas de presupuesto no tenemos, problemas de eventos no tenemos. Tenemos suficientes y más que suficientes. El problema que tenemos y no sólo nosotros, sino toda la DES-Humanidades es que nadie se entera, ni siquiera dentro de la universidad. [...] Aquí el problema con el presupuesto sólo se tiene en la liquides.*” (Vieyra García, 2013)

Retomando las palabras del director, podemos detectar que sí es necesario para la Facultad tener un proyecto de gestión cultural, pues si no existe liquidez en el presupuesto no se puede planear su utilización. Debido a la metodología con la que se manejan los presupuestos de la universidad a modo del requerimiento de su tesorería, implica la necesidad de contar con un fondo propio que se pueda invertir y recuperar de manera sistemática. De lo contrario –Si se quieren realizar actividades continuas los directores deben poner dinero de su bolsa y luego apostar a recuperarlo, por eso muchas facultades no realizan actividades. Las condiciones son realmente brutales, porque te dirán hazlo y a ver si lo recuperas.” (Vieyra García, 2013) Lo cual resulta contraproducente e inoperante para cualquier institución. Por otro lado la Facultad de Filosofía también tiene la posibilidad de requerir presupuestos adicionales gubernamentales, no obstante, es necesario ofrecer proyectos bien definidos que evidencien sus objetivos, razones y beneficios.

Un proyecto de difusión cultural debe pensarse no sólo en cifras, sino como un trabajo conjunto que involucre la reciprocidad entre instituciones; se debe partir de las preguntas ¿qué se quiere lograr?, ¿cómo se pretende llevar a cabo? Y ¿cuáles son nuestras posibilidades y limitantes? Si logramos contestar a estas preguntas, inmediatamente podremos prever las estrategias necesarias para concretar nuestros objetivos, dejando a la luz nuestras necesidades y las posibles opciones para cubrirlas. Las relaciones interinstitucionales se deben planear y ofrecer creando convenios que fortalezcan permanentemente a las instituciones involucradas y no a sus representantes; debido a que al modificarse su personal se perderían dichas relaciones, es decir, estos vínculos no pueden estar ligados a personas concretas pues sus intereses cambian.

Para la Facultad de Filosofía, siempre ha estado dentro de sus prioridades la promoción cultural y la extensión de la misma, absorbiendo los gastos y esfuerzos que ello requiera, sin embargo al no tener holgura económica se ha visto en distintas ocasiones limitada en la realización de las actividades planeadas, recurriendo al apoyo de diferentes instancias

haciendo un trabajo de gestión continua pero siempre emergente y sin planeación alguna; mostrándose individualista ante quienes le apoyan. De contar con un proyecto podría manifestar con mayor claridad la reciprocidad institucional que le permitiera requerir nuevamente de esos apoyos.

Dentro de sus intenciones la Facultad sí tiene el objetivo de favorecer a terceros, entonces el paso a seguir es la transparencia en su planeación y ejecución a través de una comunicación clara que favorezca sus relaciones interinstitucionales, como en el caso de las ya establecidas con la DES-Humanidades, grupo que podría ser de mayor relevancia y peso ante la Universidad si contara con esta lucidez en su ejercicio.

## Conclusiones

En el siglo XX surge en Latinoamérica la necesidad de llevar los problemas sociales al escrutinio y mejoramiento en la Universidad, apareciendo por primera vez el concepto de difusión cultural; que se concreta en la Reforma Universitaria de 1918, mejor conocida como la Reforma de Córdoba. A casi un siglo de la introducción de este concepto no se ha llevado aún a la práctica, debido al rezago que se le ha dado en comparación con la docencia y la investigación, a pesar de ser estos –en equidad– los tres pilares fundamentales de la razón de ser de todas las universidades latinoamericanas. De allí que se incluya en sus legislaciones un apartado específico para señalar a la difusión, la investigación y la docencia como fines esenciales de la Universidad.

El problema con la difusión cultural en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo es que no se tiene un proyecto definido que derive de las preguntas: qué, por qué, cómo, con qué elementos se cuenta, qué elementos faltan y qué se quiere conseguir con ello. Este mismo problema se repite a nivel secretaría, consejo, facultades, escuelas y cualquiera que realiza actividades de ese tipo. Pareciera que la razón de todo ello se debe al desconocimiento de lo que históricamente se ha discutido y acordado sobre la difusión cultural universitaria.

Si bien es cierto que se realizan un sin número de actividades en varias dependencias universitarias no significa que se esté haciendo difusión cultural, ya que al no contar con un proyecto universitario en el tema es claro que no hay objetivos a alcanzar y tampoco públicos definidos a beneficiar. Pues en ningún nivel se realizan evaluaciones de las actividades realizadas que retroalimenten futuras propuestas, llevando los errores a la cotidianidad.

En la actual administración del Dr. Salvador Jara Guerrero –Rector de esta universidad desde el 2011– se creó, a su petición, el Consejo Nicolaita de Arte y Cultura debido al reconocimiento de las fallas de la Secretaría de Difusión Cultural y Extensión Universitaria en materia de difusión cultural, pensando en este Consejo como un órgano de vigilancia, sistematización y propuesta. El Consejo ha hecho un buen trabajo ya que, a tres años de estar activo desde el inicio de la administración de Jara Guerrero, sus aportes han sido mucho más relevantes que los que la Secretaría de Difusión ha abonado en décadas de su existencia. Sin embargo, al ser un Consejo su participación queda limitada a sugerencias.

De lo anterior es necesario reconocer la incongruencia en la creación de una instancia que cubra los defectos e inacción de otra instancia sin atender directamente las carencias y negligencias de esta última. El Consejo Nicolaita de Arte y Cultura, no debería existir, es una duplicación de tareas y burocratización de las responsabilidades de la Secretaría de Difusión Cultural. Decimos que se duplican las tareas, porque existe un Consejo Universitario que podría aconsejar a la Secretaría de manera puntual y abonar a su eficacia a través de la comunicación interinstitucional sin tener que requerir de la creación de más instancias; pues si no se puede controlar el buen cumplimiento de las ya existentes es un contrasentido crear más.

Recalquemos a este punto que dentro de la subutilización del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura se suma la falta de respeto en la creación del mismo, pues a pesar de ser una herramienta en la administración del actual Rector, con el objeto de que la difusión cultural se desarrolle plenamente, también se admite que con el visto bueno del Rector o a espaldas del mismo se inviertan fuertes sumas económicas en la realización de actividades<sup>4</sup> que no pasan por la revisión del mencionado Consejo presentando resultados no satisfactorios.

---

<sup>4</sup> Un ejemplo significativo es la realización del Festival de Arte Urbano, que hemos referido ampliamente a partir de las fallas que ha señalado la actual secretaria del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura y que se encuentran también de manera más amplia en su entrevista, ubicada en los anexos de esta investigación.

Otra gran deficiencia del manejo de la difusión cultural en la Universidad, es la falta de impacto de las actividades que se realizan. Que se puede atribuir a un problema fundamental de comunicación interinstitucional, por un lado la Secretaría debería demandar saber cuáles son las actividades que realizan las dependencias universitarias y a su vez estas deberían estar interesadas en informarla, independientemente de los beneficios que de ella puedan obtener; no hay un interés de comunicación entre las facultades, escuelas, preparatorias, institutos y otras dependencias universitarias y la Secretaría.

Como ya lo mencionamos la Universidad carece de un proyecto de difusión cultural; problemática que se repite en todos los niveles, tal es el caso de la Facultad de Filosofía que a pesar de invertir grandes esfuerzos, tiempo y presupuesto en la promoción cultural no ha logrado tener el impacto deseado. Ya que sin las bases necesarias para su realización cualquier esfuerzo administrativo se verá rebasado por esta situación.

Por otro lado, la Facultad de Filosofía no se ha ocupado de crear estrategias divulgativas que permitan el acercamiento del público tanto universitario como no universitario. Es decir, se tiene material para la docencia y la investigación y se pretende utilizar el mismo para llegar a públicos que no conocen de esos temas, no aclarando las temáticas ni informando acerca de las líneas o conceptos que en ellas se van a tratar. Entonces, será necesario definir los públicos a lo se quiere y puede llegar para crear las actividades pensando en ellos desde el principio hasta el final, pues si se pretende hacer difusión cultural es indispensable no perder de vista que el fin siempre debe ser el beneficio de terceros.

En conclusión, el origen de todos los problemas relacionados a la difusión cultural, referidos y diagnosticados en este trabajo, se deben fundamentalmente a la carencia de un proyecto general universitario y por ende a la inexistencia de proyectos particulares en cada

una de las dependencias. Señalando que la propia Secretaría de Difusión Cultural no cuenta con un reglamento interno que le permita guiar sus acciones.

## Recomendaciones:

El propósito de este informe académico de servicio social, no sólo es referir las actividades que en su momento realicé como prestadora de servicio social, sino poder proporcionar una investigación y diagnóstico acerca de la difusión cultural en la Universidad y particularmente en la Facultad de Filosofía que contribuya al mejoramiento de lo que en esta materia se realiza; por lo que me permito hacer las siguientes recomendaciones:

1. La Secretaría de Difusión Cultural debe tener conocimiento de todas las actividades que se realizan o planean llevar a cabo por la Universidad, independientemente de los apoyos que pueda ofrecerle o el renombre que se pueda adquirir a través de ellas.
2. La Facultad de Filosofía necesita un proyecto de difusión cultural establecido antes de contar con una agenda cultural, porque a pesar de realizar una gran cantidad de actividades, estas se verán incompletas; dando oportunidad a la falta de seriedad institucional y el desinterés de sus posibles públicos.
3. Es necesaria la creación de un departamento de difusión cultural que tenga un lugar específico dentro de la Facultad para atender, en un horario definido, de manera personal solicitudes y dudas; el cual deberá estar a cargo de un promotor cultural y su equipo de trabajo, el cual puede estar integrado por prestadores de servicio social y/o en colaboración con administrativos de la propia facultad. Este departamento debe contar con las siguientes características:
  - Contar con un archivo de las actividades realizadas con su proyecto completo y las evaluaciones y retroalimentaciones de las mismas.
  - Tener actualizado el proyecto general de la Facultad con metas a corto, mediano y largo plazo.
  - Deberá estar en constante comunicación con el departamento de Vinculación de la Universidad, para servir de interlocutor entre la comunidad estudiantil y la oferta académica que esta instancia ofrece.

- Debe fungir como condensador de todas las actividades que se organicen en la Facultad, ya sea por docentes, investigadores, alumno o administrativos orientándolos en la adecuada realización de su proyecto y solicitando una evaluación que retroalimente el informe que al finalizar se anexará al archivo de este departamento.
  - Debe contar con un Directorio de medios, con el fin de poder enviar boletines de prensa acerca de las actividades de la Facultad y promocionarlas de manera personal.
  - Definirá un proyecto publicitario, que pueda presentarse al Consejo Técnico de la Facultad para su complementación y aprobación, esto con el fin de que perduren las construidas políticas sin depender de la valoración de una sola persona.
4. Será fundamental que se asuma como obligatorio cumplir con los requerimientos del proyecto general de difusión cultural al realizar cualquier actividad dentro de la Facultad, independientemente de requerir o no del apoyo económico o promocional de la administración. Siendo también un requisito obligado informar al departamento de difusión cultural de cualquier actividad a realizar con al menos dos meses de anticipación.
  5. La Facultad de Filosofía tiene la posibilidad de crear una base de datos que contenga su propio acervo editorial; donde se encuentren los títulos de los libros y revistas, complementados con fotografías y precios, para que el consultante pueda hacer su pedido vía electrónica. Esto ayudaría a la promoción y difusión de las publicaciones de la Facultad, también generaría ingresos propios, para futuras publicaciones. En cuanto a las reseñas de dichos libros, los estudiantes de la Facultad podrían liberar su servicio social realizándolas.
  6. El sitio web de la Facultad debe estar en continua actualización para informar y promocionar con veracidad lo que ofrece la Facultad; en la medida en que se realice

adecuadamente esta tarea se ganará la credibilidad de sus consultantes. Este sitio deberá contar con la siguiente información:

- Agenda cultural actualizada en orden cronológico que contengan sólo las actividades que se encuentran próximas a realizar (Esta agenda no debe funcionar como archivo o memoria institucional).
  - Oferta académica de la Facultad y del Instituto: licenciatura, posgrados, talleres culturales, diplomados y seminarios.
  - Opción de registro para recibir por correo electrónico la agenda mensual de la Facultad.
  - Información básica acerca de la facultad: quiénes somos, directorio, ubicación, contacto, perfil de ingreso, perfil de egreso, servicio social, etc.
  - Acceso al catálogo de publicaciones de la Facultad.
  - Acceso a la base de datos de la biblioteca de la Facultad.
  - Convocatorias.
  - Acceso al material de audio y video: conferencias, podcast, etc.
  - Links a redes sociales.
  - Cartelera de Cine.
  - Opción de pago electrónico para cualquier tipo de inscripción extracurricular.
7. Para reactivar la participación estudiantil se pueden aprovechar las formaciones adicionales que puedan tener los estudiantes, incentivándolos en la creación de sus propias actividades coordinadas por ellos mismos.
8. Sería importante que la Facultad facilitara cursos de actualización para las personas que realizan el trabajo de edición y formación de revistas.
9. El programa de radio de la Facultad de Filosofía, “RadioSofía”, juega un papel muy importante en la divulgación de la Filosofía por lo que se sugiere darle mayor importancia por parte de la administración, a la planeación de guiones con el fin de que sean atractivos a públicos no conocedores de la filosofía.



## Directorio

### UMSNH

Dr. Salvador Jara Guerrero

Rector

Teodoro Barajas Rodríguez

Secretario de Difusión Cultural

### Facultad de Filosofía –Samuel Ramos”

Dr. José Jaime Vieyra García

Director

Lic. Elena María Mejía Paniagua

Secretaría Académica

CP Teresa Ruiz Martínez

Secretaria Administrativa

Gustavo García Robles

Responsable de Publicidad

## Anexos

### Entrevistas

Teodoro Barajas Rodríguez

Secretario de la Secretaría de Difusión Cultural de la UMSNH.

*La entrevista tenía como objetivo saber sobre el funcionamiento de la Secretaría de Difusión Cultural y Extensión Universitaria, conocer sus principios, fundamentos, procesos, manejo de presupuesto, relaciones interinstitucionales y su proyecto a corto, mediano y largo plazo. La información obtenida en la entrevista se resume en lo siguiente: información ambigua, contradictoria y oficialista; falta de visión y apertura en cuanto a la planeación de actividades de difusión cultural y reportes exagerados en cifras sin verse reflejado en el quehacer de la Secretaría.*

**Metzeri:** ¿Cuáles son las actividades que realiza la Secretaría de Difusión Cultural de la UMSNH?

**Teodoro:** Como tú sabes una de las áreas sustantivas de la universidad es la cultura y la difusión de la misma. Tenemos un universo de actividades de diferente índole y para todos los públicos. En principio estamos trabajando en la consolidación de los festivales que tiene la Universidad Michoacana. Estos festivales se concretan, principalmente, por el apoyo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA). Particularmente el festival de música barroca y antigua. Como el festival de arte urbano que se realizó este año, que también tiene un público importante. También estamos próximos a realizar el festival de Culturas Populares; donde habrá presentación de poesía con Carlos Bracho, Lucha libre en homenaje a Martín Urieta y la presentación de un libro que impulsamos desde aquí, que tiene que ver con incentivar a los jóvenes creadores, en materia literaria. En este caso los jóvenes que presentan este libro son jóvenes que ya han ganado certámenes a nivel local y nacional; por lo que creo que es una buena carta de presentación para la Universidad.

Hay una confusión, la gente cree que Difusión Cultural es difundir o programar eventos y va más allá.

Hay una innovación en la administración del Dr. Jara [Rector de la UMSNH, en ese momento], que es la conformación del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura, de tal suerte que las líneas generales de trabajo vienen también derivadas de las propuestas de los consejeros, se realizará una reunión con ese consejo, se trata de que se discuta de manera colegiada, qué sería lo más conveniente en materia cultural.

Ahora, para contar con una brújula muy determinada, acerca de los rumbos que tenemos que impulsar en Difusión Cultural, se realizó una encuesta el año pasado (2012) acerca del consumo cultural de la Universidad. Allí nos percatamos que una de las áreas vulnerables está en los bachilleratos. Y entonces allí hemos tratado de impulsar; hicimos un festival de Rock hace poco y estamos enviando conciertos, lo que ellos solicitaban también son más exposiciones. Y contamos también con una infraestructura muy importante en la Universidad, porque contamos con recintos como el Centro Cultural Universitario (CCU), que lo mismo te darás cuenta de que habrá simposios, conferencias, exposiciones, etc.

Contamos también con el CIAC [Centro de Información, Arte y Cultura], un edificio relativamente nuevo, donde se han presentado libros, eventos académicos importantes, culturales. Incluso a nivel internacional. En esta materia de infraestructura, también contamos con el ex convento de Tiripetío, que actualmente tiene exposiciones temporales, que es un centro cultural muy importante, muy antiguo, muy bien conservado.

Contamos en difusión cultural también con algo que nos ayuda mucho para el impulso y propagación del arte y la cultura, es Radio Nicolaita, donde contamos con programas eminentemente culturales, artísticos y que es un servicio a la comunidad porque es una radio cultural.

También dentro de las actividades que abarca Difusión Cultural, están los deportes. Donde hemos organizado carreras, eventos significativos a nivel nacional, donde los equipos de la Universidad participan en diferentes justas y competiciones nacionales.

Aparte de ello otra de las áreas que tenemos es la Librería Universitaria, que está muy bien surtida, sobre todo en materia de libros que se ocupan para cuestiones de las carreras que se ofrecen aquí en la Universidad Michoacana.

Otra área importante es la editorial. Son muchas las actividades que tenemos por llevar a cabo. Y lo importante es que mantengamos un buen ritmo de trabajo. La Secretaría de Difusión Cultural no se constriñe únicamente a presentar un grupo musical o una obra de teatro, sino que tiene una implicación directa con todas las facultades. Tenemos la participación con muchas de ellas, incluyendo Filosofía, que con frecuencia nos ha solicitado los recintos que tenemos, que les hemos enviado grupos. Y no sólo con esta escuela, sino con todas.

La Difusión Cultural tiene que ver con todo eso, es un área sustantiva. Es una de las 3 más importantes Y se está promoviendo. Pero aparte de ello estamos viendo qué alcances se pueden incrementar. ¿Y a qué me refiero con esto? A que hace poco tiempo nos encargamos ya de la coordinación de la red cultural de Difusión centro occidente. Estamos al frente de este proyecto cultural con 22 instituciones de educación superior, entre universidades y tecnológicos y con ello lo que pretendemos es cristalizar los intercambios culturales. Máxime que en estos momentos estamos atravesando por una situación de problemas financieros en todas las universidades del país o todas las públicas. Y estamos tratando de agruparnos en redes, que es una experiencia positiva, porque aquí en Morelia, Michoacán trabajamos en red con el ayuntamiento de Morelia, con la secretaria de cultura, con el campus de la UNAM, o diferentes instituciones y eso permite que la calidad se incremente en los eventos y que nos alcancen más los presupuestos. Son así como a grandes rasgos lo que estamos llevando.

Contamos con una agenda establecida, los jueves tenemos eventos en el teatro José Rubén Romero, también tenemos el teatro Samuel Ramos que regularmente se utiliza para eventos académicos, y son algunas de las áreas que tenemos para la cultura. Por mi parte espero que haya el apoyo a la cultura por parte del gobierno federal, porque recientemente se hizo un recorte en materia de arte, de cultura, de deportes. Espero que haya la sensibilidad para que a través de CONACULTA sigamos recibiendo el apoyo que nos han estado brindando, somos la única Universidad del país que participa en una bolsa, que es el fondo regional de

la Ruana Occidente, hemos contado con ese aporte valioso de CONACULTA y hemos realizado este año cerca de 800 eventos culturales. Creo que los indicadores que tenemos son favorables, pero tenemos que hacer mucho más de lo que hasta ahora se ha realizado, es un asunto que no concluye nunca y la cultura, las artes no tienen que concentrarse solamente en las aulas o en los recintos universitarios, tienen que salir a las calles.

Van 2 años consecutivos que organizamos las “Jornadas por la Paz”, para un estado como Michoacán donde hay problemas graves de inseguridad no podemos sólo esperar que este problema se apacigüe o se minimice a través de la fuerza coercitiva del estado. Sino que también se necesita el arte y la cultura como un retorno permanente a lo sensible y esa es una de las metas que tenemos. Nos hemos vinculado con organizaciones no gubernamentales, con grupos ciudadanos, y nos ha dado buen resultado porque la cuestión con la universidad es que tenemos que ser incluyentes. De manera natural estamos abiertos a todas las manifestaciones culturales, no censuramos ninguna.

Y bueno, hay facultades que dentro de sus posibilidades organizan sus propios eventos, sus encuentros de ferias de libros, etcétera. Y creo que todo es positivo, yo creo que entre más eventos haya en la Universidad Michoacana, mejor para todos, es un asunto que nunca va a estorbar.

Tenemos que ver que el gasto en cultura no es propiamente un gasto, sino una inversión, una inversión que esperamos detone en resultados pronto, para que tengamos todo un abanico de propuestas. Y comentarte que el festival de culturas populares, por su propia naturaleza es diferente al de música barroca, a eventos que le llaman alta cultura. Porque no podemos dejar de lado que son muchas las manifestaciones artísticas y como te comentaba, somos incluyentes. La cultura no es solamente la novena sinfonía de Beethoven, la cultura es también José Alfredo Jiménez, también son los Beatles, también es la música regional purépecha, las pirekuas, es decir es algo completo, enorme, lo de las humanidades. Entonces no puede etiquetarse, que tengamos que hacerlo solamente de una manera, con un enfoque muy sesgado, muy reducido. Es necesario tener una visión más amplia hacia el presente y el futuro; porque en cultura siempre lo que hagamos va a ser estar sembrando semillas, hasta que germinen.

Algo que ha distinguido desde siempre a la Universidad Michoacana es que desde diferentes actividades nos encontramos promoviendo el arte y la cultura, porque esto es como un antídoto en contra de la inseguridad para restituir el tejido social.

En cuanto al poco o nulo impacto de las actividades que organiza la Universidad o Secretaría de Difusión Cultural, Yo creo que no es un problema de la Universidad, es un asunto de México. O sea yo no diría si tiene la culpa Difusión o Filosofía de que no va gente (a sus eventos culturales), creo que se hacen los anuncios no sólo en Radio Nicolaita, de hecho anunciamos en los diarios o en los cintillos, en Facebook, en Twitter. En este momento tenemos más herramientas que nunca para difundir. El problema es: si nos vamos a indicadores ¿Cuántos libros se leen al año por persona en México?, un libro, entonces es una cuestión que es de raíz, no es una cuestión reactiva de que a la Universidad le falta - siempre le pueden mejorar las cosas, eso me queda claro-, creo que faltan muchas cosas por hacer, yo no me conformo.

Quizá lo que sucede en ocasiones es que requerimos una mayor comunicación interinstitucional, porque quizá en Difusión ya tengamos una agenda establecida, porque es la instancia principal en materia de difusión de la cultura y a lo mejor coincide que el mismo día organiza un evento una Facultad y no va gente, pero quizá lo que faltó fue más comunicación. Ahora por otra parte, nosotros apoyamos a todas las Facultades. No establecemos ni ordenamos lo que tienen que hacer, de ninguna manera, pero siempre que nos han pedido el apoyo se los hemos brindado a todas sin excepción. Y lo seguiremos haciendo.

Este problema de la falta de interés por parte de nuestros posibles públicos pasa por diferentes aristas, para decirte, no es exacto decir que es un público universitario, porque los eventos son para todo tipo de público. Regularmente como estamos en una Universidad va a haber público universitario, pero te puedo decir sin ninguna duda que en los conciertos de la orquesta de cámara, si un día vas a verlos o ya los has visto, el 60% es gente que pertenece a la Universidad y sin embargo se llena el teatro cada miércoles que tenemos concierto, y va mucha gente de la tercera edad, van pocos jóvenes, eso es lo que nos preocupa, por eso mandamos hacer la encuesta de consumo cultural, que realmente promovió que se hiciera el Consejo Nicolaita de Arte y Cultura, que realmente tienen voz y

voto, y los tomamos en cuenta, pero ese es el gran problema que hay en México, que requerimos un gran impulso gubernamental también, en cuestión de más promoción de la cultura.

Y una situación que yo me percato es que en Europa, principalmente en Europa, la cultura, el eje fundamental de la cultura está en las universidades, porque es una vinculación natural con la cultura, en México no. Entonces se requiere mucho más apoyo económico a las universidades públicas. Que es lo que recientemente acaban de hacer la petición o reiterarlo los rectores de todas las universidades públicas de todo el país. Se habla de recortes en educación y en cultura, lo cual es un contrasentido para cómo está la situación de nuestro país. Como te darás cuenta es un asunto multifactorial, no es culpa de que la Universidad no esté haciendo algo, a pesar de que siempre hay algo que hacer, pero es toda una inercia, es todo un desdén que ha habido durante mucho tiempo a las actividades culturales.

La Universidad Michoacana nunca ha dejado de promover la cultura. Hay mucha gente que opina sobre cómo se deberían hacer las cosas, como de artistas que deberíamos traer y la respuesta es que no tenemos dinero. Es la única razón y a mí me encantaría traer ensambles, cantantes, como antes ocurría. Pero no perdamos de vista el gran déficit de la Universidad. Yo más bien apelaría a que mucha gente egresada de la Universidad nos apoyara a través de la fundación nicolaita [Fundación Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo A.C.]. Que ellos también regresen, nosotros estamos aquí trabajando todos los días. Hay gente que egresó de aquí y tiene mucha capacidad y recursos y a veces nos apoyan y eso me da mucho gusto.

Nos hemos dedicado a vincularnos con personas externas a los universitarios y a gestionar recursos en otros lados, como en CONACULTA, porque si te limitas al presupuesto, pues no se hace nada.

Las Facultades [DES-Humanidades] no han tenido buena comunicación con nosotros, porque nunca nos han avisado de las actividades que realizan, yo me doy cuenta por otros medios o cuando ya se ha realizado, como en el caso de la reciente feria del libro que se tuvo y nosotros pudimos haberles apoyado con difusión, material bibliográfico.

Entonces falta esa vinculación, es un asunto reciproco, no es de culpar a nadie, simplemente si detectamos una insuficiencia la podemos corregir.

Adriana Rovira Vázquez

Secretaria Técnica del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura

*Con esta entrevista se pretendía complementar la información arrojada por el Secretario de Difusión Cultural en turno Teodoro Barajas, indagando sobre la razón de ser del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura. El resultado fue muy distinto al esperado pero enriquecedor para la investigación, debido a que no coinciden sus percepciones acerca del trabajo de difusión cultural, su planeación y realización.*

**Metzeri (M):** ¿Qué es el Consejo Nicolaita de Arte y Cultura?

**Adriana (A):** ¿Qué es el Consejo? El Consejo es un cuerpo colegiado de especialistas en arte, cultura y difusión, para aconsejar -es un consejo, no es un órgano resolutorio ni operativo- es un consejo que se encarga de programar, de proponer políticas culturales y de difusión cultural en la UMSNH.

Nos regimos por un reglamento; en este Consejo se discuten los temas más importantes y lo que conviene a la Universidad y lo que necesita al respecto de la difusión y la cultura.

**(M):** ¿Cómo surge el Consejo Nicolaita de Arte y Cultura?

**(A):** Es una propuesta del señor rector Salvador Jara Guerrero. Él lo propone considerando que la actividad de difusión [...] no ha sido suficientemente ponderada en la Universidad: no llega a todos, no se conoce o no atiende las necesidades en base a estudios, en base a argumentos sólidos; entonces esta es la razón de ser del Consejo.

Básicamente para hacer propuestas, para cuidar la dirección de las actividades que se realizan en Difusión Cultural.

**(M):** ¿Quiénes son sus integrantes y cómo fueron seleccionados?

**(A):** Todos fueron seleccionados a propuesta del rector, hay tres integrantes que son, que se deciden ya de por sí, que son: el secretario de Difusión Cultural, que funge como

presidente, el director de la Escuela Popular de Bellas Artes y el Director de la Escuela de Lengua y Literatura Hispánicas. Ellos están siempre en virtud de que sus facultades necesitan de la difusión cultural para su desarrollo. Cada uno es especialistas en alguna de las ramas del arte [...] [Los integrantes del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura, a la fecha de realización de este trabajo son: Mtra. Ileri Gabriela Huacuz Dimas, Mtra. Adriana Elena Rovira Vázquez, Arq. José de Jesús Palafox García, Mtra. Francisca Escobedo Pérez, Mtra. Sol Herrera Calderón, Mtro. Mizrain Cárdenas Hernández, Mtro. Roberto Briceño Figueras, Dr. Juan Carlos González Vidal, Mtra. Alexandra Sapovalova Vojackova, Mtro. Teodoro Barajas Rodríguez].

Se procuró que hubiera un director de cada una de las áreas, para que pudieran ofrecer una vista particular sobre cada una de las cuestiones que se presenten. Lo primero que hicimos cuando nos reunimos –el Consejo tiene ya casi 2 años de fundado y tenemos reuniones periódicas cada 2 meses.

Hemos trabajado en el proyecto anual de 2013 y 2014. En el 2012 generamos un reglamento para operar, el reglamento opera y está vigente. Con la maestra Rosario Ortiz al frente, incluso cuestiones de proyectos, de presupuestos, son lo que discutimos en cada ocasión.

**(M):** ¿Cómo se rige?

**(A):** Con base en el reglamento que tenemos, los miembros son honorarios, no perciben ninguna clase de salario, como es un consejo son consejeros, tenemos 2 reuniones mensuales, tenemos un reglamento donde se estipula cuanto tiempo han de durar cada uno de los miembros. En el caso del secretario de Difusión Cultural que es el presidente, pues en tanto dure su cargo y en el caso de los directores de Letras y Bellas Artes también. Y el resto de los miembros son propuestos por el rector.

¿Así es como se conforma y cómo se rige?, pues en las reuniones, a manera de asambleas cuentan con una orden del día, se hace el citatorio, donde se discuten los temas y se proponen y se llegan a acuerdos y quien opera estos acuerdos es Difusión Cultural.

Hay 2 figuras significativas en el Consejo: el presidente y la secretaria técnica, que se tienen de esta manera para llevar el orden de la reunión, llevar las minutas, para agendar las reuniones, sentar los acuerdos, en fin. Realizar citatorios.

Yo estoy allí y primero fui miembro honorario como directora de Bellas Artes y ahora el Sr. Rector me nombró Secretaria Técnica del Consejo.

**(M):** ¿Ya hemos hablado de cuáles son sus estatutos o reglamentos, éstos ustedes los elaboran?

**(A):** Si, nosotros los elaboramos. Hicimos una investigación buscando algunas otras referencias, algunos reglamentos de otras instituciones, sobre los consejos, consejos de arte y cultura. Me parece que la Universidad de Guadalajara tiene uno y la Universidad de Sonora también.

Consultamos esos reglamentos y con base en ellos o tomándolos como referencia construimos el propio. Y te puedo dar una muestra, para no mentirte sobre los artículos que lo conforman.<sup>5</sup>

**(M):** ¿Cuál es su método de trabajo, qué se propone?

**(A):** Generamos o revisamos propuestas que llegan al departamento de Difusión Cultural, dependiendo del carácter de la propuesta se distribuyen comisiones, por ejemplo si es un proyecto de teatro el Mtro. Roberto y yo lo estudiamos y le damos una opinión al Consejo para que el Consejo lo pueda discutir y se generan acuerdos como ~~se aprueba~~”, ~~no se aprueba~~”, se propone que se continúe, se proponen modificaciones, etcétera. Dependiendo del carácter del proyecto.

Para hacer la propuesta del 2014, la genera el Secretario de Difusión Cultural, la plantea al Consejo y el Consejo opina sobre lo que falta, lo que sí, lo que no, etcétera. En este año particularmente se buscó ante la crisis financiera, que ya es muy común hablar de ella, y que difusión en realidad tiene un presupuesto reducido, se buscó aprovechar los recursos que tiene la propia Universidad para poder generar propuestas importantes, esto se hizo se

---

<sup>5</sup> El reglamento interno del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura se encuentra también en el apartado de anexos.

hizo con base en un estudio de mercado o de demanda cultural que se hizo de la propia Universidad, este estudio se mandó a hacer también con especialistas se presentó a la comunidad y se descubrió que las demandas principales tienen que ver con Cine, literatura y actividades escénicas y artes visuales, también se descubre que hay unas ganas o necesidad de la comunidad por Rock, entonces se realizó el festival de Rock Universitario. Para este año están proponiendo talleres de literatura, que se intensifique el trabajo de la Editorial Universitaria, que se difunda el trabajo de investigación que realizan los profesores investigadores de tiempo completo.

Se está proponiendo también que se logren convenios con las embajadas para realizar ciclos de cine.

El caso del festival de arte urbano que se hizo y que sin duda tuvo una acogida por la comunidad universitaria bastante satisfactoria, sin embargo no tuvo la suficiente difusión y fue un proyecto que salió muy caro a la Universidad. Entonces se propone revisarlo, porque este proyecto no paso por el Consejo Nicolaita de Arte y Cultura para su realización, entonces más bien lo que pudimos hacer fue evaluarlo, no antes de que se hiciera sino una vez realizado.

Difusión Cultural recibe las propuestas, pues reciben un millón de propuesta y las que se consideran más destacadas son las que se revisan y se propone que se hagan o que no se hagan con base en el proyecto anual. Si entra, si no entra, cuánta gente va a ser atendida.

**(M):** En algunas platicas con el director de la Facultad de Filosofía, el Dr. Jaime Vieyra, ha manifestado los problemas de difusión que con los demás integrantes de la DES-Humanidades comparten, diciendo que es ellos notan que les causa mucho problema tener una comunicación entre las actividades que se realizan en cada una de sus facultades y que no encuentran un apoyo en la Secretaría de Difusión Cultural para promocionar todas las actividades que se realizan en la Universidad y no sólo los que promueve la Secretaría. ¿Este es un tema que se ha tratado en el Consejo?

**(A):** Sí, muchas veces se ha tratado. Hubo un intento de hacer un directorio. Por ejemplo un catálogo, el asunto es que las facultades difícilmente tienen un responsable de la difusión cultural, las actividades se realizan de manera desarticulada, no hay un proyecto de difusión

cultural; excepcionalmente en la DES-Humanidades, que sí lo hay. Nosotros, principalmente el Dr. Juan Carlos y Yo, siempre que hemos podido, hemos intentado que se consideren estas actividades, porque hay actividades todo el año en la DES-Humanidades.

La última propuesta es que se habilite y se optimice el uso de la página Web de difusión cultural, de hecho en la siguiente reunión del Consejo estaba planeada la presentación de la página Web, ahora ya no sé qué va a ocurrir, que funcione también con base a una reglamentación a una... pues sí, reglamentación o a una propuesta en tiempos y formas para que las propias facultades puedan entregar sus informes y sus imágenes, para poder difundir sus actividades a través de la página de la Secretaría de Difusión.

Y si es verdad, nosotros proponemos reiteradamente que se atienda, pero en dos lugares se ha atorado, uno es que se ha cambiado dos veces el secretario de Difusión y cada vez es volver a empezar. Y otra es que las facultades no responden a los llamados para saber con quién contactar, quién es el responsable. A nivel del Consejo no ha habido un acercamiento de la DES-Humanidades propiamente, yo supongo que a nivel del secretario de Difusión Cultural si lo ha habido, lo supongo, no lo sé de cierto.

Entonces sí, hace falta establecer los mecanismos para esta comunicación. Nosotros ya hemos propuesto, mediante una minuta, tenemos agendado tener una reunión con la CIC, la Coordinación de la Investigación Científica, porque se pretende difundir también los proyectos que se hacen. Es también parte importante, porque la mayoría de la Universidad no lo conoce, se hacen como cosas aisladas, de pronto la prensa, de pronto el periódico, pero no hay un programa; por eso, también, resulta que las máquinas de la Universidad se descompusieron y ya llevan un rato así. Entonces es una de las prioridades para este año: que se compongan esas máquinas, para que pueda haber producción editorial.

Creo que ahora la mayor producción que se hace en cuanto a difusión tiene que ver con la editorial, y también con los apoyos PIFI, la Universidad siempre está publicando cosas a partir del esfuerzo de los propios investigadores, pero el caso es que se difundan, se pretende retomar la feria del libro de una manera más destacada y hacer un contacto con la UNAM, todo esto es parte del proyecto que se tiene para este año. En fin, sí, hay que atender este asunto, a mí me parece que es prioritario, porque no se está recuperando toda la

actividad que se hace en la Universidad, que si la hay, es mucha, es importante y de alta calidad; tanto en el arte, como en las humanidades, como en la ciencia. Y la población Universitaria no lo conoce.

**(M):** Y sobre todo porque hay una amplia crítica a Difusión Cultural, porque pareciera que funciona como un ente aparte de todo lo que integra la Universidad, ya que desconoce las actividades que se realizan y tampoco parecen importarle, y esta es una crítica hecha por los propios directores de la DES-Humanidades.

**(A):** Sí, resulta que es así, hay un problema de fondo y es que el presupuesto que tiene la Secretaría de Difusión Cultural, en un 80% se usa en salarios, para la orquesta y para el grupo de cámara, principalmente. Entonces para operar, para hacer proyectos, no hay mucho presupuesto. Y sí, no sólo difusión genera proyectos, también generan secretaría general, secretaría auxiliar y de pronto otras secretarías, y sus eventos tampoco pasan por Difusión Cultural. Pero sí, a mí también me parece que Difusión Cultural tendría que estar enterada y promoviendo lo que ya se hace, porque con eso bastaría, en general se hace mucho.

**(M):** ¿Están contemplados, por parte del Consejo, los medios mediante los cuales los universitarios pueden tener un acercamiento a éste, saber cómo funciona o hacer propuestas?

**(A):** Se ha hecho una rueda de prensa y se supone que se dio a conocer, pero una vez inaugurado ya no se le dio seguimiento, en cuanto a la difusión del propio Consejo o dentro de la Universidad o cómo acceder. Actualmente se accede porque nos conocen, esa es la manera; la gente a mí se me acerca a darme proyectos o a todos los demás miembros les entregan proyectos, nosotros los llevamos. También llegan a Difusión y la Secretaría los turna al Consejo. El mecanismo sería a través de Difusión y su presidente, pero tampoco todos los proyectos bajan, hay como filtros y habría que pensar en esto de cómo acceder, te digo se hizo una consulta y en base a esa consulta es que se ha hecho la planeación, pero sí, no hay una comunicación directa con el Consejo de Arte y Cultura, tendríamos que encontrar alguna manera de operarlo.

Otra cosa que pasa es que siendo parte del Consejo y directora de Bellas Artes, llueven las propuestas de iniciativas particulares, llueven. El asunto es que se acercan a la Universidad pensando que es productora, en el sentido de que da seguimiento, de que opera y de que “pone la lana”, y eso pues no se puede, además atender la cantidad de proyectos supera cualquier capacidad. Aparte llevan los proyectos como si..., por ejemplo la Facultad de Bellas Artes tiene su proyecto anual, donde hay talento y propuestas auténticas y hay actividades complementarias: coloquios, congresos, diplomados, temporadas de teatro, temporadas de danza, conciertos; que no es lo prioritario, porque es una facultad, sin embargo, se tiene un proyecto y hay convenios ya elaborados que se van a llevar a cabo un día, tal es el caso de Ambulante (la gira de documentales), de los proyectos con filosofía, con la DES-Humanidades y tenemos ese proyecto que no está cerrado, también el Encuentro Nacional de Creadores, en fin, un sinnúmero de eventos que ya se hacen y que ya están proyectados para ese año, en base al presupuesto, en objetivos académicos, pero a la escuela llegan, que tú no sabes, una infinidad de cosas, de todas las áreas, porque no se pueden atender, porque todas quieren dinero y la Facultad apenas tiene para operar. Lo mismo ocurre con Difusión Cultural y el Consejo.

Recuerdo un proyecto particular de Opera, donde se proponía pagar ensayos, pagarles a los cantantes, traerlos de quién sabe dónde, hospedarlos, alimentarlos, durante un mes para que tuvieran ensayos aquí con la orquesta. Y eso se llevaba el presupuesto de 10 facultades. Por supuesto que no, además porque era una sola dirección, una sola especialidad, un solo proyecto. No puede ocurrir, no, es como si pensarán que la Universidad no tiene proyecto y la Universidad tiene proyecto, tiene un proyecto de difusión y un proyecto cultural. Y si entran otros extras, pues entraron, pero al final, pues fue una dirección, una política y unos recursos y unos espacios, los mismos. Por ejemplo la Sala Silvestre Revueltas de la Facultad de Bellas Artes, funciona como salón de clases porque no hay suficientes, entonces funciona como salón de clases y luego para presentaciones de resultados académicos, titulaciones y hasta para funciones extraordinarias, entonces qué queda. Es decir la Universidad sí tiene que atender la Difusión Cultural, pero con base a un proyecto y una dirección, no a ver a quién se le ocurre qué hacer porque no hay que hacer. Y claro que hay proyectos maravillosos que ojalá se pudieran hacer, pero estamos condicionados a resolver la función ilustrativa y los proyectos que ya existen, de acuerdo al plan de

desarrollo de la Universidad, de cada dependencia y de Difusión. Entonces es así como opera, no que no se le haga caso a la comunidad, sino que hay que contextualizar y así decidir qué es lo prioritario.

**(M):** Y tal vez en principio hacer una especie de auto-difusión.

**(A):** Exactamente eso es lo que tenemos que hacer y no estar pensando en traer gente de afuera, porque hay gente brillante en la propia Universidad, tanto estudiantes como profesores, hay gente brillante realmente, hay que estar orgullosos, yo si estoy orgullosa de la gente que hay, tanto a nivel artístico como científico. Es muy grande, muy importante, tanto a nivel nacional como internacional.

**(M):** ¿De qué manera contribuye el Consejo en el orden, propuesta, defensa y promoción de las actividades culturales de la UMSNH?

**(A):** Aconsejando a la Universidad para que siga ciertas líneas de acuerdo a sus propias necesidades, es justamente así como contribuye: vigilando, dando seguimiento, proponiendo y sistematizando el proyecto de Difusión Cultural de la Universidad, que eso es lo que hemos querido hacer a lo largo de la historia del Consejo.

José Jaime Vieyra García

Director de la Facultad de Filosofía

*Dentro de la presente investigación, es fundamental hacer el diagnóstico de la Facultad de Filosofía en cuanto a su trabajo y proyecto de difusión y gestión cultural. Para ello fue de vital importancia saber la perspectiva del Director en turno acerca de esta problemática. El panorama que se planteó es el siguiente: el plan del Dr. Jaime Vieyra ha sido realizar una gran cantidad de actividades culturales pensadas para el público en general, sin embargo, sus limitaciones en la acción han sido muchas debido a la carencia de un proyecto de difusión cultural estable e independiente de la presente y futuras administraciones.*

**Jaime (J):** Los eventos llegan y no nos cobran un centavo. Ni nosotros les cobramos.

Lo que hemos estado viviendo desde hace un tiempo es una oleada de gente que ve a la Facultad de Filosofía como algo atractivo, incluso hay mucha gente interesada en la Facultad de Filosofía.

Gente de economía, por ejemplo, que proponen otras temáticas, hablan de políticas culturales, temas de violencia, cambio climático.

Sí viene la gente. La facultad de filosofía se ha convertido en ese espacio donde se puede hablar de cosas que no se hablan en ningún otro lado.

Hay suficiente interés, la gente viene y no nos cobra, pero eso no niega la necesidad de articular una política de difusión cultural, mucho más clara y con más recursos.

Más bien nosotros tenemos como un tope en esto, porque no tenemos espacios, no podemos negar la necesidad de crear. Tenemos muchos eventos por semana y el problema es que no tenemos espacios.

Tenemos dos eventos por semana y eso ya es mucho.

Tenemos a veces todos los días actividades y aparte las clases y es excesivo. Porque no podemos tener eventos diario, nuestra primera responsabilidad son las clases y no podemos

estarlas interrumpiendo diario porque si bien los eventos están dirigidos principalmente a la gente de la Facultad de Filosofía, pues ellos no pueden asistir porque se cruzan con sus horarios y tampoco podemos suspender las clases para que ellos asistan.

Por otro lado el profesor puede llevar a sus alumnos a la ponencia si es que tiene que ver con su clase, le serviría de complemento, pero puede ser el caso contrario, que no les interese y que nadie asista.

Necesitamos una estrategia más clara de organización, porque podemos tener más eventos, pero dónde los metemos y qué público les ofrecemos.

**Metzeri (M):** ¿Cómo resuelven la parte económica para la edición e impresión de las publicaciones de la facultad? ¿Existe un trabajo de gestión?

**(J):** El problema no es tanto de recursos, de gestión, porque los recursos ya están asignados.

Gestionar presupuesto para publicaciones no es necesario, porque PIFI apoya a las publicaciones de la Facultad, lo lento es la edición, tenemos más dinero de lo que podemos usar en publicaciones.

Ahorita a fin de año tenemos dinero para cuatro libros, cuatro títulos, dinero tenemos suficiente, pero es muy lento el trabajo de edición. Está raro, pero así es.

**(M):** Al ser ésta una institución, tiene otras facilidades, ya está vinculada con los espacios adecuados y sus necesidades se ven cubiertas incluso con presupuesto constante y etiquetado para estas necesidades, entonces digamos que como la facultad ya no se tiene que preocupar por eso, se ha enfocado más en la vinculación.

**(J):** Talleres de todo tipo, filosofía para niños.

Hacer más cosas de las que ya estamos haciendo es muy poco práctico, sería como ponernos zancadilla a nosotros mismos. Tenemos más eventos de los que la gente se puede enterar.

Tenemos eventos de mayor alcance que si convendría que la gente se enterara y viniera.

Problemas de presupuesto no tenemos, problemas de eventos no tenemos. Tenemos suficientes y más que suficientes. El problema que tenemos y no sólo nosotros, sino toda la DES-Humanidades es que nadie se entera, ni siquiera dentro de la universidad. Ellos tienen el mismo problema, ¿quién se entera de lo que hacen? Nadie, tal vez ellos.

El director de Bellas Artes propuso solicitar a PIFI un presupuesto para pagar a una persona que se dedicara a difundir todas las actividades de la DES que incluso ya tenían a alguien con ese perfil, que hiciera la difusión de toda la DES, que lo hiciera de manera profesional y constante, ya no dé a veces sí y a veces no, en medios de circulación más amplia. El problema es que PIFI no apoya esas cosas, no da presupuesto para honorarios. Eso tendría que ser un apoyo directo de la secretaría de difusión cultural de la Universidad, pero Difusión dice que no tiene dinero, entonces no es nada práctico, estamos atorados, porque si nos es necesario, pero no podemos tenerlo.

**(M):** ¿Hay una implicación directa entre la Secretaría y la DES-Humanidades?

**(J):** De la Facultad de Filosofía, se hace todo lo posible en Difusión, con carteles, en Facebook.

Ray [prestador de servicio social], que hace su servicio social en este tema, ha hecho una lista de difusión mediante correos, para que reciban la agenda semanal, que vemos que no es muy viable, porque no lo revisan, pero esperemos que en alguna medida puedan funcionar.

**(M):** En cuanto a mi experiencia, mi intención era mandarles a los alumnos un correo con los eventos, pero con el fin de que si se leyera limitarme a no enviar datos adjuntos. Tal vez debamos mandar un mensaje que se abra directamente en su correo.

¿Cuál han sido como director los problemas con los que se han encontrado en la difusión?

**(J):** Una difusión más extensiva, es muy cara, lo difundimos en radio nicolaita, en la facultad, pero nadie escucha radio nicolaita, pocos leen los carteles y necesitamos sacar esta problemática a la sociedad.

Hay una necesidad de la filosofía en el ámbito social, no sólo en el académico, la gente en verdad se pregunta qué se hace aquí.

En cuanto a las dificultades de la difusión, la Secretaria de Difusión, que es la que nos podría apoyar en difusión, se niega a apoyarnos, porque dice Teodoro Barajas que sólo tiene presupuesto para difundir sus eventos.

¿Cómo puede decidir las políticas de difusión de toda la Universidad una sola persona?

Él se queja de que todo el presupuesto se le va en sueldos y lo poco que le queda apenas alcanza para sus eventos, pero esto es un contra sentido, yo le he dicho que la Universidad se está viendo como una tortuga frente a la UNAM.

**(M):** Nosotros tenemos un Centro Cultural Universitario pero no funciona como tal. Debería ser un condensador de las actividades de la Universidad, no sólo de las actividades con las que se vincule la secretaria de Difusión Cultural.

**(J):** Las políticas de difusión y gestión en la Universidad no tienen una metodología establecida y clara, en realidad todos se dirigen como se les ocurre.

Existe una comisión de Arte y Cultura, donde según algunos de sus integrantes, no se hace nada, porque hay mayores intereses en satisfacer sus necesidades que ver por las necesidades de la Universidad. Lo que convierte a esta comisión en un elefante blanco. Comisión que se creó sólo a iniciativa de Jara.

Cómo es posible que no tengamos una editorial universitaria, sólo se tiene una imprenta, que intenta hacer las veces de editorial y esto está muy mal. Aparte trabajan de manera completamente ineficiente. Que depende de su estado de ánimo. Donde casi todas las veces te dicen que no hay dinero.

Si se quieren realizar actividades continuas los directores deben poner dinero de su bolsa y luego apostar a recuperarlo, por eso muchas facultades no realizan actividades. La condiciones son realmente brutales, porque te dirán hazlo y a ver si lo recuperas.

Hay Facultades como la de Contabilidad que manejan millones de pesos y no hacen ninguna actividad, ellos no tiene que apostar a perder esa inversión, ellos no tienen que poner de su bolsa. Quien tiene dinero no lo usa para promover la cultura.

No hay una política de difusión universitaria.

No hay dinero y cada quien jala agua para su molino, la cosa es que lo que le interesa promover a la rectoría, son sus actividades, su imagen y esto no favorece a una política de Universidad, no hay comunicación.

La UNAM nos ha demostrado que si se puede, que si es posible tener bien claro que los eventos son el fin, no la promoción o auto promoción de las secretarías o departamentos de la Universidad, porque pareciera que se utilizan como una auto promoción.

En nuestro Centro Cultural Universitario la agenda predominante es la de las Casas del Estudiante que son quienes definen la agenda y ni siquiera les interesa la cultura. Si ellos no quieren no se realiza el evento. Porque el CCU no es de la Universidad, es de las Casas del Estudiante y ellos no tienen la capacidad para determinar que sí y que no.

En el caso del CIAC fue pensado como un centro de convenciones, de exposiciones, algo contra-académico. Y si funciona, ha estado funcionando, pero se encuentra todo el tiempo bajo amenaza de toma. Y eso se vuelve problemático, porque tú no puedes planear un evento en un lugar que puede o no estar disponible.

Porque un evento requiere de mucho dinero para ser realizado y no puedes pensar en no hacerlo, mejor desde el principio buscas otro lugar o por lo menos una segunda opción.

Un problema político que se tiene en la Universidad en cuanto a la difusión de eventos es que en cualquier momento puede ser tomada o puede entrar en huelga, lo cual causa que nunca es seguro que se realice un evento, siempre se está en peligro. La Universidad es un botín político.

**(M):** ¿Históricamente cuál ha sido el desarrollo de la Facultad en cuanto a difusión y gestión cultural?

(J): En 1982 llegué a esta Facultad y te puedo decir que estos son temas realmente nuevos, nosotros no teníamos actividades culturales o sólo algunas que de pronto se nos ocurrían a nosotros como estudiantes, pero en cuanto a la dirección no.

Teo [Mario Teodoro Ramírez Cobián] fue el primer director interesado en estos temas. Se interesó mucho en la publicación. Interés que se ha mantenido hasta ahora, porque continuamos con la creación y publicación de revistas.

Y en realidad sólo se hicieron publicaciones, porque los eventos culturales se empezaron a realizar hasta que los jóvenes estudiantes fueron maestros y pudieron influir en estos aspectos: Conciertos, conferencias, seminarios, etc. Comenzó a interesarnos la difusión de estos eventos también, ya no sólo la de los libros.

Digamos que hay como un corte clásico en la Facultad, que sería la difusión de conferencias, coloquios y libros, todo lo demás que sería propiamente difusión de la cultura: conferencias abiertas, talleres abiertos, etc. Ha sido muy reciente, del 2000 a la fecha y es porque hemos salido y conocido de otras universidades, para darnos cuenta de qué es necesario.

Los anteriores directores no tenían problemas de difusión porque sus eventos no eran tantos, tienes problemas de difusión cuando realizas eventos culturales, si no los realizas no los tienes. La difusión que ellos hacían estaba relacionada con libros principalmente o con cosas meramente académicas, esto era básicamente lo que se hacía y se ha mantenido, pero ahora los talleres culturales que tenemos, por ejemplo, nos plantean problemas en la difusión. Y al parecer seguiremos teniendo estos problemas, porque nos interesa seguir realizando eventos culturales. Aquí el problema con el presupuesto sólo se tiene en la liquides.

Si nosotros fuéramos como otras facultades, como Letras, que realiza tres eventos al año, pues no tendríamos problemas en la difusión, pero nosotros realizamos 2 a la semana y a veces más.

Estamos realizando actualmente: conciertos, conferencia, aulas abiertas, talleres, diplomados, *Sentidos*, *Devenires*, *Boletín Filos*.

Necesitamos una estrategia que nos ayude, pero que no nos quite más recursos.

**(M):** Cuál crees que sea la repercusión de los congresos en los alumnos, viéndolo a futuro, en cuanto a su formación.

**(J):** ¿Tú crees que hay suficiente difusión de la CONEFI entre los estudiantes de Filosofía de la UMSNH? ¿Quiénes van a esas actividades traen la inquietud de nuevas actividades o propuestas para la Facultad?

**(M):** Varios exalumnos como Araceli, Tere y yo; nos hemos esforzado porque la experiencia de la CONEFI salga, llegue a la Facultad. En nuestro caso nos traíamos muchas experiencias nuevas de cómo se vivían las cosas en las diferentes universidades, aunque fuera la misma licenciatura.

También hemos aprendido bastante sobre las formas en que gestionan los alumnos en otras universidades.

Es importante salir de tu entorno, porque te hace conocer cosas que quieres proyectar también para tu comunidad.

**(J):** Mientras más salen los alumnos, más inquietudes hay, de hecho ya el salir implica una apertura y aceptación de cosas diferentes. Lamentablemente en la Facultad si hay mucha gente apática, son pocos los que se dan cuenta de que son activos que están despiertos, que no hay otra vida más que esta. Será un 10%, los demás allí la van llevando y tal vez eso se haga también en otras facultades, pero aquí una actitud de ese tipo va en contra de lo que aquí se enseña.

Las generaciones activas siempre se notan, dejan huella, no se puede ser un autómatas de la Filosofía. Tenemos que preguntarnos para qué estamos haciendo las cosas, tenemos una responsabilidad hacia la sociedad. Podemos hacernos justificaciones para no ser activos, porque los que nos dedicamos al espacio intelectual siempre encontramos esas justificaciones, pero no dejan de ser justificaciones.

Si. Hay mucha apatía en la Universidad Michoacana.

Sí, es cierto que somos de una personalidad muy solitaria, pero el asunto es qué podemos hacer los solitarios para divertirnos, para aprender, convivir, transformarnos.

Elena María Mejía Paniagua

Secretaria Académica de la Facultad de Filosofía.

*La Secretaría Académica de la Facultad de Filosofía históricamente ha fungido como el vínculo entre la institución y la comunidad de alumnos y profesores. Haciendo un trabajo indirecto de difusión cultural, puesto que varias de las actividades se han concretado en esta Secretaría. En esta entrevista la licenciada Elena nos habla de la realización de este trabajo.*

**Metzeri (M):** ¿Qué es lo primero que empieza a hacer la Facultad de filosofía en cuanto a gestión y difusión cultural?

**Elena (E):** Lo primero con relación a la difusión de la Filosofía fue pensar en una agenda anual de diplomados abiertos a todo el público en general, no sólo al área académica, ni a los que ya están formados en la filosofía. Entonces empezamos con un programa de educación continua, más o menos en el 94 o 95, que se empezó ya en forma con un programa de difusión como tal. Esto era ya con la finalidad de hacer a la filosofía parte de la sociedad. Porque se había trabajado nada más en la parte académica y no se había pensado en su aplicación a la sociedad. Con el programa de educación continua es que se empezó a crear la vinculación.

Con respecto a la gestión allí si no. No sabría bien como. Se ha enfocado para contratar más profesores o invitados. Tal vez sea pensado más como para traer invitados a este ámbito de la educación pública. Pero no que se vea pensado o planeado de manera individual, más bien siempre ha sido como en este tema de la educación continua.

Seminarios permanentes, seminarios de algún tema de preocupación actual, temas de bioética de filosofía de la educación. Traer invitados de talla internacional.

**(M):** ¿Entonces la Facultad de Filosofía se ha preocupado más por qué es aquello que se le puede ofrecer a la sociedad?

**(E):** La idea es hacer la filosofía más accesible y agradable mediante los temas que le interesan a la gente, temas actuales de su cotidianidad.

Que tengan que ver con lo que nos está pasando.

La idea de estos programas es hacerle ver a la gente de qué manera la filosofía toca esos temas que a ellos les preocupan. Que no sólo se dedica a hablar sobre ideas o conceptos.

Para que la gente pueda participar aun sin tener formación universitaria. Llegamos a tener personas que habían estudiado hasta la primaria, o no había estudiado, pero les interesaban estos temas y venían a la facultad para escuchar sobre ello, como el tema de la democracia.

**(M):** ¿Cómo surge el departamento de publicaciones?

**(E):** El departamento como tal surge con la revista *Devenires* en el año 2000, en la administración de la dirección por parte de Mario Teodoro Ramírez. Es que se piensa en la necesidad de tener una revista para publicar lo que escribían los docentes. Después se tomaron en cuenta a los estudiantes.

**(M):** ¿Cuál es el papel que realiza la Secretaría Administrativa en la vinculación entre el alumnado y los docentes con la institución de la Facultad de Filosofía?

**(E):** Bueno, el trabajo que desempeña la Secretaría es, básicamente, poner al alumno en contacto con los profesores, cuando se trata de trabajo o de tutoría; es indispensable el trabajo que se realiza aquí, porque se ponen en consideración los horarios que tienen los profesores para poder atender a los alumnos y así en las distintas actividades que se realizan, por ejemplo en la impartición de cursos o espacios para que los alumnos tengan conocimiento de todas las actividades que aquí se realizan.

Digamos que el primer vínculo que hay, es decir, cualquier duda que tengan profesores y alumnos van a recurrir a esta Secretaría también por la experiencia que tiene aquí, puesto que ha estado en varias administraciones.

Sí, pero además como mucha de la información académica pasa primero por la Secretaría, la función básica, digamos, es mantener informados tanto a los profesores como los alumnos de todas las actividades que se realizan; o sea, no solamente académicas sino también culturales y deportivas en caso de que también se realizarán.

**(M):** Muy bien, entonces, en ese sentido, ¿cuáles son también las responsabilidades específicas que toma la Secretaría en relación a las actividades que se realizan de difusión cultural aquí en la Facultad?

**(E):** Por ejemplo el mantenerlos informados de las distintas actividades con las dependencias que forman parte de la DES-Humanidades, que es la especie de organismo que vincula varias facultades como es el caso de la Facultad de Letras, la Facultad de Historia, la Facultad de Bellas Artes y la misma Facultad de Filosofía, además de los institutos de cada una de las instituciones. Pero también tenemos la función de informarles las actividades que la Universidad realiza a nivel nacional e internacional en su caso, como son por ejemplo, las becas de intercambio que es una parte fundamental relacionada con la difusión cultural.

Además de los eventos culturales que se realizan también en la ciudad, en algunos casos participa la Facultad de Filosofía o bien alguno de los profesores que también imparte clases aquí. Entonces, una de las tareas fundamentales sería mantener a toda la comunidad al tanto de la información ya sea a través de la página web o bien dando la información directamente a los profesores o a los alumnos en su caso.

Ulises López Sánchez.

Técnico académico. Actual coordinador de las actividades de la Facultad de Filosofía.

*Si bien la Facultad no cuenta con un encargado de difusión cultural, existen personas que realizan estas tareas. Tal es el caso de Ulises; quien describe en esta entrevista su trabajo y los problemas que en él ha encontrado; al igual que la necesidad de elaborar las políticas culturales que permitan la trascendencia de las actividades que realiza.*

**Ulises (U):** Si, la facultad debería tener un departamento, por lo menos alguien que se encargara de extensión en la facultad, como si fuera extensión universitaria, con todo aquello que tuviera que ver con vinculación, con convenios, con ese tipo de cosas. La facultad no lo tiene oficialmente y lo hace, pero sin tener esta estructura, esta formalidad.

**Metzeri (M):** ¿Cuál es tu nombre y tu función en la Facultad?

**(U):** Yo soy Ulises López Sánchez, egresado de la Facultad de Filosofía. Desempeño varias funciones, principalmente tienen que ver con cuestiones de acreditación. Ahorita hay un plan de acreditación donde la facultad, tendrá que cubrir ciertos rubros y requisitos para que tenga el estatus de acreditación, que estará avalada por COAPEHUM [Consejo para la Acreditación de Programas Educativos en Humanidades]. Es mucha información que se tiene que recabar, un instrumento como de autoevaluación, es mucha información de tres años a la fecha, desde cuestiones que tienen que ver con proyectos institucionales, con actividades académicas, actividades culturales, planeación de materias, de clases, muchísimas cosas que tiene que ver con toda la vida de la facultad. Eso por un lado.

También estoy encargado, digamos todavía de manera informal, porque no está en este semestre el asunto de las tutorías. Las tutorías es una parte, digamos, importante de mi labor. Habrá que asignar tutores, evaluar estudiantes, incluso también evaluar a los maestros, o recabar la información para después evaluar a los maestros y que esa información sirva para que se mejore, esa es la idea. También, por estas fechas [octubre, 2013. Aniversario XXX de la Facultad de Filosofía –Samuel Ramos”, UMSNH ], digamos, una de mis funciones tiene que ver con la organización y la planeación de las actividades de aniversario de la facultad. Después obviamente ya no será una época de aniversario, pero va

a seguir habiendo actividades, proyectos, propuestas de actividades culturales, académicas. Y eso es a lo que principalmente me voy a dedicar.

Digamos que la función que desempeño es de técnico académico, es parte del cuerpo académico pero cuestiones que tienen que ver justamente con planeación y organización. Y después lo que va saliendo también. Digamos, proporcionando, facilitando, las herramientas para que se lleven a cabo las cosas. Si hay alguna actividad en el auditorio: que estén las cosas o que el ponente esté, los moderadores, es decir, que se coordinen bien ese tipo de cuestiones. Eso es principalmente mi función. Digamos también hay otro tipo de actividades que son de un día para otro y hay que solucionar las dificultades que pueda tener, digamos inmediatamente. Para el próximo semestre tal vez se abran otras actividades, a lo mejor un poco más académicas.

**(M):** Cuando hablas de actividades, entiendo que te refieres a las actividades culturales, porque son las que puede realizar la facultad. Y es allí donde empezamos a hacer esta relación con la difusión cultural, que bueno, es un área de la que directa o indirectamente te tienes que hacer cargo.

**(U):** Sí, es decir, las actividades se proponen generalmente, o esta facultad generalmente propone estas actividades de manera cotidiana, digamos es parte de la vida de la facultad de filosofía, estas actividades que son de carácter cultural y académico. Las de carácter cultural son generalmente abiertas a todo, público. Cualquier público, digamos principalmente universitario, pero son para el público en general. Las actividades académicas tal vez tengan una especificidad mucho más acorde al perfil de los humanistas, de los filósofos; pero la mayoría de las actividades tienen que ver con aquel que desea acercarse a cuestiones filosóficas. Existe la posibilidad de entregar constancias de participación o de asistencia a quienes estén interesados en asistir a estas actividades.

Y en ese sentido, pues sí, habrá que encontrar los mecanismos, las estrategias de difusión. Estas estrategias o estos mecanismos, generalmente están determinados por el mismo departamento de Difusión Cultural de la Universidad. Nosotros, aquí en la facultad con otros técnicos académicos, Gustavo, que está en el departamento de publicaciones, pues se diseña la forma, generalmente con carteles, o en las páginas, los espacios en internet. Se

diseñan las estrategias que se van a realizar, que se van a llevar a cabo para promover y difundir las actividades.

**(M):** ¿Tienen ya estrategias definidas para difundir sus actividades o va respecto a la actividad?

**(U):** Depende mucho de la actividad, pero claro lo que tenemos a la mano, principalmente, tiene que ver con tres aspectos, uno tiene que ver con la creación de carteles aquí. Gustavo juega un papel muy importante, porque es el que diseña, maneja la información y digamos lo que sale en desplegados en carteles en propaganda pues digamos que es del espacio de publicaciones con Gustavo y esa es una manera, pero también está la página de internet de la Facultad. Bueno, la página y el Facebook de la Facultad. Y por otro lado también está ahora el programa de radio de la misma facultad. Es decir, 3 aspectos relevantes.

Ahora, depende también del alcance y de la importancia en términos de su maximidad de las actividades, porque también a veces hay una conferencia de prensa, como hace poquito hubo la actividad esta de “Animales en Mente”, donde se presentó a los medios, constantemente hubo entrevistas, por parte de los que organizaron el evento y pues bueno, vaya no se desaprovechan esas posibilidades de dialogar o pasar la información a los medios de comunicación.

**(M):** Acerca del alcance, me puedes hablar de los problemas con los que se encuentran ustedes al realizar la difusión de sus eventos, Pensando en que no se llegue sólo a los mismos grupos de interesados.

**(U):** Sí. Bueno, eso es principalmente el problema de la difusión de las actividades, de por sí la facultad de filosofía, por sus características, por las actividades que promueve, digamos que a mucha gente no le llama mucho la atención, digamos no son de las actividades que otras facultades u otras dependencias promueven.

**(M):** ¿Cuáles características?

**(U):** Me refiero a que tienen mayor impacto en intereses de la gente, por ejemplo las actividades de aquí, los seminarios, son hasta cierto punto especializados y eso ya excluye un poquito o no permite que estas actividades sean masivas.

Partiendo de esta idea ya sabemos que el alcance de la difusión puede ser poco, pero más allá de eso, yo veo que justamente no se ha tenido una estrategia. Una estrategia mucho más precisa, más clara, hace poco hablaba con el director y veíamos esta posibilidad de justamente abrir un departamento de difusión y de extensión. Para que se especializara o se dedicara única y exclusivamente a este espacio. Es decir, compañeros que estuvieran, digamos enfocados única y específicamente enfocados en este aspecto. Digamos eso daría una ventaja. Llegaría más gente, llamaría la atención de más gente y por supuesto se vería reflejado en la asistencia de más personas a las actividades.

El problema entonces tiene que ver con esto, es decir, que no hay un departamento especializado para eso, la facultad está supeditada a las cuestiones que tienen que ver con Extensión Universitaria, es decir de toda la Universidad. Y muchas veces no pasa por allí esa información, es decir, no son por políticas de la propia universidad, no son de interés de la misma Difusión Universitaria, porque no es un asunto universitario en general, es una actividad de la propia facultad y la misma facultad se tiene que encargar de eso. Y eso yo sí creo que es un problema. Es decir, si hubiera una coordinación o extensión universitaria, digamos en la Michoacana. Y tuviera esta capacidad de pasar esa información, me parece que llegaría más gente, eso es un aspecto y por otro lado pues lo que te decía de que no hay una especialización, un departamento en nuestra Facultad, que se dedique única y exclusivamente a eso.

Me parece que todas las carreras de la universidad de alguna manera deberían tener esto, porque muchas veces nosotros mismos aquí en la facultad no nos enteramos de lo que está haciendo esa otra carrera, ahora afortunadamente con este asunto del convenio de la DES-Humanidades, pues ya nos enteramos un poquito más de lo que hace por ejemplo la facultad de historia, de lenguas, bellas artes, pero antes ni siquiera eso.

**(M):** Bueno, por otro lado, siendo muy optimistas, digamos que se pudiera tener una mejor difusión, que realmente la gente pudiera voltear los ojos a la facultad, crees tú que sería un problema el hecho de que las conferencias, talleres y demás, que están abiertos, porque actualmente están abiertos a todo el público. ¿Crees que sería un problema el que sean especializados, más de un lenguaje técnico, como dirigidos especialmente a un público que estudia filosofía o no?

(U): Hay algo que digamos no se le puede quitar a las actividades o a las clases, a las materias. A todo aquello que tiene que ver con la transmisión de un conocimiento filosófico, que es el tecnicismo, es decir que por tratar de llegar a la gente se le quitara o se le restara este lenguaje o este tipo de discurso que se maneja, incluso no sólo en la facultad de filosofía, sino en cualquier otra carrera o departamento en la Universidad, de carácter científico.

Es decir, que este afán de divulgar la filosofía, este afán de divulgar la ciencia, por ejemplo la economía y hacerla llegar a la mayoría no creo que tenga que ser por quitarle estos tecnicismos o estas características de su propio lenguaje, es decir, llegar a más gente no necesariamente significa quitarle este lenguaje técnico a las actividades o a las conferencias, seminarios y diplomados que haya. Sino más bien aquí preparar a la gente justamente para que puedan acceder a estos eventos, a las conferencias.

Es decir, saber que si vas a una conferencia de filosofía obviamente deberás tener una idea de lo que se va a hablar, la facultad de filosofía, además de eso, tendrá otros espacios más acordes a las necesidades y a la experiencia que pueda tener una persona respecto a los temas de filosofía, es decir, habrá por supuesto conferencias de carácter muy técnico, muy especializado en su discurso pero hay otros talleres, diplomados, conferencias, con un lenguaje mucho más accesible, sobre todo a aquellos que digamos, no estamos o no están tan involucrados en esa especialización, es decir, la facultad, en todo caso, ofrece y seguramente ofrecerá estos espacios donde mucha gente puede asistir.

No están cerrados los espacios pero también hay que saber en qué momento y a cuales asistir, es decir, no de golpe se entraría a un diplomado o a un coloquio por ejemplo de Heidegger, es decir, habrá que empezar de alguna forma. Y creo que la Facultad proporciona esos espacios.

Pero la idea es que cada vez se abran más; por eso los talleres culturales. Los talleres culturales están abiertos a todo público. Y estos talleres, pues la idea justamente es introducir a la gente a estos temas filosóficos, a temas con una problematización filosófica y si volteamos a ver mucha gente no es de la facultad, llega con otros intereses, por ejemplo

desde la carrera de biología, de la carrera de derecho. Es decir, hay una diversidad de interesados en estos temas.

**(M):** En esto que decías, sobre saber qué tomar al principio y qué no. Cómo podría saberlo el público en general, si la facultad facilita éste –saber qué si y qué no” o cómo podría saberlo la gente.

**(U):** Digamos que la facultad abre sus espacios, hay conferencias, cursos, diplomados, pensando en que la gente que va a asistir de alguna forma tiene ya un interés y ese mismo interés los ha llevado a conocer un poquito de esos temas a los cuales va asistir. Esto es complicado, abrir y no saber si la gente que llega está preparada; pero si nos encontramos en muchos momentos, en las conferencias, mucha gente que llega sólo porque les llama la atención el título de la charla, pero cuando se involucran en la sesión, pues allí se sienten perdidos, la facultad en este caso, yo todavía voy conociendo como está el asunto, hay varias estrategias, por ejemplo se ha diseñado este asunto de *Aulas Abiertas*.

*Aulas Abiertas* es una actividad, una idea de acercar a la gente justamente a los temas de filosofía, digamos más amplia, general, con un lenguaje más accesible, porque son digamos las clases normales en la Facultad de Filosofías, es una manera de introducir a la gente, de que la gente se acerque a la Facultad, pero también, no sólo que se acerque y le llame la atención, sino que pueda participar incluso dentro de estas clases, por eso se buscan las materias y temas que sean de interés general, social, de carácter actual, que tengan que ver con una repercusión cotidiana, más o menos identificable. Y esa es una manera de introducir al público universitario, al público en general también al espacio de la filosofía, al espacio de esta facultad.

Gustavo García Robles.

Responsable de Publicidad. Facultad de Filosofía.

*Gustavo es un elemento muy importante en la promoción de las actividades de la Facultad, es él quien elabora el material impreso para realizar esta tarea. Habla de los procesos que se tienen en la organización de sus actividades y la premura con la que se prepara el material publicitario.*

Al principio yo formaba las revistas y ahora me encargo del diseño e impresión de la publicidad para todos los eventos.

Tenemos 3 revistas (*Devenires*, *Sentidos* y *Boletín Filos*), sólo que una de ellas es como intermitente (*Boletín Filos*), porque los alumnos se encargan de ella y de pronto si hay una generación floja pues se deja de producir.

*Devenires* es una revista indexada, recientemente, y de carácter internacional. La revista *Sentidos* es local, sin embargo quienes escriben son en su mayoría los profesores.

Cada semestre o cada año se proyectan un numero de talleres o diplomados y se calendarizan y hay que sacar la publicidad de cada uno de ellos, con posters y dípticos o trípticos; luego se tienen que hacer las constancias. También tenemos eventos que no son calendarizados y para esos también hay que hacer la publicidad, pero en el momento, porque puede ser que alguien vino de visita y decidió ofrecer un charla.

En ocasiones haces los carteles y nadie les presta atención, nadie los pega.

Pero ahora también tenemos las redes sociales, porque así realizamos el cartel y lo subimos inmediatamente, se puede difundir más.

Los carteles que se hacen a la semana varían, a veces 1, a veces 40, es muy irregular. En el periodo en que se abren los talleres es muy caótico, porque se tienen que hacer todos en un mismo tiempo y se tienen que realizar constancias, que a diferencia de antes, todas ellas se tienen que hacer personalizadas, todas tienen un diseño.

**(M):** Si hubiera una buena planeación de los eventos no se saturaría el área de publicaciones con el trabajo de publicidad, se podría administrar mejor el tiempo y el trabajo; y se podrían difundir con tiempo.

**(G):** También tiene que ver con que yo soy el único que se dedica a hacer estas cosas, porque de pronto quienes vienen a ayudar son las personas de servicio social, pero no siempre pueden y cuando ya están aprendiendo, pues ya terminaron su servicio y se van. Entonces para mí representa una pérdida de tiempo y de esfuerzo.

Los cartuchos se recargan o se compran mucho más que antes, porque con Jaime se ha hecho mucho más publicidad, pero aun así es mucho más barato que mandar a imprenta; cosa que se hacía antes, pero que era muy costoso porque da lo mismo si mandas a hacer 100 que 500. De hecho reciclamos papel con carteles que se mandaron hacer hace tiempo y les imprimimos el nuevo al reverso. Lo que ocurre es que nosotros no necesitamos imprimir grandes cantidades. Tenemos muchos eventos, pero se hacen de 5 a 10 carteles para cada evento.

Cuando surgió nada más estaba Gaby, ella hacía el trabajo en restiradores y luego llego yo, el primero en tener conocimientos de computación, lo que vino a hacer una diferencia en el trabajo. Yo la primera vez que llegué fue supliendo a Gaby por embarazo y fue en 1996, ya luego me quedé y ella comenzó a aprender a hacer su trabajo en computadora.

Antes se hacía todas las revistas juntas, ahora cada revista tiene su director y se manejan de forma individual y considero que hemos mejorado en relación a la tecnología, el Departamento se ha beneficiado de esto, de la tecnología.

Yo me capacito seguido, pero es por formación personal, aquí hay que ganar experiencia, porque hay que estar actualizado en relación a la tecnología, porque las nuevas versiones te ofrecen maneras de facilitar tu trabajo, pero eso es interés personal, porque aquí no hay motivaciones de ese tipo. Aquí nunca se ha ofrecido un curso de esos, pero también es un poco difícil. No son cursos baratos.

El aumento de eventos culturales ha representado a título personal más trabajo y pues es cansado, pero como Facultad hemos sobresalido entre las otras Facultades, porque en ningún lado hay tantas actividades como aquí.

Reglamento Interno del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura



## **REGLAMENTO INTERNO DEL HONORABLE CONSEJO NICOLAITA DE ARTE Y CULTURA DE LA UNIVERSIDAD MICHOCANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO.**

DE ACUERDO A LAS FACULTADES QUE LE CONFIEREN AL C. RECTOR DE LA UNIVERSIDAD MICHOCANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO, EN LA FRACCIÓN I DEL ARTICULO 22 Y EN CONCORDANCIA CON EL ARTICULO 4º DE LA LEY ORGÁNICA DE ESTA CASA DE ESTUDIOS SE CONFORMA EL HONORABLE CONSEJO NICOLAITA DE ARTE Y CULTURA EL DIA 7 DE SEPTIEMBRE DEL AÑO 2011.

### **INDICE**

#### **CAPITULO I DISPOSICIONES GENERALES**

#### **CAPITULO II DE LA INTEGRACION**

#### **CAPITULO III DE LAS FUNCIONES**

#### **CAPITULO IV DEL FUNCIONAMIENTO**

## **CAPITULO V DEL PRESIDENTE Y DEL SECRETARIO TECNICO**

### **CAPITULO VI TRANSITORIOS**

#### **CAPITULO I DISPOSICIONES GENERALES**

**ARTICULO 1.** El presente Reglamento tiene por objeto regular la integración y funcionamiento del Honorable Consejo Nicolaita de Arte y Cultura de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

**ARTICULO 2.** La Ley Orgánica de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo en su artículo 4º, reconoce entre sus funciones sustantivas, la de difundir la cultura, a la par de la docencia y la investigación científica.

**ARTICULO 3.** El Consejo Nicolaita de Arte y Cultura, es una instancia de asesoría y consulta del C. Rector de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, para establecer vínculos de comunicación permanente con los sectores público, privado y social de la entidad, del país y del extranjero, cuyas aportaciones contribuyan a la mejora continua de las funciones universitarias, así como elevar la calidad de los servicios culturales que presta la Universidad.

#### **CAPITULO II DE LA INTEGRACIÓN**

**ARTICULO 4.** El Consejo Nicolaita de Arte y Cultura estará integrado por un Presidente que será el Secretario de Difusión Cultural y Extensión Universitaria, por un Secretario Técnico y nueve miembros honorarios representantes del personal académico de la propia Universidad y de los sectores público, privado y social del Estado de Michoacán y de la República, todos ellos designados por el C. Rector de la UMSNH. No existirán suplentes ni podrán ser representados.

**ARTICULO 5.** Todos los miembros del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura gozarán de voz y voto.

**ARTICULO 6.** El Presidente del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura tendrá a su cargo la representación del mismo. En su ausencia será sustituido por el Secretario Técnico.

**ARTICULO 7.** En caso de ausencia del Secretario Técnico o cuando este sustituya al Presidente, se elegirá de entre los miembros del Consejo a un Prosecretario quien conservará el derecho de voz y voto y fungirá como tal mientras dure la ausencia.

**ARTICULO 8.** En el caso de ausencia definitiva del Presidente, el Secretario Técnico convocará a una sesión extraordinaria para el único efecto de que el C. Rector haga la designación de un nuevo Presidente.

**ARTICULO 9.** El cargo de miembros del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura será permanente en tanto no ocurra alguna de las hipótesis para su reemplazo previstas en el artículo 12. Tendrá carácter honorífico, personal e intransferible.

**ARTICULO 10.** El Presidente y el Secretario Técnico, durarán en su cargo cuatro años y podrán ser designados para un período inmediato de igual duración.

**ARTICULO 11.** Para formar parte del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura se deberán cumplir los siguientes requisitos:

- I. Tener interés en las funciones propias del objeto de la Universidad.
- II. Ser mexicano por nacimiento o con legal estancia en el país. Cuando se trate de personas morales, deberán estar constituidas conforme a las disposiciones legales aplicables.
- III. Ser mayor de edad.

**ARTICULO 12.** Los miembros del Consejo podrán ser reemplazados en los siguientes casos:

- I. Cuando dejen de asistir a cinco reuniones consecutivas o no consecutivas en un período de un año, sin justificación.
- II. Cuando exista desinterés o abandono de los trabajos.
- III. Cuando así lo decida por causa fundada el C. Rector.
- IV. Cuando dejen de cumplir alguno o algunos de los requisitos establecidos en el presente Reglamento.

En el caso de la fracción III el miembro del Consejo tendrá siempre derecho a ser oído en defensa.

### **CAPITULO III. DE LAS FUNCIONES**

**ARTICULO 13.** El Consejo Nicolaita de Arte y Cultura, tendrá las siguientes funciones:

- I. Proponer al C. Rector acuerdos, convenios, programas y proyectos que coadyuven al cumplimiento de los objetivos de la Universidad.

- II. Promover la realización de proyectos de beneficio institucional.
- III. Promover estrategias generales permanentes de vinculación de la Universidad con los sectores público, privado y social.
- IV. Detectar necesidades de recursos humanos y perfiles calificados.
- V. Emitir recomendaciones para la mejora continua en la extensión y la difusión de la cultura.
- VI. Proponer y definir políticas culturales.
- VII. Formular un plan de trabajo anual.
- VIII. Mantener informado al C. Rector de las actividades del Consejo.

#### **CAPITULO IV DEL FUNCIONAMIENTO**

**ARTICULO 14.** El Consejo Nicolaita de Arte y Cultura celebrará sesiones ordinarias y extraordinarias.

- I. Las sesiones ordinarias se llevarán a cabo al menos tres veces al año. Las extraordinarias cuando así lo determine el propio Consejo, lo solicite el C. Rector o cuando la urgencia del asunto así lo amerite.
- II. A todas las reuniones podrá asistir el C. Rector.

**ARTICULO 15.** Las sesiones serán convocadas por el Presidente y en caso de ausencia, por el Secretario Técnico que en la sesión respectiva tendrá los derechos y obligaciones inherentes al cargo. Las sesiones podrán declararse permanentes e integrarse de varias reuniones.

**ARTICULO 16.** En las sesiones se observarán las reglas siguientes:

- I. Serán convocadas por el Presidente o previo acuerdo por el Secretario Técnico.
- II. Las notificaciones para las sesiones se harán en los domicilios y/o en los correos electrónicos registrados de cada uno de los miembros del Consejo, al menos con cinco días hábiles de anticipación. Cuando la sesión tenga carácter de extraordinaria, se citará con al menos dos días hábiles de anticipación.
- III. Las convocatorias se harán por correo electrónico y contendrán:
  - a. Las indicaciones del lugar, fecha y hora en que se llevará a cabo la sesión y

b. El orden del día propuesto.

Las convocatorias se acompañarán de la documentación respectiva y el acta o minuta de la sesión anterior, en su caso.

- IV. Para celebrar la sesión en primera convocatoria, se requerirá de quórum y de la presencia del Presidente. El quórum lo conformarán con la presencia de al menos la mitad más uno de los miembros que integran el Consejo.
- V. La ausencia de quórum podrá ser declarada por el Presidente una vez que transcurran quince minutos contados a partir de la hora convocada.
- VI. En el caso de no haberse celebrado la sesión en la fecha primeramente señalada, deberá hacerse una segunda convocatoria cuyo plazo de notificación será de al menos dos días hábiles de anticipación, caso en el cual se podrá omitir el envío de documentos. La sesión así convocada podrá llevarse a cabo con los miembros que concurran.
- VII. Los acuerdos en el Consejo se adoptarán por el voto de la mitad más uno de los miembros presentes en la sesión.
- VIII. El Presidente tendrá voto de calidad en caso de empate.
- IX. En ningún caso se tomarán en cuenta los votos de los miembros ausentes.
- X. Las votaciones serán preferentemente económicas.

**ARTICULO 17.** Las sesiones del el Consejo Nicolaita de Arte y Cultura se celebrarán de acuerdo con el orden siguiente:

- I. Comprobación de asistencia y verificación de quórum.
- II. Aprobación del orden del día.
- III. Aprobación del acta de la sesión anterior, en su caso.
- IV. Desahogo de los asuntos programados conforme al orden del día.
- V. Asuntos generales en su caso.

Cuando las sesiones sean convocadas para un solo efecto, no se tratarán asuntos generales.

**ARTICULO 18.** El Consejo Nicolaita de Arte y Cultura, podrá invitar a sus sesiones a personas físicas o morales a través de sus representantes, cuando así lo considere conveniente (previo acuerdo).

**ARTICULO 19.** Las sesiones serán privadas a menos que el Consejo acuerde lo contrario y podrán celebrarse en las instalaciones de la Universidad o en el lugar que se estime conveniente.

## **CAPITULO V DEL PRESIDENTE Y EL SECRETARIO TECNICO**

**ARTICULO 20.** El Presidente del Consejo tendrá las facultades y obligaciones siguientes:

- I. Representar al Consejo en sus relaciones con el C. Rector, otras autoridades universitarias y organismos o dependencias externas.
- II. Ser el ejecutor de los acuerdos que por su propia naturaleza correspondan al Consejo y presentar las propuestas de acuerdos al C. Rector para su ejecución en los asuntos de su competencia.
- III. Coordinar el cumplimiento del orden del día en las sesiones.
- IV. Coordinar las sesiones con orden, precisión y fluidez.
- V. Informar por escrito al C. Rector al menos cada dos meses del cumplimiento de los acuerdos.
- VI. Las demás que sean afines.

**ARTICULO 21.** El Secretario Técnico del Consejo tendrá las facultades y obligaciones siguientes:

- I. Apoyar al Presidente del Consejo dentro de la esfera de su competencia en el ejercicio de sus facultades.
- II. Atender las comisiones que le designe el Consejo de Arte y Cultura.
- III. Acordar con el Presidente el orden del día de la sesión respectiva.
- IV. Notificar las convocatorias haciendo llegar los documentos correspondientes al desahogo del orden del día.
- V. Pasar la lista de asistencias y verificar el quórum.
- VI. Realizar el cómputo de los votos emitidos.
- VII. Coordinar la elaboración de las actas y/o minutas de cada sesión.
- VIII. Llevar el registro de los acuerdos y el seguimiento de los mismos.

- IX. Llevar el registro de las comisiones que se integren.
- X. Coordinar los eventos y actos que acuerde el Consejo.
- XI. Llevar el registro de los integrantes del Consejo, de los reemplazos y de nuevos integrantes.
- XII. Los demás que sean afines.

**ARTICULO 22.** De cada sesión se levantará un acta sobre los puntos tratados relativos al orden del día, así como la relación de los acuerdos adoptados.

### **TRANSITORIOS**

**PRIMERO.** El Consejo Nicolaita de Arte y Cultura será nombrado por el C. Rector.

**SEGUNDO.** El presente reglamento entrará en vigor una vez aprobado por el C. Rector.

## Bibliografía

- Gallardo Mora, F. (Abril de 2004). *Apuntes sobre difusión cultural en la Universidad Autónoma Metropolitana*. Recuperado el 20 de Mayo de 2014, de Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Sistema de Información Científica: <http://redalyc.org/articulo.oa?id=34003912>
- Jegó Araya, N. (Abril de 2004). *Universidad y difusión cultural*. Recuperado el 20 de Mayo de 2014, de Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Sistema de Información Científica: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34003908>
- Navarro Benítez, B. (Abril de 2004). *Retos de la difusión cultural en el actual contexto universitario*. Recuperado el 20 de Mayo de 2014, de Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Sistema de Información Científica: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34003910>
- Regil Vargas, L. (Abril de 2004). *Difusión cultural universitaria: entre el ocaso y el porvenir*. Recuperado el 20 de Mayo de 2014, de Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34003907>
- Tünnermann Bernheim, C. (2000). EL NUEVO CONCEPTO DE LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA. En C. Tünnermann Bernheim, *La Universidad ante los retos del siglo XXI* (págs. 67-85). Mérida, Yucatán, México: Universidad Autónoma de Yucatán.
- Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. (5 de Julio de 2004). Ley Orgánica, Estatuto Universitario y otras. Morelia, Michoacán, México: Morevallado Editores.
- Valadés, D. (Enero-Agosto de 1972). *II Conferencia Univeritaria de Difusión Cultural y Extensión Universitaria*. Recuperado el 20 de Mayo de 2014, de Biblioteca Jurídica Virtual: [biblio.juridicas.unam.mx/revistas/resulart.htm](http://biblio.juridicas.unam.mx/revistas/resulart.htm)

Viviente Solé, P. (Abril de 2004). *Organización y planificación de la Difusión Cultural Universitaria como valor añadido de toda la sociedad*. Recuperado el 20 de Mayo de 2014, de Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34003909>

#### Entrevistas:

Barajas, T. (Febrero de 2014). Secretario de Difusión Cultural y Extensión Universitaria, UMSNH. 4. (M. A. Jacobo Tovar, Entrevistador) Morelia, Michoacán, México.

García Robles, G. (s.f de s.f de 2013). Entrevista al encargado del departamento de publicaciones de la Facultad de Filosofía. (M. A. Tovar, Entrevistador).

López Sánchez, U. (s.f de s.f de 2013). Entrevista al actual coordinador de las actividades de la Facultad de Filosofía. (M. A. Tovar, Entrevistador).

Mejía Paniagua, E. M. (s.f de s.f de 2013). Entrevista a la Secretaria Académica de la Facultad de Filosofía. (M. A. Tovar, Entrevistador).

Rovira Vázquez, A. E. (s.f de s.f de 2014). Entrevista a la Secretaria Técnica del Consejo Nicolaita de Arte y Cultura. (M. A. Tovar, Entrevistador).

Vieyra García, J. J. (s.f de s.f de 2013). Entrevista al Director de la Facultad de Filosofía. (M. A. Tovar, Entrevistador).