



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

"ESTRATEGIAS PARA DIFUNDIR LA IMAGEN DEL
INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO
(A TRAVES DE MEDIOS IMPRESOS)"

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO
Y COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A

César Alberto del Valle Martínez

MEXICO, D. F.

1988.



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

CONTENIDO ,

	<u>PAGINA</u>
INTRODUCCION	1
1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE COMUNICACION	5
1.1. La Comunicación	6
1.2. La Comunicación en un Centro de Investigación	14
2. EL INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO	20
2.1. Antecedentes	21
2.2. Objetivos	22
2.3. Estructura	24
2.4. Funciones	26
3. LA COMUNICACION INTERNA Y EXTERNA EN EL INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO.....	31
3.1. Infraestructura Existente	32
3.1.1. División Editorial	37
3.1.2. Departamento de Análisis y Promoción Editorial	38
3.1.2.1. Recursos Materiales	40
3.1.2.2. Recursos Humanos	41
3.1.3. Departamento de Arte y Diseño	43

	<u>PAGINA</u>
3.1.3.1. Recursos Materiales	43
3.1.3.2. Recursos Humanos	43
3.1.4. Departamento de Impresión	45
3.1.4.1. Recursos Materiales	47
3.1.4.2. Recursos Humanos	48
3.2. Revista del Instituto Mexicano del Petróleo	49
3.3. Boletín Informativo	57
3.4. Gaceta del IMP	61
4. ESTRATEGIAS PARA DIFUNDIR LA IMAGEN DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO	68
4.1. Comisión Editorial	71
4.1.1. Antecedentes	73
4.1.2. Situación Actual	76
4.2. Convenios Editoriales	83
4.3. Edición de Libros	86
4.4. Incentivos para los Investigadores	91
4.4.1. Propuesta	93
4.5. Políticas de Comercialización	95
4.6. Creación de Folletos Promocionales del IMP	98
4.7. Normas Editoriales	100
4.7.1. Elementos de Identificación	101

	<u>PAGINA</u>
4.7.2. Aplicación de los Elementos de Identificación	103
4.8. Apoyo Editorial a Petróleos Mexicanos	113
CONCLUSIONES	118
APENDICE 1: Decreto de Creación del Instituto Mexicano del Petróleo	123
APENDICE 2: Propuesta de Convenio Editorial Entre el Instituto Mexicano del Petróleo y los Autores	128
BIBLIOGRAFIA.....	133

INTROUCCION

INTRODUCCION

En México se vive una crisis de información científica, fundamentalmente en español, siendo algunas de las áreas más afectadas las ciencias física, química y otras afines. Las instituciones más importantes en estos campos se limitan a realizar traducciones, y en estos momentos ya ni siquiera éstas se llevan a cabo como consecuencia de la situación económica del país.

Lo anterior conduce a los estudiosos de estas ciencias a consultar un alto porcentaje de bibliografía en otros idiomas al --- nuestro, conteniendo en muchos de los casos información obsoleta, principalmente los textos en español.

Así tenemos que en el Centro de Información Científica Petrolera del Instituto Mexicano del Petróleo (que es el más grande e importante en su especialidad en América Latina), se cuenta con un acervo de cincuenta mil títulos, para consulta de los investigadores de las industrias petrolera, petroquímica y química, de los - cuales el 95% están escritos en idiomas extranjeros, predominando el inglés.

Ante esta coyuntura, el Instituto Mexicano del Petróleo, contando con la infraestructura intelectual y material necesaria, se encuentra en condiciones de desarrollar una política de incentivos entre investigadores y demás profesionales, con el fin de llenar el espacio abandonado por las empresas comerciales que operan en México.

De esta manera, el Instituto tendería a desarrollar una mejor comunicación intracientífica al mismo tiempo que coadyuvaría a la actualización profesional y formación de nuevos cuadros de investigadores.

Por lo tanto, partiendo de estas premisas, el objetivo de este trabajo es plantear algunas estrategias tendientes a aprovechar la infraestructura humana y material existente en materia editorial en el Instituto Mexicano del Petróleo (IMP), a fin de coadyuvar a satisfacer la demanda de material técnico y científico por parte de investigadores y estudiantes relacionados con las industrias petrolera, petroquímica y química.

Así mismo, con lo anterior, el IMP además de establecer una política de divulgación de los conocimientos y avances tecnológicos de sus investigadores, difunde su imagen a nivel nacional e internacional, al proyectarse como una institución independiente de Petróleos Mexicanos que trabaja y avanza para cumplir con los objetivos para los que fue creada.

También, en el desarrollo de esta investigación planteo dos grandes hipótesis, las cuales son:

- a) En la medida que el IMP aproveche los conocimientos de su personal técnico y científico altamente calificado; así como la experiencia en el área editorial de sus empleados y los recursos materiales existentes, podrá publicar libros de alta calidad que coadyuvarán a proyectar su imagen en México y el extranjero.
- b) Si las máximas autoridades del Instituto reorientan los trabajos de la Comisión Editorial, órgano rector en dicha materia de la Institución, será posible incrementar la actividad en el campo de las publicaciones.

Es importante destacar que este trabajo se manifiesta como el resultado de las experiencias vividas durante siete años de labores en el Instituto Mexicano del Petróleo, en los cuales tuve la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos en las aulas de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, por ejemplo a través del proyecto de creación del Boletín Informativo del IMP.

El trabajo está dividido en cuatro capítulos. En el primero hago una introducción referente al significado e importancia de la comunicación en el desarrollo del hombre, para posteriormente ubicarla en el objetivo del estudio: un centro de investigación científica y tecnológica, explicando la relevancia de su aplicación en el mismo.

En el segundo capítulo me concreto a explicar cuales son los objetivos y funciones del Instituto Mexicano del Petróleo, con el fin de situar el objeto de la investigación.

En el tercer capítulo realizo un análisis de la infraestructura intelectual y material existente en la División Editorial del IMP.

En el mismo también me refiero a las publicaciones periódicas -- del IMP: Revista, Boletín y Gaceta, con las cuales el Instituto establece una comunicación interna y externa.

Posteriormente, en el capítulo cuarto expongo una serie de estrategias encaminadas a difundir la imagen institucional a través de, por ejemplo, firma de convenios editoriales y publicación de trabajos susceptibles de divulgación, realizados en el Instituto.

Con las estrategias apuntadas en este capítulo se pretende proyectar la imagen del IMP con entidades y personas físicas externas a la Institución, incluyendo planes de comercialización en el extranjero y el apoyo editorial a Petróleos Mexicanos.

Por último establezco una serie de conclusiones de cada uno de los capítulos tratados en este trabajo; incluyo como apéndices el decreto de creación del IMP, publicado en el Diario Oficial de la Federación del día 23 de agosto de 1965; así como una propuesta de convenio comercial entre el IMP y los autores de libros, siendo éstos empleados del Instituto.

CAPÍTULO 1

CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE COMUNICACION

1 CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE COMUNICACION,

1.1. LA COMUNICACION

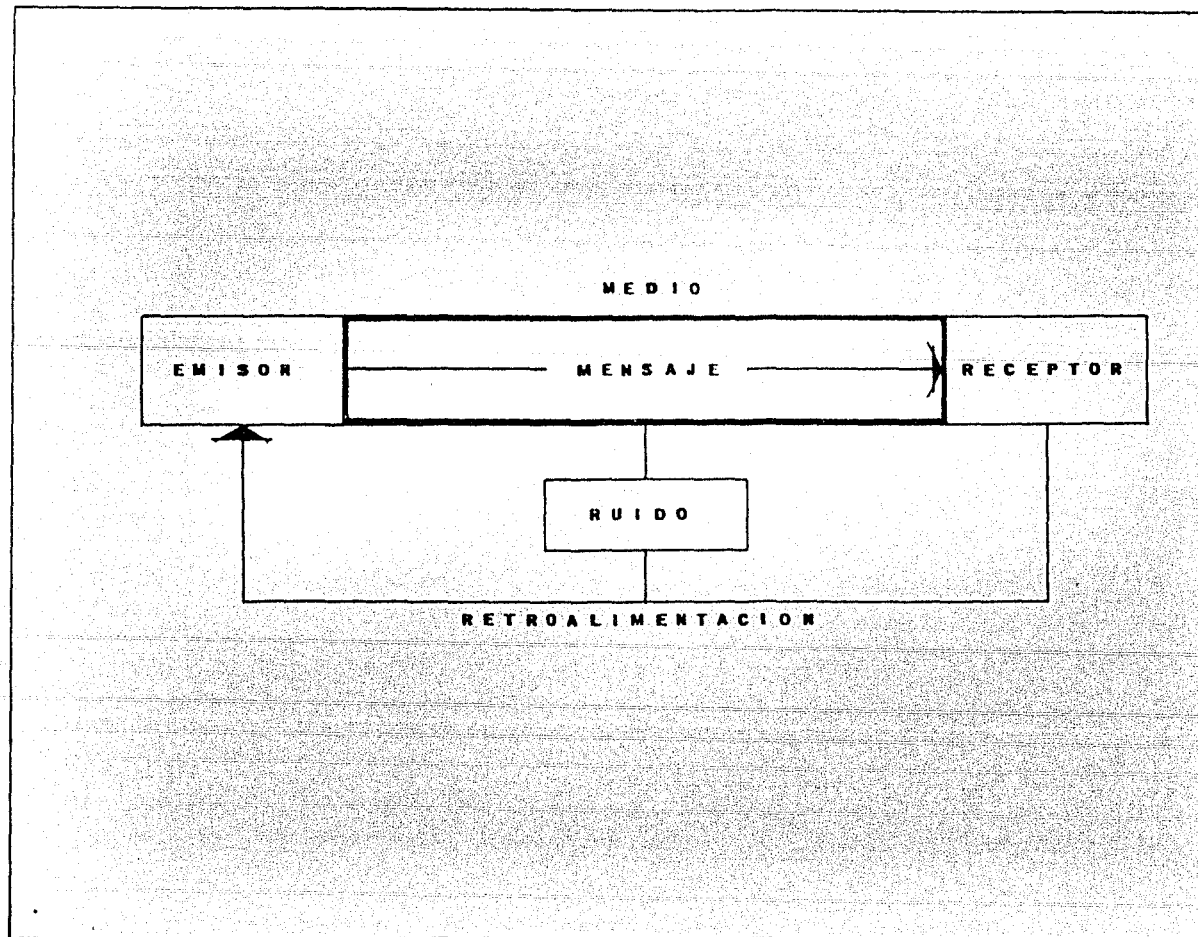
- 1.1 Henri Lefevbre dice que la comunicación es la ciencia de las ciencias. Indudablemente esta definición para el comunicólogo expresa todo lo que significa la comunicación.

Es conveniente destacar que esta afirmación se encuentra -- bien sustentada si partimos del principio de que Ciencia es: "el conjunto sistemático de conocimientos, métodos y conceptos con que el hombre describe y explica los fenómenos que - observa".

Aun más: "el método científico consiste primeramente en obtener datos por la observación; de ellos se llega por inducción a una generalización preliminar o hipótesis; la validez de las deducciones que se siguen lógicamente de la hipótesis se comprueba mediante nuevas observaciones y experimentos; - una generalización verificada se convierte en una teoría o - una ley que sirve de base para posteriores estudios, pero -- que se puede modificar o descartar si nuevos descubrimientos la invalidan".¹

Dentro de este contexto, existen diversas definiciones acerca de esta ciencia, sin embargo una de las más sencillas, pero que expresa ampliamente su significado es la que dice: - "Simplemente se define a la comunicación como el acto de --- transmisión de información, ideas, y actitudes de una persona a otra".²

El proceso de la comunicación se puede ilustrar a través de un modelo que contiene los elementos básicos de esta ciencia. La figura siguiente muestra la interrelación entre los elementos componentes de este modelo: emisor, medio, mensaje, - receptor, retroalimentación y ruido.



Tomando como base este esquema, podemos ejemplificar diciendo que el emisor es el periodista, quien a través de un periódico vierte o expresa una opinión sobre los avances tecnológicos del Instituto Mexicano del Petróleo, dirigida hacia sus lectores.

El consaber o intercambio cognoscitivo entre emisor y receptor se establece cuando el lector recibe la información del periodista y la acepta, rechaza o conserva. Nuevos procesos de comunicación se establecen cuando, a su vez, el receptor del mensaje se convierte en sujeto promotor del mismo, al comentar el contenido del mensaje con otra u otras personas, e inclusive con el mismo emisor, proceso que conlleva a la retroalimentación de la información emitida.

Indudablemente, vivimos el mundo de la comunicación.

A diario somos sujetos activos, e incluso pasivos, de infinito número de informaciones de todos niveles que estructuran nuestro universo de la comunicación.

Desde que nace el ser humano establece su primera comunicación formal, a través del llanto que anuncia su presencia en el mundo. Con ese "mensaje" exige atención a sus necesidades perentorias.

John R. Bittner dice que "La comunicación es dinámica y excitante, pero no es nueva. Data de los albores de la civilización, hace más de dos y medio millones de años".

Las relaciones interpersonales e intersociales de los primeros hombres se basaron en el imperio de la fuerza bruta. Se expresaban a través de gritos y ademanes. Dormían en cuevas y ramajes, huyendo de las fieras. Disputaban con garras, piedras y palos, los satisfactores primarios de comida, sustento, guarida y hembra.

Los primeros hombres desarrollaron todos los recursos de percepción y captación de la realidad; comprensión, interpretación y valoración de sus datos; cultivaron también astucia y capacidad especiales, para derivar las conclusiones más provechosas. Pero principalmente usaron toda su voluntad y medios de expresión para sobrevivir.

Se estableció de hecho una competencia a muerte entre el poderío para aplastar y la voluntad de persuadir. Entre el habituado a dominar, matar o destruir, y el capaz de convencer.

Dice Steimberg Bluem que: "la comunicación humana es medio propicio y pacífico para:

1. Manifestar nuestra presencia.
2. Expresar nuestra voluntad.
3. Informar de nuestros deseos o necesidades.
4. Explicar nuestro motivo.
5. Propagar y difundir nuestro pensamiento, ideas, creencias y opiniones.
6. Persuadir y convencer de nuestra buena disposición de ayudar al bien común.
7. Proclamar nuestro anhelo de mejoría social.
8. Obtener comprensión, simpatía, adhesión y cooperación, para
9. Realizarnos personal y socialmente con integridad".

O sea, la comunicación humana es factor indispensable en la civilización y la cultura. Y es recurso obligado, ineludible, para lograr la movilización personal o social, con la plena voluntad del movilizado, sea éste una persona, un grupo o todo un organismo social.

A través de esta interacción, los hombres se convierten y -- conservan como seres sociales. Sin la comunicación no podrían unirse, emprender obras en cooperación, ni impulsar su dominio del mundo físico. Como los inventos y los descubrimientos casi siempre dependen de la acumulación de información y de un desarrollo gradual de los conceptos transmitidos de una generación a la siguiente, sin comunicación quizá apenas se habrían podido lograr los inventos más elementales y los procesos de pensamiento más rudimentarios, porque el ser humano no está capacitado para desarrollarse sin comunicación.

La comunicación hace posible para un individuo sacar provecho de lo que se ha llamado experiencia de los sistemas nerviosos de otros y aprender de esta manera lo que su propio sistema nervioso puede haber pasado por alto. Gracias a que el hombre tiene la habilidad de comunicarse, las sociedades humanas pueden ser consideradas como intrincados sistemas nerviosos cooperativos.

La cultura, como idea abstracta referida a los productos, conocimientos, tradiciones, habilidades y creencias compartidos por un grupo de personas y transmitidos de generación en generación, depende de la organización y funcionamiento de la comunicación. Sin comunicación no pueden compartirse las experiencias, ni con los contemporáneos ni con los sucesores.

Para el individuo en desarrollo, la comunicación con sus semejantes desempeña tres funciones fundamentales:

1. Modela al mundo que lo rodea
2. define su propia posición en relación con los demás y
3. le ayuda a adaptarse con éxito a su medio ambiente.

En las últimas dos funciones ejerce una influencia crítica la formación de su personalidad y su sensación del propio ser. Le ofrece indicaciones y le fija puntos de referencia por medio de las cuales puede guiar su conducta. A través de la comunicación son transmitidos los valores y normas de su grupo, mismos que le permiten expresar sus necesidades de manera que posteriormente le produzcan satisfacción.

El vehículo por medio del cual se logra con mayor frecuencia la comunicación es el lenguaje, mismo que contiene tanto las definiciones como las limitaciones que dirigen la forma en que el individuo se acerca al mundo externo. Puede considerarse como una acumulación de las experiencias humanas simbolizadas y, como tal, refleja la vida del grupo. A cada miembro se le entera de las experiencias de sus mayores y se le dan instrucciones para dirigir su propio pensamiento, a través de las palabras, mismas que el grupo le proporciona para la transmisión de esas experiencias.

Las interrelaciones entre estas palabras y la estructura del lenguaje también contienen significados importantes para el individuo que se enfrenta al mundo. En el curso del tiempo llega a pensar y a sentir en términos de estos símbolos, a pensar y a sentir acerca de sí mismo, al igual que acerca de objetos y acontecimientos externos.

El impacto que tiene sobre el individuo la comunicación con sus semejantes lo sugiere la observación de quienes han estado aislados por mucho tiempo de la compañía humana. Varios relatos de los llamados niños "ferales", aparentemente criados por animales y de niños que han crecido en un aislamiento casi total, indican que estas criaturas parecían "inhumanas" y retardadas en cuanto a su desarrollo, cuando se las encontró.

Sin embargo, es asombroso notar que varios de ellos lograron enormes avances en poco tiempo, una vez que fueron devueltos a la convivencia humana, y después de haber experimentado intentos constantes de comunicarse con ellos.

Los niños ferales parecen inhumanos porque aprendieron un sistema diferente de comunicación, por ejemplo, el usado por los animales entre los cuales han vivido. Los progresos fueron sin duda el efecto de aprender el sistema de comunicación que prevalece en los humanos socializados. En la vida social es esencial la habilidad para describir nuestros conocimientos y nuestras capacidades, así como para comunicar de manera convincente nuestros objetivos.

Finalmente, es importante distinguir lo que los investigadores denominan como comunicación intrapersonal e interpersonal.

La comunicación intrapersonal es la forma básica de todas las demás manifestaciones de comunicación humana. Bittner dice al respecto: "Sin un efectivo sistema de comunicación intrapersonal, un organismo no es capaz de funcionar y responder a su medio ambiente, esto es, no lo permite estar abierto a las formas externas de comunicación".⁵

Básicamente, este sistema de comunicación permite a una persona tomar decisiones teniendo como premisa la información recibida a través de los sentidos.

Por ejemplo: cuando una persona ve la televisión sus ojos y oídos reciben una información, misma que es comunicada, a través del sistema nervioso central, al cerebro. Si el mensaje visto y oído es agradable e interesante, el sistema de comunicación intrapersonal del individuo le indicará que debe atender al programa de televisión. Por el contrario, si no le gusta, su cerebro emitirá un mensaje a sus músculos con objeto de cambiar de canal o de apagar la televisión.

Por lo que respecta a la comunicación interpersonal, en los inicios del lenguaje ésta se realizaba de manera directa, cara a cara. Posteriormente, ya no fue necesario estar frente a una persona para proporcionarle alguna información.

Para ilustrar lo anterior, pongamos un ejemplo muy sencillo partiendo del modelo básico de comunicación: una persona (emisor) puede expresar (medio) algunas palabras (mensaje) a un amigo (receptor) que se encuentra en una habitación contigua, posteriormente el amigo responde con una aprobación (retroalimentación). Mientras el primer individuo está hablando y su amigo reacciona a las palabras, al mismo tiempo está teniendo lugar un proceso de comunicación intrapersonal. Asimismo, si en ese instante se escucha una detonación (ruido) fuera de la casa, automáticamente se rompen ambos procesos de comunicación, es decir, interpersonal e intrapersonal.

Todos los días empleamos la comunicación interpersonal. Sin embargo, el número de personas al que podemos expresar nuestras ideas es muy limitado si empleamos únicamente esta forma de comunicación. Para entender en su extensa dimensión el proceso de comunicación, es necesario ver más allá de la simple comunicación interpersonal empleando para tal fin los medios de comunicación colectiva.

Los medios de comunicación colectiva son el tercer tipo de comunicación humana. Difieren de los otros en el sentido de -- que requieren de un medio colectivo, como el radio, la televi--sión, periódicos, etcétera. También es necesaria la presencia de una persona o grupo formalmente organizado que controla y -- procesa la información antes de ser difundida al público.

Normalmente, en la práctica esta persona o grupo organizado desempeña tres funciones básicas en los medios de comunicación:

1. limitar la información
2. expandir la información y
3. reorganizar o reinterpretar la información que se va a difundir.

Los principales medios de comunicación colectiva son: periódicos, revistas, folletos, boletines, libros, fotograffas, radio, televisión, cine, cable y los modernos satélites, entre otros.

1.2. La Comunicación en un Centro de Investigación.

La importancia de la comunicación no se concreta al individuo. Es la fuerza que permite a los grupos su cohesión. En las relaciones interpersonales desempeña funciones similares a las del cemento, del concreto, la goma o las cargas en un campo magnético. No sólo las pequeñas asociaciones de particulares dependen de la comunicación para subsistir, sino que toda unidad industrial y todo organismo gubernamental funciona efectivamente sólo cuando se comunica con facilidad y eficiencia.

Una de las principales funciones de la llamada "línea de autoridad" o "cadena de mando" es que proporciona canales de comunicación que se extienden de lo más alto hasta lo más bajo, a través de toda la estructura.

Estos canales desempeñan un papel crítico en los dos tipos de relaciones que son esenciales para el correcto funcionamiento de la organización: relaciones entre cada persona y su trabajo, y entre cada persona y su superior.

Si se interrumpe la comunicación en las cosas que el trabajador necesita saber acerca de su trabajo, inmediatamente se producen errores en la tarea encomendada.

Por otra parte, si la comunicación en la relación entre trabajador y jefe no es satisfactoria, se perjudica la eficiencia porque falta cooperación. Para el dirigente, ejecutivo o investigador la comunicación eficiente con sus colaboradores es esencial, si desea estar bien informado.

Para tomar decisiones correctas, resolver conflictos y hacer que la Institución funcione bien, necesita de una información adecuada.

Los funcionarios e investigadores dependen de la comunicación verbal de sus subordinados para recibir información detallada sobre el trabajo y las condiciones que pueden afectar un proyecto en desarrollo.

La necesidad de disponer de una comunicación efectiva en cualquier organización es tan aguda que algunas secciones de ellas están consagradas, fundamentalmente, a reunir ciertos tipos de información y comunicarlos a los niveles superiores.

Asimismo, fuera del ámbito estrictamente interno de la Institución la buena comunicación de los científicos entre sí y con el resto de la sociedad es indispensable para una sana y vigorosa actividad científica. Más aún, esa comunicación es parte esencial de la ciencia como quehacer humano. A este respecto Fernando del Rfo expresa: "La misma pretensión de objetividad de la visión científica del mundo presupone la comunicación entre los científicos".

A fin de que un centro de investigación científica y tecnológica cumpla eficaz y eficientemente con sus funciones, es recomendable mantener permanentemente una política de comunicación, llamada por los especialistas, intracientífica y extracientífica.

"La comunicación intracientífica - explica del Rfo-, no sólo implica la crítica, en ocasiones despiadada, que elimina --- errores y afina procedimientos, sino que ha sido esencial para definir lo que se considera 'científico' y lo que no.

"La comunicación extracientífica, que es aquella realizada - entre el conjunto de investigadores y el resto de la sociedad, es también esencial. Mediante ella, la ciencia se convierte -- efectivamente en patrimonio de la humanidad, para verificarse - finalmente en las actividades tecnológicas, filosóficas, educativas, etcétera".

Por lo que respecta a la comunicación extracientífica ésta - se expresa a través de una estrecha relación entre el sistema - científico con los sistemas productivo, educativo, político y - público en general. Dicha relación se enmarca en un contexto - de necesidades específicas mismas que no se pueden satisfacer - plenamente, con un solo medio.

La comunicación entre el sistema productivo y el científico es indispensable para que el primero esté al tanto de los resul tados científicos con posibilidades de aplicación práctica y de las capacidades de los investigadores de una región o país. -- Por su parte, el sistema científico requiere de información --- acerca de la problemática y la capacidad de la planta productiva para orientar, aunque a veces sea a largo plazo, sus temas - de investigación y aprovechar los productos del mercado en sus actividades.

En el sistema educativo moderno la ciencia desempeña un pa-- pel muy importante. Prácticamente todos los programas de enseñanza, desde el nivel básico, contienen en alguna medida temas científicos, que persiguen no sólo proporcionar información --- científica a los alumnos, sino formarlos con una visión moderna del mundo en que viven.

Por tal motivo, la comunicación entre científicos y educadores importa en la definición y elaboración de programas, la formación del profesorado y la producción de material didáctico. Además, el contacto entre los investigadores científicos y los educadores es también necesario por las limitaciones de los procedimientos escolarizados.

Asimismo, la comunicación entre científicos y dirigentes políticos, gobernantes u opositores, es en la actualidad esencial para garantizar el apoyo económico a los primeros y para dar a los segundos la información científica que cada día es necesaria en mayor número de proyectos políticos. Esta comunicación es particularmente importante en los casos de gran interés, como son en el presente momento histórico las áreas prioritarias de energéticos, medio ambiente y armamentos.

Finalmente, queda la comunicación entre un centro de investigación con el gran público. Considerando dentro de éste todas aquellas personas que tengan interés general en la ciencia, además del interés particular que tuvieran en ella en su carácter de dirigentes políticos, educadores o productores de bienes y servicios.

Como se puede apreciar, un centro de investigación tiene una necesidad profesional de comunicación, ya que requiere de la información o crítica de otros organismos similares para realizar su investigación.

Ahora bien, los medios empleados por los centros de investigación científica y tecnológica son muy variados y responden a sus objetivos específicos, necesidades y recursos. Dichos medios son los siguientes: conferencias, talleres, exposiciones, museos, diaporamas, videgrabaciones, cine, radio, televisión, diarios, revistas y libros.

Es conveniente destacar que los medios de divulgación más -- personales son las conferencias y los talleres, -sesiones de experimentación y juego bajo la guía de personas adiestradas-, y que los medios colectivos como el cine, el radio y la televi-- sión son los más impersonales y costosos.

Los medios que se usan para satisfacer las necesidades de -- comunicación intracientífica, van desde el contacto personal -- (que es el medio más informal), hasta los libros, que suminis-- tran el medio de mayor formalidad y permanencia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- 1.- "Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado", Tomo III, - Editorial Selecciones del Readers Digest, México, 1979, Decimoquinta Edición, pág. 748.
- 2.- Warren, Agee, "Introducción a los Medios de Comunicación", Harper & Row, Publishers, Nueva York, Sexta Edición, 1979, pág. 4
- 3.- Bittner, John, "Medios de Comunicación Colectiva", Prentice-Hall, Inc., Nueva Jersey, E.U.A., Segunda Edición, 1980, pág. 1.
- 4.- Gándara, Javier, "La Comunicación", Editorial IMP, México, Junio de 1980, pág. 3.
- 5.- Bittner, John, op. cit. pág. 8.
- 6.- Del Rfo, Fernando, "La Comunicación en la Ciencia", Revista Ciencia, Ed. Conacyt, México, 1982, Núm. 33, pág. 73.
- 7.- Idem, pág. 83

C A P I T U L O 2

EL INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO

2.1. ANTECEDENTES

"Desde el punto de vista tecnológico, el sector de los energéticos es el más fuerte y avanzado dentro del contexto nacional, gracias, en gran medida, a la creación y desarrollo del Instituto Mexicano del Petróleo, y a su intensa vinculación con Petróleos Mexicanos.

"En lo que se refiere a los renglones básicos de prospección petrolera, de extracción de los hidrocarburos y en los procesos de refinación y petroquímica, se ha logrado un alto índice de capacidad tecnológica nacional. En términos generales, puede decirse que la disponibilidad nacional de la tecnología que requiere la industria petrolera alcanza un 90 por ciento, si se hace la diferencia correcta entre lo que es estrictamente tecnología petrolera y la tecnología de sus abastecimientos, sobre todo en materia de fabricación de los bienes de capital que insume. El mayor grado de avance se da en exploración, explotación, refinación y procesamiento de gas, en donde se llega casi al 100 por ciento de disponibilidad nacional. Sin embargo, aún existen algunos procesos petroquímicos y áreas de alta especialización, en los que no se dispone de la tecnología y en donde hay que concentrar el trabajo.

"Debido a la gran rapidez de innovación del sector energético, es necesario intensificar los esfuerzos en materia científica y tecnológica, a fin de consolidar los avances logrados y expandirse en otras áreas estratégicas. Además, hay que tratar de reducir la sub-utilización que se ha detectado de tecnología disponible a nivel nacional, para lo cual hay que realizar el inventario tecnológico integral del sector, a fin de promover su divulgación y más adecuado aprovechamiento".¹

Las anteriores son palabras del Ing. José Luis García-Luna, Director General del Instituto Mexicano del Petróleo, con motivo de la presentación ante el Consejo Directivo de la Institución, del Plan Estratégico de Desarrollo del IMP para el período

do 1984-1988, y que al mismo tiempo muestran claramente el papel -- fundamental que ha desempeñado dicho Instituto desde su creación en la consolidación tecnológica, en materia petrolera, que ha tenido -- el país en los últimos años.

Teniendo como premisa los conceptos anteriores, es propósito de este capítulo describir las principales funciones que tiene asignadas el Instituto Mexicano del Petróleo. Cabe destacar que dicho -- Instituto trabaja para alcanzar una autosuficiencia tecnológica para la industria petrolera nacional, con objeto de coadyuvar en la -- política de sustitución de importaciones implantadas por el Gobierno Federal en el presente régimen.

La calidad y capacidad en sus trabajos, en sus 21 años de existencia, han colocado al Instituto Mexicano del Petróleo en un sitio destacado en su ámbito de acción, a nivel nacional e internacional.

En la actualidad es considerado como la firma de ingeniería más grande del mundo, motivo por el cual un primer Mandatario del país afirmó que "el IMP es uno de los pocos ejemplos de eficiencia y -- eficacia que podemos mostrar con orgullo al mundo".²

El Instituto Mexicano del Petróleo fue creado por decreto presidencial expedido el 23 de agosto de 1965, como organismo descentralizado de interés público, con carácter preponderantemente técnico, educativo y cultural, con personalidad jurídica y patrimonios propios. Inició sus actividades el 18 de marzo de 1966.

2.2. OBJETIVOS.

Los objetivos que tiene fijados el Instituto Mexicano del Petróleo son los siguientes:

- a) Efectuar investigación científica, básica y aplicada.
- b) Desarrollar disciplinas de investigación básica y aplicada.

- c) Desarrollar nuevas tecnologías y procesos.
- d) Adaptar y mejorar tecnologías existentes.
- e) Realizar estudios técnicos y económicos.
- f) Ejecutar proyectos de ingeniería para instalaciones industriales.
- g) Prestar servicios de carácter tecnológico.
- h) Fomentar la aplicación de los desarrollos tecnológicos -- propios a nivel industrial.
- i) Brindar asistencia técnica a los usuarios de los procesos, equipos o productos resultantes de su tecnología.
- j) Establecer colaboración científica y técnica con entidades nacionales y extranjeras.
- k) Difundir los desarrollos científicos y su aplicación en el ámbito petrolero.
- l) Impartir capacitación a personal obrero, administrativo y técnico.
- m) Coordinar programas de prácticas estudiantiles y profesionales en la industria petrolera nacional.
- n) Efectuar planes de perfeccionamiento y capacitación superior de sus profesionales.
- o) Promover la información de maestros, doctores e investigadores.³

2.3. ESTRUCTURA

Para realizar las tareas encomendadas, el Instituto Mexicano del Petróleo (IMP) cuenta con un cuadro de 4895 empleados, de los cuales 2156 son profesionales de diversas disciplinas, 196 de ellos con grado de maestría o doctorado, del orden de 979 -- técnicos de apoyo a los investigadores y profesionales y 1760 - empleados en actividades de soporte y administrativas.

El IMP está estructurado de la siguiente manera: Un Consejo Directivo, un Director General, cinco Subdirecciones Generales y dos Subdirecciones de Servicios.

El desglose de las dependencias es el siguiente:

1) Subdirección General de Tecnología de Exploración y Explo-
tación; 2) Subdirección General de Transformación Industrial; -
3) Subdirección General de Ingeniería de Proyecto; 4) Subdirec-
ción General de Capacitación y Desarrollo Profesional; 5) Subdi-
rección General de Comercialización; 6) Subdirección de Servi-
cios Técnicos; y 7) Subdirección de Servicios Administrativos.⁴

La Subdirección General de Tecnología de Exploración y Explo-
tación, está constituida por las Subdirecciones de Tecnología -
de Exploración y de Tecnología de Explotación; la Subdirección
General de Transformación Industrial está integrada por las Sub-
direcciones de Investigación Básica de Procesos y de Tecnología
de Refinación y Petroquímica.

La Subdirección General de Ingeniería de Proyecto está com-
puesta por las Subdirecciones de Ingeniería de Proyectos de Ex-
plotación y de Ingeniería de Proyectos de Plantas Industriales.

Asimismo, las Subdirecciones de Capacitación y de Desarrollo
Profesional conforman la Subdirección General de Capacitación
y Desarrollo Profesional.

La Subdirección General de Comercialización está constituida

por las Subdirecciones de Planeación Económica e Industrial, y de Promoción y Producción Industrial.

Asimismo, las Gerencias de Tecnología de Materiales, Computación Electrónica, Tecnología en Comunicaciones y Electrónica y la de Arquitectura y Construcción, forman la Subdirección de Servicios Técnicos.

Finalmente, se encuentra la Subdirección de Servicios Administrativos.

Es conveniente destacar que dentro de esta estructura las áreas de comunicación social se encuentran ubicadas en la Subdirección General de Capacitación y Desarrollo Profesional, concretamente en las Divisiones de Difusión y Editorial.

Desde su inauguración, hace 21 años, el Instituto Mexicano del Petróleo ha tenido cinco Directores Generales (contando al presente). Todos ellos fueron y son, según el caso, destacados técnicos y brillantes profesionales reconocidos por su labor no sólo en México sino también en el extranjero.

El primer Director General fue el Ing. Javier Barrios Sierra (ya fallecido), quien administró el Instituto de febrero a mayo de 1966; el segundo fue el Ing. Antonio Dovalí Jaime (ya fallecido), cuya gestión fue de agosto de 1966 a diciembre de 1970; el tercero fue el Ing. Bruno Mascanzoni (ya fallecido) quien dirigió al IMP de enero de 1971 a septiembre de 1978; el cuarto fue el Ing. Agustín Straffon Arteaga, dirigiendo a la institución de septiembre de 1978 a diciembre de 1982; finalmente, el quinto Director General, y actual, es el Ing. José Luis García-Luna Hernández quien se encuentra en funciones desde el 16 de diciembre de 1982.

El IMP está situado en el Eje Central Lázaro Cárdenas número 152 (antes avenida de los Cien Metros), en la Colonia San Bartolo Atepehuacan, al norte de la ciudad de México, entre el Eje Cuatro Norte y la avenida Azcapotzalco la Villa. Sus instalaciones están edificadas sobre más de 6 000 m².

2.4. FUNCIONES

Las funciones prioritarias del Instituto Mexicano están orientadas en los siguientes rubros:

1.- Desarrollos en Investigación, en las áreas de:

- Exploración
- Explotación
- Investigación básica de procesos
- Resultados de la investigación, como patentes, productos químicos y catalizadores.
- Productos químicos
- Catalizadores

2.- Desarrollo de Tecnologías, en las áreas de:

- Explotación
- Investigación básica de procesos
- Tecnologías de procesos IMP utilizados en México y en el extranjero.

3.- Servicios de Ingeniería, en las áreas de:

- Exploración
- Explotación
- Investigación básica de procesos
- Servicios analíticos
- Ingeniería de proyectos de plantas industriales
- Ingeniería de proyectos de exploración
- Estudios económicos y de planeación para la industria petrolera mexicana y la de otros países
- Servicios de estudios de impacto ambiental
- Computación electrónica
- Tecnología de materiales
- Arquitectura y construcción
- Talleres

4.- Capacitación y Desarrollo Profesional.^s

La madurez alcanzada por el Instituto Mexicano del Petróleo durante sus 21 años de actividades le ha permitido impulsar -- con mayor eficacia sus relaciones y actividades a nivel internacional.

Entre los aspectos más importantes en el plano internacional pueden mencionarse los siguientes:

Desarrollo conjunto de tecnologías y catalizadores para procesos de refinación y petroquímica con empresas de investigación de Estados Unidos y Europa, entre los cuales destacan: -- Universal Oil Products Co; Davison Chemical Co; Lummus Company; Technipetrol; Instituto Francés del Petróleo; Ente Nazionale Idrocarburi; United Carbide; United Catalysts Inc; Engelhard Minerals and Chemicals; American Cyanamid; Plycoflex Inc; y Kendall Corporation (División Ppliken).

Colaboración recíproca, intercambio, asistencia técnica y transferencia de tecnología con las compañías petroleras estatales latinoamericanas de Bolivia, Colombia, Nicaragua, Guatemala, Argentina, Cuba, República Dominicana, Costa Rica, Ecuador, Brasil, Jamaica y Venezuela.

Intercambio científico y cultural con Universidades, centros de investigación e institutos de otros países, entre los cuales pueden mencionarse: Universidad de Stanford; Universidad de Texas A&M; Universidad de Kansas; Universidad Hebrea de Jerusalem; Universidad de Temple, Texas; Universidad de Texas en Austin; Universidad de Delaware; Escuela de Minas de París; Instituto de Catálisis y Petroquímica; Universidad de Nueva Orleans.

Apoyo técnico y servicios de capacitación a países desarrollados o en vías de desarrollo, entre los que se pueden citar: "Portugal, España, China, Vietnam, Egipto, Arabia Saudita y la Organización de Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI). Indudablemente, un elemento que puede servir como parámetro para emitir un juicio en relación a la calidad y prestigio logrado por el Instituto Mexicano del Petróleo, en el ámbito petrolero nacional e internacional, es el número de patentes y certificados de investigación registrados tanto en el país como en el extranjero".⁶

En la actualidad cuenta con 159 patentes, de las cuales "51 corresponden a procesos de refinación y petroquímica; 64 a la elaboración de productos químicos y aditivos; 34 a catalizadores y métodos para su obtención y 10 a otras patentes. De esta cantidad, se tienen registradas 37 en 15 países, contándose entre ellos a Estados Unidos, Canadá, Israel, Japón, Nueva Zelanda y algunos países de América Latina, lo que representa un 23.3 por ciento del total".⁷

Asimismo, con objeto de seguir cumpliendo los objetivos para los que fue creado el IMP, el Ing. García-Luna asienta que para el período 1984-1988 se pretende cumplir las siguientes actividades:

- 1.- Continuar reforzando las actividades de investigación y desarrollo, hasta lograr una sana autosuficiencia tecnológica, considerando ahora no sólo el campo propio de la actividad petrolera sino también el del abastecimiento de sus insumos principales.
- 2.- Seguir elevando la calidad y la diversidad de servicios tecnológicos, tales como la captación y procesamiento de registros sismológicos y geofísicos de pozos, el trabajo de ingeniería básica y de detalle, y en general, -

de todo tipo de apoyo técnico que requieren las industrias petrolera, petroquímica y química. Destacan entre estos servicios, por su importancia, los inherentes a la elevación de la eficiencia energética dentro de la propia industria petrolera y la preservación del equilibrio ecológico.

- 3.- Capitalizar la experiencia y la capacidad científica ya alcanzada por el IMP, para ampliar su ámbito industrial, en beneficio de otras industrias y de la economía nacional, buscando también proyectarse hacia el extranjero en su afán de captar divisas.
- 4.- Intensificar la capacitación de los trabajadores de las industrias petrolera, petroquímica y conexas, coadyuvando a la mejor utilización y eficiencia de los recursos humanos.
- 5.- Apoyar la fabricación nacional de insumos y bienes de capital para las industrias petrolera y petroquímica, mediante la participación, en forma directa e indirecta, en empresas que utilicen las tecnologías desarrolladas por el IMP.⁶

La finalidad de este segundo capítulo fue dar una breve semblanza de lo que es el Instituto Mexicano del Petróleo; sus objetivos, funciones, actividades y logros, con objeto de mostrar al lector -- que en su ámbito de acción, la investigación científica para las industrias petroleras, petroquímica y química, ha logrado éxitos considerables reconocidos en México y el extranjero.

Así de esta manera, al conocer su estructura orgánica y número de personal altamente calificado, nos proporciona las bases para saber que el Instituto cuenta con profesionales calificados para redactar artículos de interés, y más aún, con los conocimientos necesarios para escribir libros de gran contenido científico.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- 1.- García-Luna, José Luis, "Plan Estratégico de Desarrollo del Instituto Mexicano del Petróleo, 1984-1988"; Editorial IMP, México, 1984, Pág. 7.
- 2.- IMP Boletín Informativo del Instituto Mexicano del Petróleo, Editorial IMP, México, Núm. 28, Abril de 1982, pág. 50.
- 3.- IMP Folleto General del Instituto Mexicano del Petróleo, Editorial IMP, México, 1981, pág. 10.
- 4.- IMP Manual General de Organización del Instituto Mexicano del Petróleo, Editorial IMP, México, 1982, pág. 54.
- 5.- Folleto General del Instituto Mexicano del Petróleo op. cit. págs. 59, 87.
- 6.- IMP Informe Anual de Actividades del Instituto Mexicano del Petróleo, Editorial IMP, México, 1983, pág. 7.
- 7.- IMP Manual de Patentes Registradas, Editorial IMP, México, 1984, pág. 10.
- 8.- García-Luna, José Luis, op. cit. pág. 8.

C A P I T U L O 3

LA COMUNICACION INTERNA Y EXTERNA EN EL INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO,

3.1. INFRAESTRUCTURA EXISTENTE,

Durante las últimas décadas, el petróleo ha incrementado notablemente su importancia estratégica. Su influencia en la actividad financiera de todo el mundo es una muestra del papel fundamental que juega como motor del desarrollo económico. El problema de su desaparición futura preocupa a la humanidad y la obliga, desde ahora, a pensar en la búsqueda de nuevas alternativas en el campo de los energéticos.

Mientras, la industria petrolera avanza a pasos agigantados para poder satisfacer la creciente demanda de sus productos que, además de ser mercancías intercambiables, se han convertido poco a poco en eficientes armas de carácter político para los países que lo poseen. Las crecientes necesidades de hidrocarburos y la certidumbre sobre su finitud están llevando al mundo a una competencia cada vez más fuerte y cerrada por asegurarse el abastecimiento suficiente del energético.

"La era del petróleo como motor de la industria mundial alcanza ya a ver su fin para los primeros años del siglo próximo. La búsqueda de hidrocarburos, sin embargo, no cesa, sino que se incrementa notablemente y no terminará sino cuando las esperanzas y expectativas hayan desaparecido por completo.

"En este sentido, México en la década pasada fue el único país en el mundo que tuvo un aumento considerable en sus reservas petroleras. Los tres yacimientos supergigantes descubiertos en los setentas, correspondieron a México que pasó del 18º al 4º lugar en reservas mundiales de hidrocarburos. Esta cantidad de reservas tiene además, muchas posibilidades de seguir aumentando en los próximos años".⁴

Este explosivo desarrollo petrolero requirió, y aún en nuestros días requiere, de una cantidad creciente de personal capacitado para cubrir las diferentes áreas de la industria.

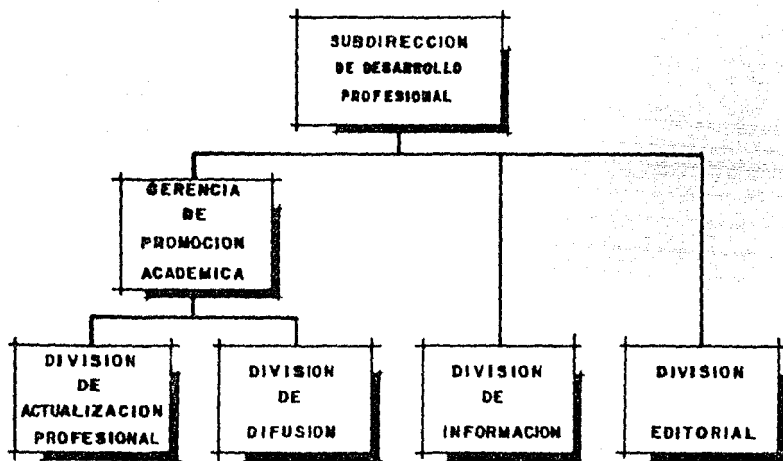
El crecimiento de Petróleos Mexicanos en los últimos años rebasó con mucho las previsiones que en todos los aspectos podemos imaginar, entre ellos el de la formación y capacitación de sus trabajadores.

Prioritariamente la industria requiere de personal capacitado a todos los niveles, tanto para el trabajo de investigación y de toma de decisiones como para el trabajo manual y de rutina.

Por su parte, el Instituto Mexicano del Petróleo consciente de esta importante necesidad demandada por Petróleos Mexicanos, y en apego a uno de los objetivos bajo los cuales fue creado, siempre se ha preocupado por satisfacer los requerimientos de capacitación y desarrollo profesional del personal de Pemex.

Para tal fin, el IMP cuenta con la Subdirección de Desarrollo Profesional, cuyos objetivos fundamentales son promover el incremento de los conocimientos, las aptitudes y actitudes del personal profesional de la industria petrolera, petroquímica y química para incrementar la productividad y la eficiencia, mejorar las actitudes hacia el trabajo; aumentar la seguridad; perfeccionar la administración; propiciar la innovación tecnológica; estimular la investigación; difundir los avances tecnológicos y fomentar la cultura.

Para cubrir la función de incrementar los conocimientos, la Subdirección de Desarrollo Profesional cuenta con una gerencia y dos divisiones independientes que utilizan diferentes mecanismos con la misma orientación.



La Gerencia de Promoción Académica está constituida por las Divisiones de Actualización Profesional y de Difusión.

La primera de estas Divisiones dedica sus esfuerzos a mantener actualizado al personal profesional, principalmente, de Petróleos Mexicanos y del Instituto Mexicano del Petróleo atendiendo sus necesidades a corto, mediano y largo plazo para la formación de profesionales a niveles de especialización, maestría y doctorado en áreas operativas prioritarias de la industria petrolera.

La segunda División de esta Gerencia es la Difusión, en ella se da énfasis a la difusión de actividades de la industria, con particular atención a la función de formación y actualización del personal de la industria petrolera, a través de la elaboración de diferentes tipos de material audiovisual. Asimismo, está orientada hacia el fomento de las relaciones científicas y académicas con instituciones de enseñanza superior y de investigación, asociaciones de profesionales, así como organismos oficiales tanto nacionales como extranjeros.

Por su parte, la División de Información coadyuva al desarrollo profesional mediante el diseño y operación de sistemas de almacenamiento y recuperación de información especializada.

Finalmente, la División Editorial se encarga de la edición, impresión y promoción de publicaciones y material didáctico relacionado con el desarrollo científico y tecnológico de la industria.

Precisamente, a través de esta última División, el Instituto Mexicano del Petróleo ha canalizado sus esfuerzos a fin de fomentar la edición y circulación de publicaciones especializadas en la industria, con objeto de capacitar y actualizar a los trabajadores del petróleo.

A través de 21 años de experiencia, se ha demostrado la eficacia de las publicaciones especializadas como importantes instancias de capacitación colectiva e intensiva del personal. El mismo desarrollo de la historia de las publicaciones relacionadas con la industria petrolera nos ilustra sobre la importante función que desempeñan en la actualización continua del conocimiento de dicha industria.

Desde la primera publicación que data de 1795 (Anales des Mines), hasta 1975, han aparecido 393 publicaciones periódicas relacionadas con la producción de petróleo en el mundo. Paralelamente al crecimiento de la industria del petróleo, se ha dado también un notable crecimiento de las revistas especializadas vinculadas a ella.

Importante e interesante información sobre el desarrollo de investigaciones, experimentos, exploraciones y resultados, se ha podido intercambiar gracias a la publicación de revistas, informes, libros y folletos sobre los hidrocarburos.

Como decía, la División Editorial es el área encargada de producir publicaciones relacionadas con las industrias petrolera, petroquímica y química; preservar y difundir los logros científicos y tecnológicos del IMP; enriquecer el acervo editorial científico de carácter nacional e internacional a través de sus diferentes publicaciones periódicas y no periódicas; realizar una -- adecuada selección de autores y temas potenciales de interés para la industria petrolera e industrias afines; atender las demandas de Petróleos Mexicanos y del propio Instituto Mexicano del Petróleo en cuanto al diseño e impresión de manuales y folletos descriptivos que contribuyan a la difusión de los servicios y productos ofrecidos por estos organismos, así como a la divulgación de los desarrollos tecnológicos alcanzados por estas entidades.

Es importante mencionar que hasta el momento no todos estos objetivos se han podido realizar debido a diferentes circunstancias, mismas que más adelante en su oportunidad explicaremos y analizaremos.

La División Editorial para llevar al cabo estas funciones está estructurada de la siguientes manera:

3.1.1. DIVISION EDITORIAL.



La División cuenta con la Jefatura y tres Departamentos, los cuales son: Análisis y Promoción Editorial; Arte y Diseño; y por último el de Impresión.

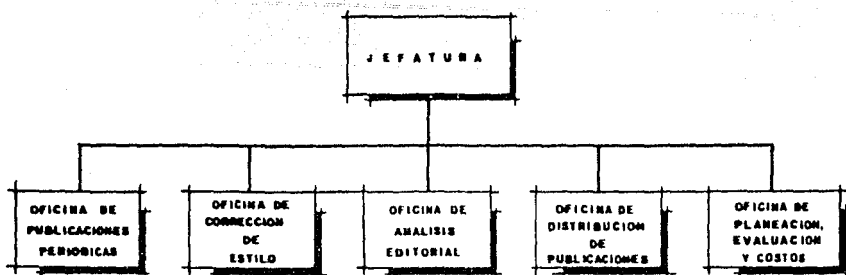
Con objeto de dar una visión más amplia de la infraestructura con que cuenta la División Editorial, a continuación desglosaré las principales funciones de cada uno de estos Departamentos, así como los recursos humanos y materiales con que cuenta para el -- óptimo desarrollo de las mismas.

3.1.2. DEPARTAMENTO DE ANALISIS Y PROMOCION EDITORIAL. Sus -- funciones básicas son las de: detectar las necesidades de mate-- rial didáctico susceptible de publicarse; recopilar y clasificar la información disponible para su publicación en la Revista del- IMP, el Boletín Informativo y la Gaceta; seleccionar autores po- tenciales dentro del Instituto Mexicano del Petróleo, con el fin de involucrar a todos los científicos en una labor editorial se- ria e intensa; realizar la corrección de estilo de las diversas- publicaciones del IMP y Pemex; elaborar folletos descriptivos de las instalaciones de Petróleos Mexicanos, como complejos petroquí- micos, refinerías y plataformas marinas de perforación.

En el caso de la edición de libros, se realiza previamente un análisis editorial para determinar, en su caso, la conveniencia- de su publicación, para posteriormente someterlo a la autoriza- ción de la Comisión Editorial, en este estudio también se deter- mina si se requiere la inclusión de material gráfico de apoyo.

También, se encarga de la promoción y distribución de las pu- blicaciones periódicas y no periódicas del Instituto.

Con objeto de optimizar sus actividades, el Departamento se en- cuentra dividido de la siguiente manera:



Las principales funciones de estas oficinas son las siguientes:

Oficina de Publicaciones Periódicas.- Se encarga del proceso de edición de la Revista, Boletín y Gaceta del IMP. Ordena y propone ante la Comisión Editorial el material que se va a publicar. En general, coordina todas las actividades llevadas al cabo en el proceso editorial, desde la recopilación de artículos, y en algunos casos, la redacción de editoriales, artículos y notas informativas, hasta la supervisión de las fotografías, diseño de la portada, tipografía, formato e impresión.

Oficina de Corrección de Estilo.- En virtud de que las publicaciones del Instituto son eminentemente técnicas, los autores de los artículos en un 95 por ciento son técnicos también. Por tal motivo, se vio la imperiosa necesidad de contar con especialistas en redacción con objeto de proporcionar a los escritos una sintaxis adecuada, así como evitar el uso excesivo de tecnicismos y proporcionar homogeneidad en la redacción.

Esta área interviene en las publicaciones periódicas y no periódicas del Instituto Mexicano del Petróleo.

Oficina de Análisis Editorial.- Esta entidad realiza un análisis de contenido de los originales enviados a la División a fin de ser publicados. Asimismo, en caso de que reúna los requisitos de calidad solicitados, se lleva al cabo un estudio de mercado con objeto de saber si el tema propuesto tiene posibilidades de ser vendido tanto en México como en el extranjero. Se investiga toda la bibliografía existente, tanto en español como en otros idiomas.

Si el mercado es propicio, se propone la publicación del libro, indicando el tiraje, diseño, tipografía, formato, tipo de papel y precio de venta al público, así como los posibles compradores.

Este área también se encarga de promover convenios editoriales con instituciones de educación superior del país y del extranjero.

Oficina de Distribución de Publicaciones.- Esta sección se encarga de distribuir oportuna y eficientemente las publicaciones generadas en el Instituto. Para cumplir con su propósito emplea un sistema computarizado de control de suscriptores, mismo que contempla las siguientes características:

- a) Suscripciones otorgadas por: donación, intercambio o venta directa.
- b) Avisos de vigencia
- c) Control de pagos.
- d) Venta de números atrasados.
- e) Contestación de correspondencia, solicitando información de artículos publicados en la Revista.
- f) Reclamaciones.

Oficina de Planeación, Evaluación y Costos.- Es el área donde se ejerce un control de los trabajos solicitados a la División, jerarquizando por prioridades los que se deben terminar primero; asimismo utiliza un sistema computarizado mediante el cual se obtienen presupuestos, costos y estadísticas de crecimiento para nuevos proyectos a corto y mediano plazo.

3.1.2.1. RECURSOS MATERIALES. Los recursos materiales con los que cuenta este Departamento son: tres máquinas eléctricas de escribir, una para la secretaria quien mecanografía todos los oficios generados en el mismo, así como la correspondencia con los suscriptores nacionales y extranjeros, las otras dos máquinas son empleadas por periodistas, quienes mecanografían editoriales, artículos, notas informativas y análisis editoriales que redactan.

Asimismo, se tiene una extensión telefónica; una terminal de computadora, a fin de actualizar el directorio de suscriptores - a las publicaciones periódicas, dos flejadoras para asegurar el envío de las ediciones IMP, tanto a México como al extranjero; - dos grabadoras portátiles con objeto de grabar entrevistas, discursos, seminarios, etc. que tengan importancia para la industria petrolera.

3.1.2.2. RECURSOS HUMANOS. El cuadro de personal con que cuenta este Departamento para el desempeño de sus funciones es el siguiente:

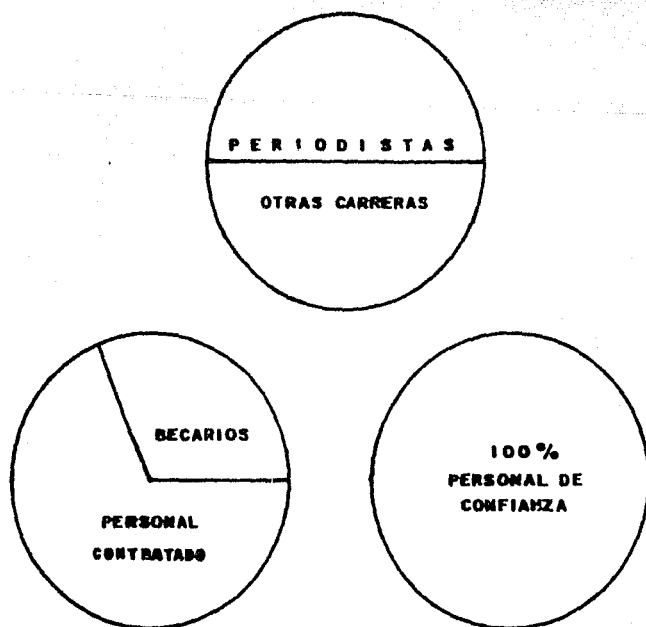
Jefatura	un periodista una secretaria
Oficina de Publicaciones Periódicas	tres Licenciados en Periodismo una Licenciada en Historia del Arte un Lic. en Trabajo Social
Oficina de Corrección de Estilo	dos Licenciados en Periodismo
Oficina de Análisis Editorial	una Ingeniera Química tres Licenciados en Periodismo una Lic. en Administración de empresas un Lic. en Admón. Pública,
Oficina de Distribución Publicaciones	Un Lic. en Admón. de Empresas.

Oficina de Planeación, Evaluación y Costos

un Lic. en Admón Pública
dos Ingenieros Químicos-
Industriales.

Todos ellos hacen un total de 18 profesionistas, de los cuales nueve son periodistas, tres son ingenieros químicos, dos son administradores públicos, dos administradores de empresas, un Lic. en Trabajo Social y una Lic. en Historia del Arte. Adicionalmente se cuenta con la secretaria,

De estas 19 personas, 13 están contratadas, siendo las 13 de confianza, y seis son becarios.



Como se puede apreciar, todo el personal es profesional, incluyendo a los becarios, predominando, como sería obvio para las actividades desempeñadas, los periodistas.

3.1.3. DEPARTAMENTO DE ARTE Y DISEÑO. Es el canal oficial - que mantiene una alta calidad en el diseño gráfico de las ediciones IMP. Desarrolla los originales para impresión, para lo cual trabaja en colaboración con los demás Departamentos de la División; atiende las solicitudes de formato para libros, folletos, logotipos, normas de ingeniería, etcétera.

Asimismo, se encarga de elaborar el material de apoyo gráfico como tablas, figuras, diagramas y el dibujo artístico para las diferentes publicaciones. Realiza el diseño de carteles, trípticos, invitaciones y demás material necesario para los diferentes eventos académicos y culturales del Instituto.

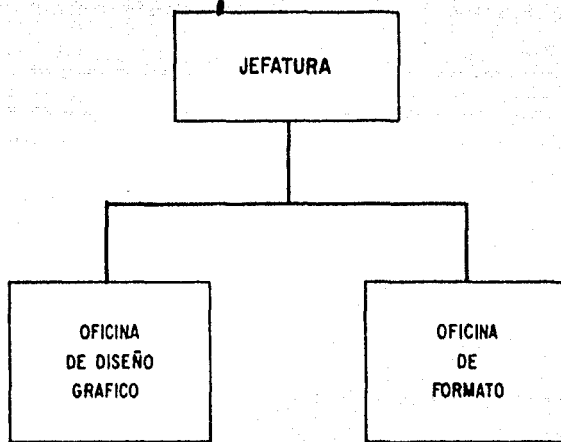
Al mismo tiempo, atiende las solicitudes de Petróleos Mexicanos en lo que se refiere al diseño de folletos, reportes, manuales, informes e invitaciones.

3.1.3.1. RECURSOS MATERIALES. Este Departamento tiene bajo su jurisdicción una máquina eléctrica de escribir, para la secretaría, una extensión telefónica, siete restiradores, siete lámparas, una para cada restirador, una mesa de transparencias, una máquina varityper; la materia prima como son: hojas de lettraset de varios tipos, escuadras, cuchillas, pegamento, cartones, leroy, reglas, plumines, etc.

3.1.3.2. RECURSOS HUMANOS. Este Departamento está conformado por:

Siete personas contratadas, de las cuales dos son de confianza, cinco de base y dos becarios, que se encuentran estructurados de la siguiente manera:

Dos oficinas la de Diseño Gráfico y la de formato.



La planilla de personal es la siguiente:

Jefatura

Una Arquitecta

Una secretaria

Oficina de Diseño Gráfico

Una Licenciada en
Diseño Gráfico

Dos diseñadores

Dos becarios que son
pasantes de Lic. en
Diseño Gráfico

Oficina de Formato

Dos Formadores

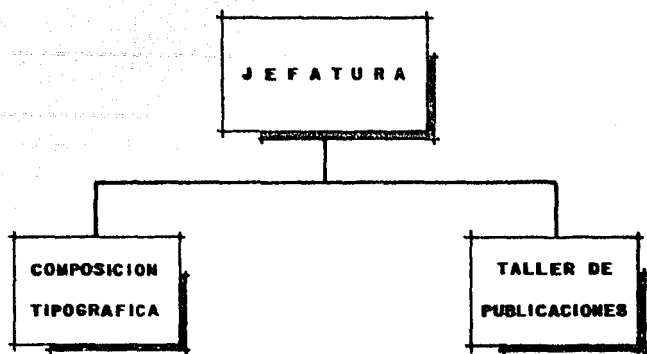
3.1.4. DEPARTAMENTO DE IMPRESION. El Departamento de Impresión atiende las solicitudes de tipografía, fotografía técnica especializada, impresión y encuadernación para todo tipo de material gráfico, así como el servicio de fotomecánica para la elaboración de negativos para circuitos impresos provenientes de las distintas dependencias del Instituto Mexicano del Petróleo y de Petróleos Mexicanos.

Un aspecto importante de mencionar es la impresión de reportes sobre trabajos de investigación o técnicos, sobre diferentes especialidades encomendados al Instituto y que por su privacidad, no es conveniente imprimir en talleres foráneos.

También se realiza la impresión y encuadernación de las publicaciones periódicas y no periódicas generadas en la propia División, inclusive tratándose de ediciones que contengan colores.

Asimismo, se realiza la impresión de documentos confidenciales de Petróleos Mexicanos, mismos que por su carácter e importancia son confiados únicamente al Instituto.

El Departamento de Impresión se encuentra estructurado por dos oficinas: de Composición Tipográfica y Taller de Publicaciones.



En la Oficina de Composición Tipográfica se lleva al cabo la tipografía requerida para los diferentes trabajos solicitados a la División. Se hacen desde pequeños textos para carteles, invitaciones, trípticos, diagramas, figuras, hasta la composición tipográfica de libros (con complicadas fórmulas), memorias, manuales y folletos, con un puntaje que oscila entre 6 y 78 puntos, contando con un variado repertorio de tipos.

La Oficina de Taller de Publicaciones se manifiesta como el eslabón final de una cadena creativa que lleva al cabo la materialización de un proyecto. Para conseguir este fin cuenta con las secciones de Fotomecánica, Impresión y Encuadernación.

3.1.4.1. RECURSOS MATERIALES

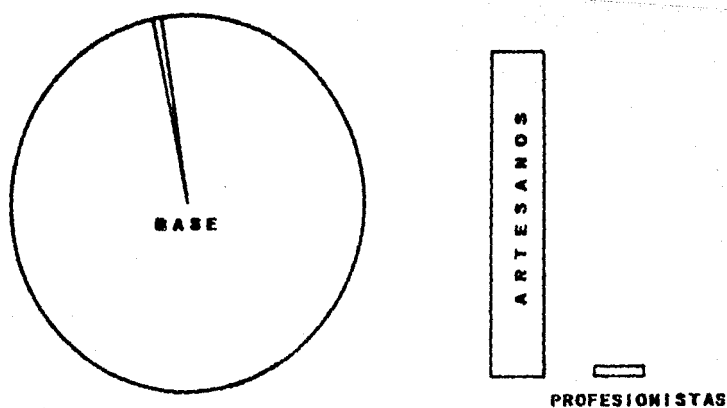
Los recursos con los que cuenta este Departamento son los siguientes:

TIPOGRAFIA	FOTOMECANICA	IMPRESION	ENCUADERNACION
Tres máquinas MC Composer	* Dos cámaras KromatiK (Una de 60 X 60 cm. y otra de 120X120cm)..	* Dos máquinas Heidel- berg, Mod. Kord	* Dos Compaginadoras Pitney Bowes
Un Sistema Compugraphic que contiene:	* Una procesadora de negativos Kodak "Ver- samat"	* Una máquina heidel-- ber, Mod Kord	Una Pegadora de li- bros Minabinda
* Editwriter 7900		* Una máquina Heidel-- berg, Mod G.T.O.	* Una Guillotina Polar-Nohr-86
* Editwriter 2750			Una engrapadora Bostisch
* R C P 101 (proceso de papel fotográfico)	* Una Isoladora marca Nu-Arc	* Una máquina Multi--- lith, Mod. 1850	* Una Máquina Plegado ra de pliegos
	* Una Amplificadora "Laborator" Ourst	* Una Máquina Multi--- lith, Mod. 1250 Es-- tandar	
	* Una Matrizadora Elec- trostática Bruning - 805	* Una máquina Multi--- lith, Mod. 1250-W de doble carta	
	* Una Prensa de Contac- tos intergraf.		

Adicionalmente, se tiene una máquina eléctrica de escribir, tres extensiones telefónicas, siete mesas de trabajo, una mesa de transparencias, sillas, etcétera.

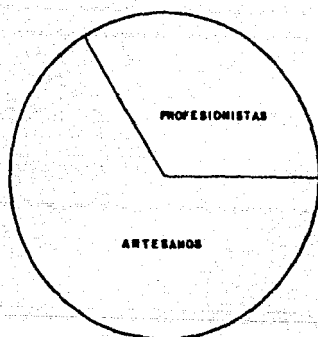
3.1.4.2. RECURSOS HUMANOS. El personal que trabaja en esta área está integrado por un Ingeniero químico (jefe del Departamento), así como 32 artesanos con diversas especialidades, divididos de la siguiente manera: En Composición Tipográfica seis personas; en la Jefatura del Taller de Publicaciones dos personas; en Fotomecánica ocho personas; en Impresión seis personas; y en Encuadernación diez personas.

De todos estos empleados el único profesionista, y por ende personal de confianza, es el jefe del Departamento, los demás son gente de base, contando a la secretaria.



A todo el personal mencionado debemos agregar al Jefe de la División, quien es ingeniero mecánico, su secretaria y un mensajero.

El total de personas en la División es 68, de los cuales 23 son profesionistas, que representan el 33.8%, mientras que las secretarías y diversos artesanos el restante 66.17%.



3.2. REVISTA DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO.

La Revista del Instituto Mexicano del Petróleo fue la primera publicación periódica de la Institución, el primer número -- apareció el 30 de enero de 1969.

Sus objetivos fundamentales son los de difundir los avances del IMP en materia de investigación; desarrollo de tecnología; aplicación de procesos y servicios tecnológicos de interés para las industrias petrolera, petroquímica y química. Asimismo, se busca mantener una comunicación intracientífica y extracientífica, tanto de investigador-investigador, institución-institución e institución-investigadores, así como propiciar la superación profesional a través del intercambio de experiencias por medio de artículos, notas técnicas y notas informativas.

Contenido:

- a) Editorial
- b) Artículos técnicos.
- c) Notas técnicas.
- d) Colaboraciones externas de autores nacionales y extranjeros que no pertenecen al personal del IMP.
- e) Noticias petroleras nacionales.
- f) Noticias petroleras mundiales.
- g) Resúmenes o síntesis de artículos.

En el Editorial se hace un comentario sobre el suceso más relevante relacionado con la industria petrolera, en primera instancia en el que esté relacionado el propio Instituto, por ejemplo la creación y puesta en marcha de un nuevo sistema como el proceso DEMEX o el IMPEX etc.; en segundo lugar, un hecho relevante de Pemex, como el Informe del 18 de marzo del Director General, el aumento en la plataforma de producción de hidrocarburos, etcétera, y por último un evento a nivel nacional o mundial como el Plan Nacional de Energía, las reuniones de la OPEP, etcétera.

Es conveniente mencionar que en la mayoría de las ocasiones el Editorial no reúne las características propias del género periodístico, su redacción se asemeja más a una nota informativa que a un editorial, pero como los encargados de redactar son -- los altos funcionarios de la Institución no aceptan sugerencias.

En los artículos y notas técnicas se pretende establecer un justo equilibrio del material publicado, para ello la Comisión Editorial busca que en cada número y en la medida de lo posible se incluyan trabajos de cada una de las Subdirecciones que tengan relación directa con el proceso del petróleo.

La secuencia de artículos, por Subdirección es la siguiente: Exploración, explotación, refinación y petroquímica, investigación y petroquímica, ingeniería de proyectos y servicios técnicos.

DIFERENCIAS ENTRE UN ARTICULO Y UNA NOTA TECNICA

<u>ASPECTO</u>	<u>A R T I C U L O</u>	<u>N O T A</u>
CONTENIDO	Contribuciones novedosas al conocimiento en una cierta área, descripción de un problema o aportaciones originales del autor a su solución, situando a éstas dentro del estado general del conocimiento en ese tema. Siempre se debe justificar y ubicar la contribución.	Comunicación de un resultado, una modificación a una técnica, expresión de una opinión o formulación de un comentario sin justificar a cualquiera de éstos dentro del marco de conocimientos del área en cuestión. Se admiten incluso resultados preliminares.
EXTENSION	De 1500 a 9000 palabras (5 a 30 cuartillas)	De 300 a 1500 palabras (1 a 5 cuartillas)
RESUMEN	Sí	No
SECCIONES	Sí, por ejemplo: Introducción Descripción del Problema Diseño Experimental Resultados Conclusiones	
REFERENCIAS	Sí	Sí
GRAFICAS	Sí	Sí, pero limitadas
Y TABLAS		

En el caso de las colaboraciones externas se aceptan artículos y notas técnicas, debiendo cumplir las características antes mencionadas además de tener un alto valor en su contenido. No se da preferencia a autores nacionales o extranjeros, simplemente se publican los mejores trabajos.

Se reciben muchas colaboraciones de la Universidad Nacional -- Autónoma de México, del Instituto Politécnico Nacional y de otros centros de investigación de la provincia y la iniciativa privada. Del extranjero aportan mayor número de colaboraciones países como Argentina, España, y la Unión Soviética, así como estudiantes mexicanos becados (a nivel postgrado) en universidades europeas. En la sección de noticias petroleras nacionales se publican los hechos más sobresalientes relacionados con el Instituto Mexicano -- del Petróleo, generados en las fechas anteriores a la publicación, por ejemplo: firmas de convenios de colaboración técnica; asistencia técnica a otras empresas nacionales y extranjeras; capacitación a personal de Pemex y la iniciativa privada; actividades del - Director General, entre otras.

Obviamente, el género periodístico empleado en esta sección es la nota informativa, sin embargo, tiene el problema de que en muchas ocasiones al publicarse la Revista las notas ya perdieron su principal característica que es la oportunidad y son ya obsoletas, sobre todo cuando existe un retraso en la edición,

En la parte correspondiente a noticias petroleras mundiales se publican los hechos más sobresalientes relacionados con la industria petrolera en el mundo generados en los últimos días, como el mercado spot europeo, el gasoducto soviético, la caída de los precios de los energéticos, nuevos yacimientos de importancia, etcétera. Esta sección tiene el mismo problema de la anterior, las -- "noticias" más bien son "historia" al momento en que salen a la - luz pública.

Por último se encuentran los resúmenes en inglés (abstracts) - de los artículos y notas técnicas que se publican con objeto de -

facilitar la tarea de los centros de información y bancos de datos extranjeros, mismos que incluyen dichos resúmenes en su acervo de datos. Por ejemplo, las prestigiadas revistas "Petroleum -- Abstracts" y "Chemical Abstracts" tienen en su acervo dichos resúmenes.

Características Generales

Papel Cubiertas: se imprime en cartulina couché cubierta, de 107 Kg.
Interiores: couché de 90 Kg.

Tintas Cubiertas: se imprime con el número de tintas que requiera el diseño y fotografías (cinco o seis tintas)

Interiores: se imprime con el número de tintas que requieran las fotografías.

Número de páginas Oscila entre 100 y 115.

Fotografías Generalmente cinco, una en la portada y cuatro en los interiores, todas en color.

En ocasiones se incluyen ilustraciones como mapas y figuras también en color.

Dimensiones De largo 28 cm por 21,5cm de ancho

Impresión Reproducción en offset

Encuadernación. Cosida

Tiraje 2500 ejemplares

Periodi- Trimestral
cación

Distri- A nivel nacional e internacional
bución

Precio \$ 2,500.00 NN en México y \$40 U.S.Dls en el extranjero,
suscripción anual

Los textos que incluye en la portada son: el nombre de la publicación; el logotipo del Instituto Mexicano del Petróleo; Volumen y número correspondientes; mes y año de la edición.

La portada se imprime con una fotografía en color, llevando en la cuarta de forros el logograma y logotipo del IMP. En el lomo lleva impreso el volumen y número de la edición.

También, en la portada se imprime el logotipo en el ángulo inferior derecho, mientras que el logograma se coloca en el ángulo superior izquierdo.

Debido a su alto contenido, la Revista se manifiesta como la presencia oficial del Instituto en diversos países del mundo. Sus logros y avances científicos son conocidos en el exterior a través de esta publicación.

Básicamente la Revista es la ventana del Instituto al mundo.

Su distribución es de la siguiente manera:

Instituto Mexicano del Petróleo	503
Petróleos Mexicanos	1271
Donaciones:	
Distrito Federal	12
Provincia	16

Extranjero	16
Intercambio:	
Distrito Federal	14
Extranjero	17
Ventas:	
Distrito Federal	40
Provincia	23
Extranjero	<u>54</u>
	1966
Distribución entre diferentes	
funcionarios y visitantes	<u>250</u> <u>=====</u>
TOTAL	2116

El remanente se vende en el propio Instituto o se regala como promoción

La revista se distribuye en países de América, Europa y Asia.

Alemania

Argentina

Arabia

Bélgica

Brasil

Colombia

Canadá

Costa Rica

Cuba

Corea

Chile

Checoslovaquia
Estados Unidos
Ecuador
Francia
Italia
Irlanda
Japón
Puerto Rico
Portugal
República Dominicana
URSS
Uruguay
Venezuela

La Revista es la única publicación periódica del Instituto que se vende. La decisión de venderla se tomó en 1981, con muy buenos resultados por cierto, porque cuando se regalaba se tenía un tiraje de 3500 ejemplares, siendo el actual de 2500.

Afirmo que esta disposición fue bien recibida si tomamos en cuenta que los 2500 suscriptores representan el 71 por ciento del total, cuando se esperaba y consideraba que conservando el 60 por ciento del directorio era bueno, tomando en cuenta la hipótesis de que debido a su alta especialización poca gente la lea. Es conveniente destacar que los suscriptores extranjeros en un 90 por ciento aceptaron la política de venta.

En términos generales, reitero, la publicación tiene un alto contenido, empero tiene el problema del retraso en su edición debido a que la Comisión Editorial no se reúne oportunamente.

Al no reunirse la Comisión Editorial exactamente cada tres meses, se genera un retraso considerable en la edición, con el consecuente desprestigio en México y el extranjero. Aquí es importante mencionar que es por parte de otros países de donde se reciben quejas por no recibir con la periodicidad prometida la Revista; de ninguna Institución de México se recibe nunca reclamación alguna.

3.3. BOLETIN INFORMATIVO.

El Boletín Informativo tiene como objetivo informar al personal técnico y profesional del Instituto Mexicano del Petróleo, de Petróleos Mexicanos y de las industrias petrolera, petroquímica y química del país acerca de los eventos más sobresalientes de carácter académico y científico, así como los logros y proyectos en etapa de realización que tiene el propio Instituto.

También, busca unificar la concepción del Instituto Mexicano del Petróleo entre el personal profesional y técnico que labora en el mismo, así como promover su imagen en Pemex e industrias y centros de educación e investigación afines.

El primer número fue publicado en enero de 1980 bajo la premisa de que la Revista por su periodicidad trimestral y su carácter eminentemente técnico, dificultaba la adecuada difusión de diverso material informativo, el cual o no se publicaba oportunamente o por su carácter de divulgación no se prestaba a ser publicado en la Revista.

Asimismo, se pensó que era necesario publicar un órgano informativo cuya periodicidad fuera más frecuente, con un carácter de divulgación entre el personal del IMP, Pemex e industrias afines.

Contenido:

Editorial

Análisis Económico

Desarrollo Profesional y Capacitación

Ciencia y Tecnología

Servicios Técnicos

Notas Informativas

En el Editorial se comentan los hechos más sobresalientes generados en el propio Instituto, como la innovación en un proceso tecnológico, asesoría a otros países, etcétera.

Como en el caso de la Revista, en ocasiones el editorial es redactado por altos funcionarios y más bien parece una nota informativa, al no apoyarse debidamente en la División Editorial.

La sección de Análisis Económico está integrada por artículos relativos a la situación económica actual del país, obviamente dando énfasis especial al sector energético. También se analiza el contexto mundial y su correlación con México.

En Capacitación y Desarrollo Profesional se redactan artículos de fondo, principalmente sobre las ciencias de la comunicación, pedagogía, administración pública y de empresas, psicología, etcétera; tratando de correlacionar el enfoque de los mismos hacia las actividades y proyectos del Instituto en las áreas de capacitación y desarrollo profesional, por ejemplo, la comunicación como factor de desarrollo en la formación profesional.

La sección de Ciencia y Tecnología es la más técnica de todas, en ella fundamentalmente se dan a conocer los logros y avances técnicos conseguidos por el IMP en sus diferentes actividades de carácter científico y tecnológico, como por ejemplo la obtención de proteína unicelular a través de metanol.

Servicios Técnicos es el área que se aprovecha para promover los servicios prestados por el IMP para las industrias petrolera, petroquímica y química. Cada Subdirección da a conocer sus

principales funciones de manera detallada, mencionando los recursos humanos y materiales con que cuenta para el desempeño de su trabajo.

Finalmente, se encuentra la sección de Notas Informativas, en ella se difunden los hechos más sobresalientes efectuados en, o por, el INP. Se otorga prioridad a las actividades del Director-General, visitas de delegaciones a las instalaciones del INP, -- firma de convenios de asistencia o colaboración técnica y académica. También se publican notas acerca de la entrega de premios a funcionarios o investigadores de la Institución.

Esta sección tiene el mismo problema que la Revista, las noticias al ser publicadas son ya historia. Sin embargo, es un área importante porque se pueden publicar hechos que no pierdan actualidad y que por el contrario, dan idea del profesionalismo de -- las actividades del INP, por ejemplo, asesorías a compañías particulares nacionales y extranjeras, premios a sus investigadores, etcétera.

Características:

Papel	En cubiertas: couché dos caras, de 90Kg Interiores: couché dos caras, de 90Kg
Número de páginas	Fluctúa entre 32 y 40
Fotografías	Una en la segunda de forros, otra en la tercera y una más en la cuarta de forros. Todas son en blanco y negro.
Dimensiones	De ancho tiene 16.5cm por 27.3cm de largo (tamaño media carta)
Impresión	Reproducción en offset
Encuadernación	A caballete
Tiraje	3200 ejemplares
Periodicidad	Bimestral

Distribución A nivel nacional

Precio Es gratuito

Los textos que incluye en la portada son: el número y año consecutivo del Boletín, que es correspondiente al mes y año de su edición; el logotipo y logograma; el nombre de la publicación; - ciudad y fecha de edición; y por último el contenido del número.

La portada tiene los colores blanco, negro y dos tonalidades de verde; no tiene lomo y en la cuarta de forros también aparecen los mismos colores.

El logotipo aparece en la primera de forros en el ángulo superior izquierdo con el logograma del Instituto.

Su distribución de la siguiente forma:

Instituto Mexicano del Petróleo*	868
Petróleos Mexicanos*	1550
Distrito Federal (Bibliotecas, Iniciativa Privada, Gobierno y Universidades)	184
Provincia (institutos, Universidades Iniciativa Privada)	154
Sindicato del IMP	<u>30</u>
	2886

Los 214** son para regalar entre visitantes, nuevos suscriptores y de archivo.

* Personal profesional técnico

** Restantes.

Inicialmente, en 1980, el Boletín Informativo se concibió como una publicación mensual, sin embargo, con la nueva administración se decidió que a partir de 1984 debería ser bimestral para reducir gastos y de esa manera crear la Gaceta mensual.

En la actualidad el Boletín se publica oportunamente y su contenido, de acuerdo a sus objetivos, es bueno,

Empero, el problema consiste en que muchos investigadores se resisten a escribir porque no se les otorga el crédito correspondiente; tampoco por políticas de la Comisión Editorial, se incluyen fotografías en los interiores. Pero esto ha contribuido para que la publicación adquiera una personalidad bien definida,

3.4. GACETA DEL IMP.

En virtud de que el Instituto ya contaba con una publicación especializada dirigida a la comunidad científica nacional y extranjera (la Revista); así como con otra de carácter técnica dirigida a los técnicos de las industrias petrolera, petroquímica y química del país (el Boletín), era imperativo, con objeto de cerrar el círculo de la comunicación, una publicación simple y sencilla que estuviera dirigida todo el personal del Instituto.

La práctica había enseñado que se tenía abandonado un sector importante de la población del INP, el personal de apoyo, además de que existía una forma de comunicación diferente a la vertical entre funcionarios y empleados,

Por tal motivo se pensó en el periodismo del tipo llamado "house organ", por considerarse ser una de las formas escritas de comunicación de grupo más eficaces, pues a su contenido específico se añade la influencia que todo medio impreso tiene sobre sus lectores,

En este tipo de periodismo su contenido se explica en función de vivencias propias del grupo al que sirve, y por tanto, tiene-

una influencia directa sobre cada uno de los miembros de la comunidad. Así, si cualquier persona extraña a la Institución lee un "house organ" no recibe el mismo impacto que sus lectores habituales, y quizá muchas de las cosas ahí impresas le son totalmente inteligibles o cuando menos indiferentes.

Teniendo en cuenta las anteriores consideraciones, se estimó necesario, a partir de enero de 1984, crear una tercera publicación periódica que llenara el hueco existente.

Esta publicación fue la Gaceta del IMP que tiene como objetivo difundir entre el personal del Instituto Mexicano del Petróleo las políticas institucionales e informar acerca de las actividades tecnológicas, sociales, culturales, deportivas y recreativas que se efectúan en su seno; así como proporcionar información de interés general susceptible de difundirse, a fin de promover la participación del personal de las diferentes dependencias, y lograr de esta forma, una mayor comunicación entre el personal y las autoridades de la Institución.

Contenido

Debido a los problemas suscitados en la Subcomisión Editorial, el contenido no ha podido mantener una homogeneidad, por lo que carece aún de una personalidad propia. En cada número aparecen diferentes secciones, incluso el propio editorial o presentación no siempre se publica.

Sin embargo, las secciones que se han publicado por lo menos dos veces son las siguientes:

- a) Presentación
- b) Información General
- c) Zonas Foráneas

d) Ciencia y Tecnología

e) Cultura y Recreación

f) Bazar

En la presentación se dieron a conocer los objetivos que tenía delineados la nueva publicación, cuál era su espíritu y funciones. Dicha presentación la redactó el Director y General. Posteriormente, en otro número se habló acerca del 18 de marzo y eso ha sido todo. No ha habido ni constancia en la inclusión de la presentación ni en el género periodístico empleado.

La sección de Información General ha sido la más constante, está integrada por entrevistas al personal; reconocimientos a empleados que han hecho méritos en el Instituto y tienen un bajo nivel administrativo; se difunden las principales actividades de todas las Subdirecciones; reportajes sobre los servicios médicos y de seguridad industrial y en la oficina; y finalmente se incluye información sobre los cursos organizados por el IMP.

En Zonas Foráneas se dan a conocer las actividades más relevantes de las representaciones del Instituto en las zonas petroleras. Se explica cómo trabajan y se dice quiénes son los empleados en cada Centro.

En Ciencia y Tecnología se redacta en forma accesible a todo el personal, los avances tecnológicos que se desarrollan en el Instituto, como por ejemplo la lucha contra la contaminación ambiental.

La sección de Cultura y Recreación está integrada por las actividades culturales que se llevan a cabo en el Instituto como exposiciones pictóricas, ciclos de cine, obras de teatro, etcétera; se publican poemas o cuentos cortos de gente del propio Instituto; y por último se habla sobre los eventos deportivos, tablas de posiciones, convocatorias, etcétera.

Finalmente, en el Bazar todo el personal participa enviando - los datos necesarios para la venta, compra o renta, según el caso, de artículos, casas o departamentos.

Características Generales.

Papel	Cultural
Tintas	Dos tintas
Número de páginas	Oscila de 12 a 16
Fotografías	No hay límite, las que sean necesarias
Dimensiones	De ancho tien 21.5cm por 28cm de largo - (tamaño carta)
Impresión	Reproducción mediante el sistema offset.
Encuadernación	A caballeta
Tiraje	5,500 Ejemplares
Periodicidad	Mensual
Distribución	Entre todo el personal del IMP
Precio	Es gratuito;

La portada tiene siempre una viñeta alusiva al tema central - del ejemplar, el logotipo se imprime en el ángulo superior derecho.

Los textos que se incluyen en la portada son: el nombre de la publicación, volumen, número, fecha de edición, así como el sumario de los artículos contenidos en el número.

En términos generales, la Gaceta aún no cumple con los objetivos para los que fue creada debido a los problemas ya mencionados en el seno de su respectiva Subcomisión. Carece de personalidad, por tanto, no ha habido una plena identificación con el personal.

Además, inicialmente se solicitó colaboración del personal -- ofreciendo dar el crédito correspondiente a los autores, al principio se recibieron muchas aportaciones pero la mayoría no se -- publicaban por los conflictos en la Subcomisión; lo anterior dio por resultado que en la actualidad haya poca participación del -- personal, ocasionando grandes carencias de material para su publicación.

Por su parte la División Editorial ha quedado un tanto marginada por cuestiones políticas, a pesar de haber realizado el -- análisis editorial para crear este "house organ", amén de que -- tiene la infraestructura adecuada para hacerse cargo de su total edición.

A pesar de eso, su participación sigue siendo activa a través de artículos, la realización de tipografía, diseño, formato, revisión de galeras, impresión y distribución.

Con la publicación de estos tres órganos de información cualitativamente diferentes, el Instituto Mexicano del Petróleo -- cierra el círculo de la comunicación proporcionando información y divulgación científica a tres grandes niveles: mundial, nacional e interno.

Con una adecuada política editorial reafirmaría su prestigio internacional, porque actualmente se le reconoce en el ámbito -- nacional como una de las instituciones más capaces y eficientes del país; y asimismo en relación con su propio personal lograría una plena identificación que redundaría en el mejor cumplimiento de sus labores.

La finalidad de este tercer capítulo fue la de mostrar de -- una manera extensa, incluso a detalle, la infraestructura con -- que cuenta la División Editorial para llevar a cabo las funciones que le han sido encomendadas desde su creación en mayo de -- 1979.

Dicha División tiene como principal meta satisfacer los re-- querimientos de impresión tanto del Instituto Mexicano del Pe-- tróleo, como prioritariamente de los trabajos confidenciales de Petróleos Mexicanos.

Asimismo, de acuerdo a los recursos humanos y materiales con que cuenta, es y deberá seguir siendo el medio oficial a través del cual se canalice toda la actividad de impresión antes refe-- rida.

Pero aun es más importante que se aproveche su experiencia -- para realizar una profunda actividad editorial, creando y promo-- viendo nuevas publicaciones y libros que a la postre coadyuven -- a promover la imagen y prestigio del IMP, tanto en México como en el extranjero.

También hago mención de la Revista, el Boletín y la Gaceta -- del IMP por ser las publicaciones periódicas de la Institución, las cuales son llevadas en todo proceso de edición por la Divi-- sión Editorial.

Tomando en cuenta lo desarrollado en este capítulo, se sien-- tan las bases para que sea precisamente esta División la encar-- gada de llevar a cabo las estrategias para difundir la imagen -- del IMP, a través de medios impresos, mismas que propongo en el siguiente capítulo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- 1.- La Bandera, Carlos; Maya, Antemio "Apoyo Editorial a la Industria Petrolera", Memorias del XIX Congreso Nacional de la Asociación de Ingenieros Petroleros de México, Acapulco, Gro., Editorial IMP, México 1981, pág. 1.

C A P I T U L O 4

ESTRATEGIAS PARA DIFUNDIR LA IMAGEN DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO.

El IMP a lo largo de sus 21 años de actividad se ha consolidado como una institución de prestigio en su campo de acción, al cumplir satisfactoriamente con los objetivos para los que fue creado. Sin embargo, fuera de las empresas o instituciones con las que tiene relación directa, son desconocidas sus funciones y servicios y más aún, sus logros científicos y tecnológicos.

Lo anterior como consecuencia de la escasa divulgación que se da a sus actividades, debido principalmente al drástico ajuste presupuestal de los últimos años.

Sin embargo, como ya expuse en el capítulo anterior, en el área de medios impresos el IMP sí cuenta con la infraestructura material y humana necesaria, por lo que aunado al carácter de éstos de permanencia en el tiempo, fácil consulta y menor costo, considero que son los medios adecuados para difundir sus actividades, tanto en México como en el extranjero.

En adición a lo anterior, y como elemento primordial, debemos considerar la escasa cantidad de textos actualizados en español y la cada vez más creciente necesidad de información especializada por parte de investigadores y estudiantes.

Así, de esta manera, propongo como estrategia el empleo de los medios impresos para desarrollar una política de difusión de la imagen del Instituto, tomando en cuenta las posibilidades materiales, económicas y humanas de la institución, sin dejar de considerar los otros medios de comunicación con que cuenta el IMP o los de otras instituciones que servirán de reforzamiento.

A continuación desarrollo ocho grandes medidas o estrategias basadas en la observación, diagnóstico, formas de aplicación y comprobación de las mismas, las cuales son:

1. La Comisión Editorial. Realizo un análisis del órgano rector de las publicaciones periódicas del IMP, del cual sugiere sea menos burocrático para cumplir su cometido.
2. Convenios editoriales. Actualmente se tiene firmado uno -- con la Universidad de Texas en Austin, es conveniente establecer muchos más en México y en el extranjero.
3. Edición de libros. El área editorial, por lo que respecta a libros de interés para las industrias petrolera, petroquímica y química, se encuentra en crisis, por lo que es una buena coyuntura para que el IMP promueva la creación de libros, principalmente entre sus empleados.
4. Incentivos para los investigadores. El IMP cuenta con un enorme potencial de autores científicos, por lo que se propone incentivarlos mediante un convenio que beneficie a ambas partes.
5. Políticas de comercialización. Al contar con suficientes publicaciones de alta calidad, se hace necesario tener personal preparado para venderlas en México y en el exterior.
6. Creación de folletos promocionales del IMP. Es necesario que la Institución promueva sus servicios tecnológicos mediante la publicación de folletos promocionales de distribución nacional y en el extranjero.
7. Normas editoriales. Para cualquier Institución es muy importante contar con normas que caractericen sus publicaciones a través de elementos de identificación que le proporcionen una personalidad propia.
8. Apoyo editorial a Petróleos Mexicanos. Para ser congruente con sus objetivos de creación, el IMP debe apoyar en el -- área editorial a Petróleos Mexicanos principalmente por lo que respecta a publicaciones oficiales y de carácter oficial.

4.1. COMISION EDITORIAL

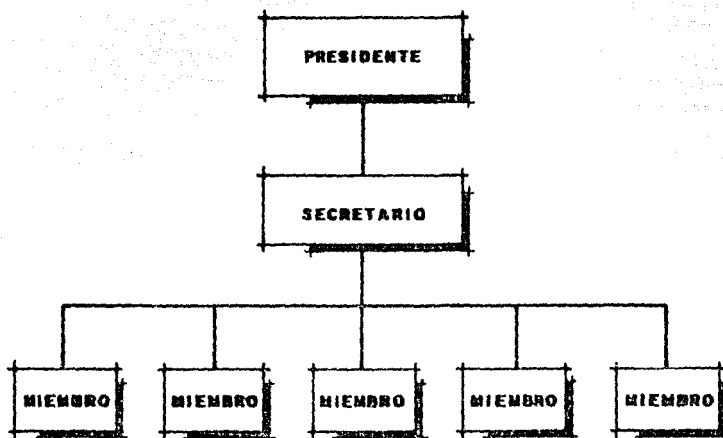
La Comisión Editorial del Instituto Mexicano del Petróleo fue creada en enero de 1969, con el fin de publicar la Revista, cuidando que tuviera un alto contenido científico, atendiendo las políticas, en materia editorial, delineadas por la Dirección General.

Posteriormente, sus funciones se extendieron con objeto de sancionar que todos aquellos trabajos que se editen tengan un contenido de alta calidad, para mantener y acrecentar el prestigio del Instituto ante la comunidad científica nacional y extranjera.

Es el órgano oficial mediante el cual el INP genera y promueve la comunicación intracientífica entre los investigadores del Instituto y sus similares nacionales y extranjeros.

Actualmente la Comisión Editorial está estructurada por un Presidente, un Secretario y cinco miembros más. El Presidente es el Subdirector General de Tecnología de Exploración y Explotación; el Secretario es el Subdirector General de Capacitación y Desarrollo Profesional; los miembros son los otros tres Subdirectores Generales y los dos Subdirectores de Servicios.

COMISION EDITORIAL



Las funciones que tiene encomendadas son las siguientes:

- 1.- Conocer todos los asuntos relacionados con las publicaciones del Instituto, sean éstas periódicas (Revista, Boletín y Gaceta) o no (Libros y manuales).
- 2.- Nombrar Subcomisiones que se ocupen de todo lo relacionado con una publicación en particular.

3. Solicitar a las Subcomisiones que le rindan periódicamente informes de su trabajo, o le sometan informes especiales, cuando así lo considere necesario.
4. Sancionar los informes, acuerdos y recomendaciones de las subcomisiones.
5. Nombrar asesores cuando estime necesario el consejo profesional, para el mejor cumplimiento del objetivo de alguna publicación.
6. Reuniones cada tres meses para revisar el desempeño de las Subcomisiones. Cuando sea necesario efectuar alguna reunión extraordinaria, se convocará a través de una comunicación por escrito del Presidente de la Comisión.
7. Dar por terminadas las actividades de cualquier Subcomisión por haber concluido su trabajo, o por haberse cancelado el mismo.

Fundamentalmente la Comisión Editorial es el ente rector encargado de llevar a cabo la política editorial en el Instituto Mexicano del Petróleo, es quien aprueba los artículos que deberán publicarse en la Revista, el Boletín y la Gaceta, también determina la conveniencia de publicar libros o manuales. Para tomar esas decisiones recibe de la División Editorial el material propuesto, agrupado por temas, así como el análisis editorial en el caso de libros y manuales.

4.1.1. ANTECEDENTES. Durante once años (1969-1980) la Comisión Editorial se dedicó exclusivamente a revisar el material susceptible de publicarse en la Revista Trimestral, siendo en ese entonces otra la estructura del Instituto y de la Comisión. Esta se encontraba formada por el único Subdirector General en calidad de Presidente, un Secretario que era un Subdirector de rama y nueve miembros más, también Subdirectores de rama.

En ese periodo a pesar de los altos cargos de los integrantes, de segundo y tercer orden en la jerarquía del Instituto, su asistencia a las reuniones era constante, claro salvo ciertos compromisos de fuerza mayor. Obviamente esto se debía a que sólo había cuatro Juntas anuales por tener la Revista una periodicidad trimestral.

Con la presencia puntual de la Comisión en pleno, se llegaba a acuerdos concretos que mejoraban el contenido y presentación de dicha publicación porque los asistentes tenían el poder de decisión.

Sin embargo, a partir de enero de 1980, fecha en que se inició la edición del Boletín Informativo, con periodicidad mensual, se comenzaron los problemas porque a las cuatro reuniones anuales se deberían agregar doce juntas, con lo cual se llegó a reunir la Comisión Editorial 16 ocasiones en un año.

Aquí es importante destacar que la propuesta del Boletín Informativo la realizó la División Editorial en el año de 1979.

Ante el gran número de juntas anuales, el poco número de artículos para el Boletín, así como múltiples ocupaciones de los Subdirectores, algunos titulares ya no se presentaban regularmente, y en su lugar asistían representantes, mismos que carecían de facultades para tomar decisiones, lo cual dio por resultado una baja en la calidad de las publicaciones.

Asimismo, debido a que el Presidente de la Comisión Editorial era el único Subdirector General, algunos Subdirectores de rama acudían a las reuniones más bien por cuestiones políticas que de interés por las publicaciones.

Era muy frecuente ver que cuando asistía el Presidente de la Comisión, muchos miembros se presentaban, en cambio cuando éste no asistía (en pocas ocasiones), muy pocos titulares acudían a la junta.

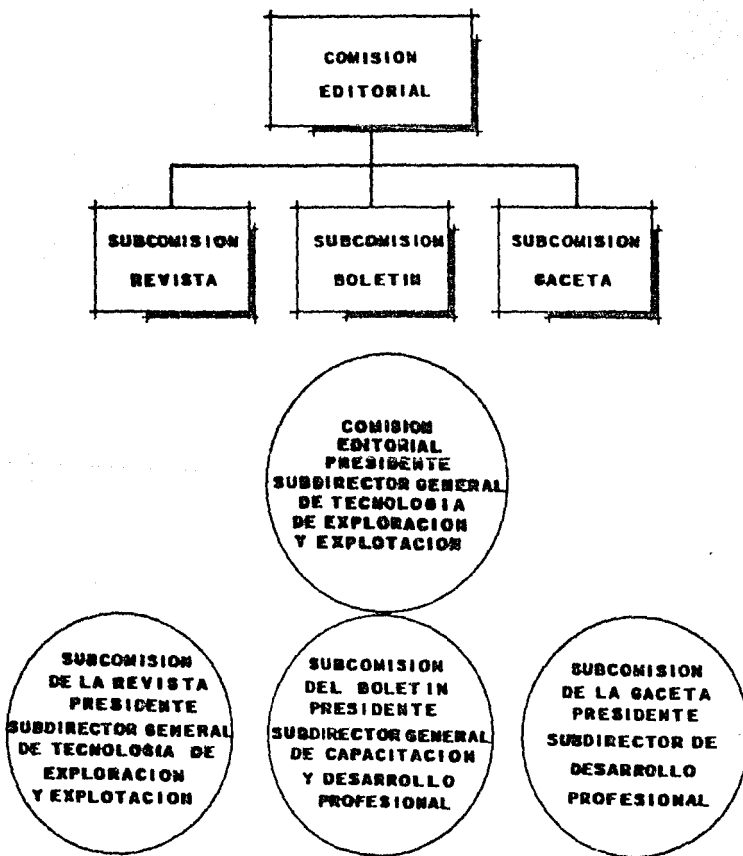
También, es importante señalar que las reuniones eran aprovechadas para atacar, a través de los errores en los artículos, a sus enemigos políticos. Las juntas eran un buen foro para desprestigiar a los funcionarios que no eran muy gratos, y sobre todo, se quería quedar bien con el Subdirector General.

Asimismo, a partir de 1980 se llegó a la más alta burocratización para la obtención de artículos. Para todo y por todo se enviaban, y aún se envían, oficios con copia al Presidente de la Comisión Editorial. Por ejemplo, para solicitar un artículo se envía un oficio, si no se recibe el material se manda un segundo y tercer oficio, según el caso, hasta que por fin recibe el artículo, obviamente acompañado de un oficio, el cual en muchas ocasiones llega muy tarde, lo que retrasa la publicación.

Como se puede apreciar, siendo la Comisión Editorial el órgano oficial que aprueba o desaprueba el material susceptible de publicarse, llegó un momento en que ya no cumplía satisfactoriamente sus funciones.

Ante esta situación, con el cambio de Administración y la aparición de la Gaceta, se propuso un acuerdo para reestructurar la Comisión Editorial. De éste se estableció la periodicidad de la Revista, el Boletín y la Gaceta; la primera seguirá siendo trimestral, el segundo bimestral y la última mensual.

4.1.2. SITUACION ACTUAL. Tomando en consideración lo anterior, se establecieron tres Subcomisiones, una dedicada a la Revista, otra al Boletín y la tercera a la Gaceta, dependiendo todas de la Comisión Editorial que ya mencioné anteriormente.



Dichas subcomisiones están encargadas directamente del contenido de estas publicaciones, debiendo informar a la Comisión Editorial sobre el contenido, grado de avance, distribución, etcétera, cuando ésta lo requiera.

Es importante destacar que en todas las reuniones de las subcomisiones se levanta una minuta que posteriormente se entrega a cada asistente a fin de que conozcan el material que se propuso para su publicación; los acuerdos tomados, así como los asuntos generales tratados.

Sin embargo, a pesar de esta nueva organización todavía las cosas no marchan bien en todas las subcomisiones. En la encargada de la Revista el principal problema sigue siendo el de los altos cargos de los miembros, porque son los Subdirectores de rama quienes nunca tienen tiempo y retrasan las reuniones y, por ende, la publicación de la Revista; o en segunda instancia envían representantes que no toman decisiones. Como se ve, es el mismo problema de antes.

Estos problemas se ven reflejados, principalmente, en el retraso de su publicación, mismo que ya es de tres meses. Por lo que se refiere a su contenido sigue siendo de buena calidad.

El retraso se debe a la falta de tiempo de los miembros de la Subcomisión y a la burocratización en la entrega y revisión de artículos.

Por lo que respecta al Boletín, esta subcomisión funciona mejor porque los miembros tienen un nivel de Gerentes y Jefes de División, con lo cual tienen un poco más de tiempo y asisten normalmente, además de que son conocedores de sus respectivas áreas. Prueba de su buen funcionamiento es que no se ha retrasado en su fecha de aparición.

La participación de los miembros es activa y se tiene una gran cantidad de acuerdos que tienden a mejorar la publicación en cada número.

Finalmente, la Subcomisión de la Gaceta tiene integrantes con nivel de Jefes de División quienes desconocen el área editorial motivo

por el cual aún no funciona satisfactoriamente.

Asimismo, como esta Subcomisión está formada por personal dependiente de la Subdirección de Servicios Administrativos, por el Jefe de Relaciones Públicas y por el Subdirector de Desarrollo Profesional (entidad encargada de publicar y distribuir las ediciones IMP), se manifiesta como un campo donde se libra una lucha política en la que se "negocian" todos los artículos y --- acuerdos.

Básicamente la lucha se libra entre Relaciones Públicas y Desarrollo Profesional porque la primera quiere el control de todas las publicaciones del IMP, iniciando con la Gaceta. Por su parte, Desarrollo Profesional defiende su posición ya que tradicionalmente ha sido ella la encargada de editar las revistas, folletos y libros del IMP y Pemex.

A lo anterior debemos agregar la inasistencia de algunos miembros de la Subcomisión, por tal motivo, ésta no ha cumplido con los fines para los que fue creada. Su periodicidad no ha dejado de cumplirse, empero, su contenido no es el deseado.

Es importante destacar que la División Editorial coadyuva activamente con las Comisión Editorial y sus tres Subcomisiones, clasificando y redactando el material que se habrá de publicar, Además redacta y distribuye las minutas de las juntas, vigilando que se respeten los acuerdos tomados y finalmente revisa las galeras de estas publicaciones periódicas para evitar errores de contenido y tipográficos.

A fin de que la Comisión Editorial cumpla eficazmente con su cometido, debe satisfacer los siguientes requerimientos:

- a) Los miembros de las Subcomisiones deben dedicar tiempo suficiente a las reuniones con objeto de tomar decisiones y llegar a acuerdos conducentes a elevar la calidad y presentación de las publicaciones.
- b) Contar con grupos especializados que tengan conocimientos adecuados para cada publicación.
- c) Deben existir grupos de apoyo para asesorar a la Comisión Editorial en las distintas publicaciones, con el propósito de mantener un alto nivel en las mismas.
- d) Buscar que las publicaciones aparezcan oportunamente y además cumplan con las políticas de la Dirección General, así como con los objetivos para los que han sido creadas.

A fin de alcanzar lo antes enunciado, las autoridades del Instituto deben implantar medidas de estímulo o, caso contrario, de carácter punitivo.

Para tal efecto, en primera instancia es necesario crear conciencia entre los integrantes de las Subcomisiones acerca de la trascendencia de su labor en el seno de las mismas, ya que del resultado de su actividad se obtendrán resultados positivos para la Institución, mediante mejor prestigio para ésta o incluso ingreso de divisas; así como la satisfacción de contribuir a la formación y/o actualización de nuevos cuadros de profesionales.

En segundo lugar, con objeto de motivar el trabajo de las Subcomisiones se harán reconocimientos públicos de sus éxitos a través de diplomas o de notas periodísticas en las publicaciones del IMP, e incluso se les otorgará una recompensa en efectivo que pudiera ser a través de un bono que represente una catorcena de sueldo cada semestre.

Por el contrario, en caso de no cumplir con su cometido, a los miembros de las Subcomisiones se les excluirá de las mismas al acumular tres faltas injustificadas a las reuniones, o bien, al no participar activamente en sus funciones encomendadas.

Así mismo, partiendo de la estructura de organización del propio Instituto, se deben seleccionar profesionales especializados de cada Subdirección de Rama con la finalidad de que promuevan y sancionen trabajos relacionados con su área de --

conocimiento, trabajando conjuntamente con personal, del propio Instituto, encargado de realizar estudios de mercado tendiente a conocer las necesidades de material impreso especializado para las industrias petrolera, petroquímica y química.

Dichos candidatos de preferencia no deben ocupar cargos administrativos, como jefes de departamento, de división, etcétera, para que dispongan del tiempo necesario para llevar a cabo su función de detectar material susceptible de publicarse.

Ahora bien, para el proceso de edición, como ya describí en el capítulo anterior, se cuenta con la infraestructura de la División Editorial, la cual se debe aprovechar para que apoye a la Comisión Editorial con objeto de que las publicaciones observen una alta calidad.

Así de esta manera, dicha División sería el ente encargado de recibir el material propuesto; realizar el estudio de mercado correspondiente, partiendo de las necesidades de la industria petrolera y otras afines, así como de los planes de estudio de las carreras profesionales dirigidas a estas áreas (tal sería el caso de edición de libros).

También, debe realizar la corrección de estilo del texto; el diseño y formato de la publicación; conseguir o tomar las fotografías que sean necesarias; hacer la tipografía; corregir las galeras; proceder a la impresión; y finalmente llevar a cabo una adecuada promoción y venta, tomando como base el estudio de mercado efectuado para cada caso; el archivo de

suscriptores de las publicaciones periódicas del IMP; y la --
cartera de clientes de la Institución, tanto de México como --
del extranjero.

Obviamente el encargado de coordinar lo anterior será el --
Presidente de la Comisión Editorial, quien solicitará a cada
Subdirector de Rama la participación activa de un especialis--
ta para que asesore en la recopilación de artículos y de in--
formación digna de publicarse en forma de libro.

Con el concurso de estos profesionales en cada Subcomisión
se podría asegurar una mayor dinámica en las mismas, incluso
se lograría contrarrestar el retraso en la edición de las pu--
blicaciones.

El trabajo realizado por las Subcomisiones deberá estar --
sancionado por el Presidente de la Comisión Editorial quien a
su vez conoce las políticas de la Dirección General, en el --
sentido de publicar en sus editoriales y artículos las priori--
dades de la Institución y del sector energético al que perte--
nece; así como el no publicar información considerada como se--
creta o estratégica que atente contra la imagen y desarrollo
del Instituto.

4.2. CONVENIOS EDITORIALES.

La División Editorial, a fin de cumplir con los objetivos encomendados desde su creación, en mayo de 1979, mismos que son:

- a) dar a conocer los desarrollos científicos y tecnológicos del IMP y Pemex;
- b) apoyar la capacitación, formación y actualización del personal de las industrias petrolera, petroquímica y química a través de la edición, impresión y promoción de publicaciones y material didáctico;

cuenta para el primer caso con las publicaciones periódicas antes descritas, y para el segundo objetivo ha instrumentado una política de convenios editoriales y de creación de libros. En este Subcapítulo desarrollaré el de los convenios editoriales y en el siguiente el de la edición de libros.

En virtud de que el Instituto Mexicano del Petróleo aun no cuenta con el número suficiente de textos, ni de autores, para satisfacer la demanda de material técnico, de actualización, capacitación y especialización, requiere de la implantación de mecanismos que lo conduzcan a cubrir dicha demanda, y que al mismo tiempo le proporcione mayor imagen como institución de investigación científica.

Los convenios editoriales han coadyuvado de manera importante a resolver este problema porque el I.M.P. en algunos casos aporta los servicios de corrección de estilo, distribución y venta de publicaciones, y en otros, adicionales a éstos, el de tipografía e impresión, y a cambio recibe textos de alta calidad; y en algunas ocasiones se le proporciona la impresión de los trabajos.

Básicamente con la firma de convenios se pretende establecer una estrecha coordinación entre el I.M.P. y la Institución signante, a fin de aprovechar la infraestructura y experiencia existentes en cada una de ellas, asegurando una sólida complementación.

tación en sus actividades, de acuerdo con un programa de colaboración recíproca y equitativa.

En la actualidad, el Instituto Mexicano del Petróleo tiene firmado un convenio con el Servicio de Extensión Petrolera (PETEX), de la Universidad de Texas en Austin cuyo objetivo es emplear material inicialmente desarrollado y traducido por PETEX, mismo que deberá ser actualizado y revisado conjuntamente por PETEX y el I.M.P. para que ambas instituciones puedan beneficiarse.

Desde 1980 PETEX envía lecciones traducidas al español sobre perforación rotatoria con objeto de que el Instituto realice la corrección técnica y de estilo, adaptable a la terminología empleada en América Latina, para que posteriormente la Universidad texana imprima los libros y los regrese a México para su distribución y venta en América Latina.

Hasta el momento los resultados han sido satisfactorios porque los libros fueron bien aceptados por el personal técnico y profesional de la industria petrolera nacional y extranjera, así como por los estudiantes.

Se trata de lecciones que contienen conceptos básicos de perforación escritos de manera clara y accesible, ilustradas objetivamente con fotografías, figuras y diagramas que le proporcionan la teoría al obrero especializado y acercan al estudiante con la práctica de su futuro campo de acción.

La presentación, encuadernación e impresión son muy buenas. En la portada aparecen los logotipos de ambas instituciones en el ángulo inferior derecho; así como una ilustración alusiva al tema y el nombre de la lección; en la portadilla la frase "en cooperación con el Instituto Mexicano del Petróleo", e invariablemente se incluye una introducción a la lección firmada por el Director General del I.M.P.

Hasta el presente se tienen a la venta nueve títulos que son:

- 1) La Barrena.
- 2) La Barra Maestra.
- 3) Los Bloques y el Cable de Perforación.
- 4) Seguridad en la Instalación.
- 5) El Viento, las Olas y el Estado del Tiempo.
- 6) Sistemas de Amarre Tendido.
- 7) El Equipo Rotatorio y sus Componentes.
- 8) La Mesa Rotatoria, el Cuadrante y la Unión Giratoria.
- 9) Prevención de Reventones.

Debido al alto contenido de estas publicaciones, en este año se consiguió que la prestigiada Asociación Recíproca Petrolera Estatal Latinoamericana (ARPEL), le otorgara su certificado de calidad permitiendo que en la portada se incluyera su logotipo - en calidad de aval.

Los resultados obtenidos hasta el momento con este convenio han sido parcialmente buenos porque se ha ganado un buen prestigio en el ámbito petrolero de América Latina. Sin embargo, a pesar de que las ventas en México no han sido malas, no se obtienen ganancias para el Instituto debido a que no se cuenta -- con una agresiva política de comercialización (este punto lo veremos más adelante); además de que para PETEX es muy cómodo -- proporcionar el original en español, imprimirlo y venderle al - I.M.P. por lo menos 1000 ejemplares con objeto de que éste lo - venda en Iberoamérica.

Así, el Instituto se convierte en el distribuidor y vendedor de los libros de PETEX, teniendo que buscar la manera de vender las lecciones, gastando para ello en publicidad en forma de trípticos, cartas, carteles e inserciones en revistas especializadas.

Como se puede apreciar, este convenio tiene sus ventajas y -- desventajas para el Instituto Mexicano del Petróleo. Sin embargo, en el actual momento de inicio en su actividad editorial, le es favorable al I.M.P. para proyectar su imagen en el extranjero como una buena editorial técnica y científica.

Con la experiencia anterior es necesario buscar entre las diversas instituciones de carácter educativo y fomento a la educación, tanto de México como del extranjero, aquellas con las que se puedan obtener beneficios mayores.

Por ejemplo, se puede iniciar con el Instituto Politécnico Nacional, aprovechando que ahí trabajan investigadores que laboran por la mañana en el I.M.P. Contando con esta ventaja se pueden editar libros o manuales, basados en la experiencia e investigaciones realizadas por estos profesionales.

Así, se podría llegar a un acuerdo de que cualquiera de las dos instituciones proporcione un autor con trabajos de alta calidad; el IPN aporte el papel y las tintas, el I.M.P. con sus recursos y experiencia, el análisis editorial, corrección de estilo, tipografía, diseño, formato e impresión y las dos instituciones distribuyan, promuevan y vendan los libros producidos.

De la misma manera se pueden llevar a cabo convenios similares con la Universidad Nacional Autónoma de México, universidades privadas y de provincia coeditando investigaciones de intereses afines, creando material didáctico para la superación de sus cuadros docentes en las carreras de ingeniería petrolera, química y otras.

4.3. EDICION DE LIBROS.

En la actualidad la industria editorial mexicana, en lo referente a libros relacionados con las industrias petrolera, petro-

química y química, atraviesa por un momento difícil, debido al encarecimiento constante del papel, la poca promoción de los libros, las inadecuadas medidas arancelarias y la poca disponibilidad de autores. Si a lo anterior agregamos la falta de investigadores de alto nivel que quieran escribir, comprenderemos -- por qué la producción de textos de interés para los profesionales de estas industrias es muy reducida, en estos momentos en -- que la demanda va en aumento.

Al respecto el señor Jaime García Terrés, Director del Fondo de Cultura Económica, comentó en un reportaje publicado en el -- Uno Más Uno: "La situación por la que atraviesa la industria editorial en México es crítica y, muy probablemente, medianas y pequeñas empresas editoriales cerrarán sus puertas por falta de recursos económicos. La posible solución de la crisis de la industria editorial consistirá en formar una alianza entre los -- editores; en crear un organismo apoyado por el Estado".

La declaración del Director del Fondo de Cultura Económica -- obedece a que, como consecuencia de la crisis económica del --- país, la falta de divisas y los serios problemas de importación, México pierde la oportunidad de obtener del extranjero entre 40 y 50 mil títulos de libros al año. Por otra parte, los libros importados que se encuentran en el país empiezan a escasear, y ya ningún editor importa nuevos títulos.

Como consecuencia de lo anterior, las principales editoriales especializadas en temas científicos, han publicado en los últimos años muy pocos libros sobre temas relacionados con las industrias petrolera, petroquímica y química.

Teniendo como base el anterior panorama y considerando que -- el Instituto Mexicano del Petróleo, como centro de investigación y de desarrollo científico y tecnológico, cuenta entre su personal con un 44 por ciento de profesionistas y un 20 por --- ciento de técnicos instructores, mismos que son una fuente po--

tencial de autores de libros de divulgación científica y de manuales de capacitación, podemos afirmar que el I.M.P. se encuentra ante la coyuntura ideal para editar libros y manuales de alta calidad.

Es imperativo aprovechar el gran caudal de conocimientos de los profesionales del I.M.P. con el fin de editar una amplia gama de obras elaboradas por ellos y que estén a la altura del prestigio nacional e internacional adquirido por el Instituto, y que, al mismo tiempo, sean de interés para las industrias petrolera, petroquímica y química, y que paralelamente puedan ser utilizados en el sistema educativo superior para la formación de nuevos cuadros de profesionales.

Asimismo, es importante editar manuales con objeto de ser utilizados en los cursos impartidos en el área de capacitación desarrollo profesional, mediante el aprovechamiento de la experiencia acumulada por los instructores en el desempeño de sus labores docentes.

Algunos libros que pueden publicarse en un lapso de un año, son los siguientes:

- 1) Curso de Termodinámica.
- 2) Reglas de Seguridad en Trabajos de Operación Marina.
- 3) Fenómenos de Transporte.
- 4) Introducción a Máquinas y Herramientas.
- 5) Balsas Inflables.
- 6) Trazo de Tuberías.
- 7) Problemas de Circulación.
- 8) Líneas de Transmisión.
- 9) Instrumentos de Medición General.
- 10) Ingeniería de Corrosión.
- 11) Cromatografía.

Empero, el proyecto más importante por realizarse es el de la edición de una colección de libros sobre Transferencia de Calor, que fueron escritos para unos cursos por ingenieros del I.M.P. En la actualidad los dos primeros libros se encuentran en el proceso de adaptación y corrección de estilo para su inmediata publicación.

También existen libros sobre ingeniería mecánica, instrumentación y control, termodinámica, y varios temas más de ingeniería que completan un programa de ediciones para tres años.

En todos los casos de estos temas, sus respectivos análisis editoriales arrojaron resultados muy elocuentes en el sentido de que en el mercado no existen estos tópicos tan actualizados y menos aun en español, lo que augura un éxito comercial además de que coadyuva a la preparación de los estudiantes de ingeniería y química, principalmente.

En el presente, el I.M.P. cuenta con la colección de Series Científicas, mismas que fueron concebidas para ser una aportación del Instituto Mexicano del Petróleo al conocimiento de las ciencias físicas, de la ingeniería, así como de la tecnología desarrollada, contemplando aspectos teóricos y experimentales - como aportaciones de técnicas e investigaciones del I.M.P. desarrolladas en su seno.

Las Series Científicas son obras de consulta y difusión, a nivel internacional, en las que se mencionan los avances alcanzados y los logros obtenidos con investigación plenamente desarrollada por el personal del propio Instituto.

Actualmente se tienen dos títulos en edición español-inglés: "Datos de Equilibrio Líquido-Vapor y su Tratamiento Termodinámico" y "Técnicas Experimentales de Catálisis".

Estos libros van dirigidos a:

- a) los profesionales, especialistas e investigadores de las industrias petrolera, petroquímica y química
- b) los profesionales de la industria de transformación de bienes de consumo duradero
- c) a las instituciones de investigación y centros de estudio a nivel internacional relacionados con los campos de la ingeniería, las ciencias físicas y la tecnología aplicadas a las industrias petrolera, petroquímica y química.

Las Series Científicas tienen un precio de \$ 1,000.00 M. N. para el territorio nacional y \$ 20.00 U.S. D.L.S. en el extranjero. Esta colección fue el primer paso importante que se dio en la creación de libros de alta calidad, empleando para ello un 100 por ciento de recursos humanos, materiales y económicos del I.M.P.

Posteriormente le siguieron los libros de "Técnicas de Programación para calculadoras de bolsillo"; "Serie de Metalurgia Aplicada" (que incluye seis lecciones) y "Metales puros y sus Aleaciones", mismos que también se encuentran a la venta con un precio de \$ 350.00 M. N.

Los primeros pasos ya están dados en el importante terreno de creación de publicaciones netamente del I.M.P., las ventas observadas han demostrado una aceptación del público que las conoce. Empero todavía no se consigue motivar a gran número de autores potenciales para que escriban textos de interés dentro de las áreas que nos competen.

Si a lo anterior se agrega el hecho de que la Comisión Editorial debe sancionar todo el material susceptible de publicarse, entenderemos por qué no se tiene mayor cantidad de libros en el mercado.

La Comisión Editorial además de su labor con las publicaciones periódicas, también interviene, y en muchas ocasiones interfiere, en la edición de nuevos títulos, lo cual ha dado como resultado que muchos libros no se publiquen debido según ellos a su incosteabilidad y probable fracaso en el mercado, a pesar de que los análisis editoriales demuestren lo contrario.

Como es de suponerse, los mismos vicios y prejuicios que tiene la Comisión Editorial en las publicaciones periódicas se reflejan en los mecanismos para la autorización de libros. Es decir, nunca tienen tiempo para revisar el tema propuesto, algunos no lo conocen a fondo y a otros simplemente no les interesa en lo absoluto.

Por tal motivo, como ya lo mencioné en el subtema 4.1., es necesario nombrar personas que verdaderamente entiendan el significado de producir libros, estén interesados en ello y sean conocedores de los temas a desarrollar, con el propósito de -- que trabajen mancomunadamente con la División Editorial a fin de crear las publicaciones que requiere el mercado científico nacional e internacional.

4.4. INCENTIVOS PARA LOS INVESTIGADORES.

Como apuntaba en el subcapítulo anterior, no se tienen todavía muchos títulos en el mercado, a pesar de contar con un enorme potencial de autores, debido a la burocratizada Comisión Editorial.

Dicha entidad rectora ha cometido el error de minimizar el trabajo de los autores porque en los primeros libros no se les concedió el crédito correspondiente; por ejemplo en el libro de "Técnicas de Programación para calculadoras de bolsillo" el -- nombre del autor sólo apareció en la última hoja, en diez puntos, e inclusive no se especifica que es el autor.

En todos los casos de los libros publicados se les pidió a los autores que cedieran todos los derechos de explotación de la obra en exclusiva al Instituto, sin entregarles a cambio ninguna remuneración por concepto de las ventas.

Empero, a la dependencia en que están adscritos se les pagó en especie el 10 por ciento del tiraje, lo cual no representó ningún beneficio para el investigador.

En reiteradas ocasiones se le ha manifestado a la Comisión Editorial que esta situación de no otorgar el crédito al autor ni remunerarle económicamente su trabajo, resulta negativa para la consecución de crear libros de alta calidad; y por el contrario, muchos investigadores prefieren publicar sus trabajos en otras editoriales, a pesar de que éstos hayan sido realizados con tiempo y recursos del Instituto.

Asimismo, sucede que frecuentemente algunas dependencias del I.M.P. en su afán de dar una difusión inmediata, actualizada y barata de sus investigaciones prefieren hacer copias mal impresas, normalmente engargoladas o engrapadas, mismas que venden a precios muy bajos, que en ninguna forma compensan el trabajo utilizado para la elaboración del original, copiado y distribución, obteniéndose publicaciones que detentan contra la imagen y el presupuesto del Instituto Mexicano del Petróleo.

De lo anterior se desprende que el Instituto Mexicano del Petróleo no concede ninguna garantía ni beneficios a los autores porque trabaja con éstos en términos de cesión total de derechos, negándoles todo reconocimiento e inclusive la satisfacción moral de haber publicado un libro.

Sin embargo, aun otorgándoles su reconocimiento ya no resulta suficiente para los investigadores, éstos exigen, y con razón, ver su nombre en la portada y recibir una remuneración que justifique por lo menos las horas que dedicó a la preparación del original.

Ahora bien, si se pretende realizar el objetivo de consolidar una amplia obra editorial de gran calidad, es necesario implantar una política de incentivos para los autores que les resulte atractiva, a fin de evitar una fuga de cerebros o que publiquen sus trabajos externamente. Para ello, en el siguiente subtema se desarrollará una propuesta.

4.4.1. PROPUESTA. Para efectos de los autores, se considera adecuado una remuneración al autor del 30 por ciento sobre el precio de venta. El pago podría ser en efectivo o en especie (cierta cantidad prefijada de libros para su uso personal) o una combinación de ambas. Esta posibilidad permite al I.M.P. cubrir en efectivo sólo una parte del 30 por ciento. Para que el acuerdo sea conveniente para ambas partes, se sugiere una proporción del 25 por ciento (tomando como universo el 30 por ciento) del pago en especie y el 75 por ciento restante en efectivo, esta proporción resultaría conveniente a los autores porque el 25 por ciento no representa un volumen demasiado alto para ellos, en tanto que el 75 por ciento del pago en efectivo no representa para el Instituto Mexicano del Petróleo una erogación excesiva.

Asimismo, el nombre del autor(es) aparecerá(n) en la portadilla y legalmente se les otorgará el título de autores.

Con objeto de formalizar el acuerdo se podría firmar un convenio entre el IMP y el autor (en el anexo 2 del apéndice de este trabajo se sugieren las condiciones de un convenio IMP-autores).

Con lo anterior, en el aspecto moral el Instituto Mexicano del Petróleo resulta beneficiado al promover la elaboración de libros y manuales entre sus profesionistas, teniendo en cuenta que sus objetivos son actualizar los conocimientos de los profesionistas de Pemex y del propio IMP, mejorar sus aptitudes, --- coadyuvar al desarrollo tecnológico y propiciar la innovación tecnológica.

En la medida que sus profesionistas desarrollen más y mejores libros y manuales, el IMP obtendrá un mayor prestigio como centro de investigación y de difusión de su trabajo, a nivel nacional e internacional.

Al mismo tiempo en el ámbito interno dará a su personal mayores incentivos al ver su trabajo publicado, lo cual redunda en una mayor productividad y deseos de colaboración.

Por lo que respecta a los autores, las obras que publiquen representarán un incentivo moral que se reflejará en su curriculum y en prestigio personal.

Por consiguiente, si se logra motivar a los investigadores del Instituto, se alcanzarán los siguientes objetivos:

- a) Editar libros que proyecten una imagen institucional del Instituto Mexicano del Petróleo, eliminando las ediciones fotocopias que demeritan la calidad y prestigio del Instituto.
- b) Vender las publicaciones a un precio accesible que al mismo tiempo permita recuperar costos reales de preparación al IMP y esté al alcance de todas aquellas personas interesadas en su obtención.

- c) Imprimir los trabajos realizados por investigadores del I.M.P., como reportes de trabajo, susceptibles de interés técnico-científico para la realidad profesional del país. O en su defecto, co-editar con otras instituciones de educación o de investigación con las que exista o se cree un convenio de colaboración editorial.

Por último, es importante mencionar que para no restringirse al personal del I.M.P., y con el fin de aumentar el acervo editorial, se debe considerar la posibilidad de contratar autores de reconocida capacidad en el área técnico-científica, con objeto de editar sus obras, ajustándose al Convenio antes mencionado entre el I.M.P. y el autor.

4.5. POLITICAS DE COMERCIALIZACION.

La venta de publicaciones en el Instituto Mexicano del Petróleo es un área relativamente nueva, ya que se inició en 1981 con la Revista trimestral. En los siguientes dos años surgieron otras publicaciones que se pusieron también a la venta.

Sin embargo, en virtud de que la decisión de la Dirección General en este sentido fue repentina, no encontró en la División Editorial una acción inmediata con resultados positivos.

La venta de publicaciones se inició con muchas dificultades debido al desconocimiento de métodos y técnicas de mercadotecnia y publicidad, así como a la carencia de personal capacitado en el área, lo cual, inicialmente trajo como consecuencia un escaso número de ventas.

Desde el principio, la División Editorial tuvo que improvisar personal que se dedicara a vender las ediciones I.M.P. Empero, el problema no fue sólo de improvisación sino de austeri-

dad. Es decir, se les pidió que vendieran pero sin gastar nada para conseguirlo.

Sin embargo, dadas las restricciones anteriores, los resultados no han sido tan malos, ya que del tiraje inicial de 3500 ejemplares de la Revista cuando ésta se obsequiaba, ahora se tiran 2500; en el caso de los libros IMP-PETEX las ventas han sido buenas, principalmente en México.

Las estrategias que se han seguido en este rubro son las siguientes: promoción directa a través de los suscriptores a la revista del I.M.P.; envío de cartas y trípticos a través de directorios de las principales asociaciones de ingenieros del país; pega de carteles en las escuelas técnicas y facultades de ingeniería de la ciudad de México y zonas petroleras; inserción de anuncios en revistas especializadas de proyección nacional e internacional; y finalmente spots publicitarios en Radio Universidad (sin costo alguno).

Como apuntaba antes, los resultados no han sido malos tomando en cuenta la falta de recursos económicos y personal calificado. Sin embargo, es necesario apoyar e impulsar las medidas de comercialización de publicaciones a nivel nacional e internacional.

Actualmente las autoridades del I.M.P. consideran hasta cierto punto inútil arriesgar dinero en la promoción de libros, ---siendo que existen otras áreas prioritarias para el Instituto.

Esta postura no es del todo errónea, porque obviamente el Instituto tiene funciones más importantes, pero tampoco se pueden despreciar los beneficios inherentes al vender las ediciones I.M.P., porque en ellas se consigue reafirmar el prestigio y la imagen del Instituto Mexicano del Petróleo, tanto en México como en el extranjero.

Por tal motivo, es necesario que la División Editorial con - sus propios recursos lleve a cabo una política más agresiva, ba - jo las siguientes directrices.

- 1) Capacitar a su personal en las áreas de mercadotecnia y publicidad, con objeto de planear e implantar campañas - de publicidad a nivel nacional e internacional, tomando como base las más modernas técnicas en estos rubros.
- 2) Entrevistas directas con los Directores de Facultades y Escuelas de Ingeniería del país para incluir como libros de consulta las ediciones del I.M.P., sobre todo en las áreas de ingeniería, física y química.
- 3) Emplear más efectivamente la relación con la Asistencia Recíproca Petrolera Estatal Latinoamericana (ARPEL), a - fin de promover con ellas y su ámbito de acción los li - bros del I.M.P. Para ello se requiere un mayor contacto personal con sus directivos.
- 4) Es preciso mantener una mayor comunicación directa con - los gerentes de Petróleos Mexicanos y directores de em - presas o instituciones relacionadas con las industrias - petrolera, petroquímica y química, de México y del ex - - tranjero.
- 5) Es necesario establecer convenios con las principales li - brerías de México y América Latina para que éstas vendan los libros del I.M.P.
- 6) Establecer locales para la venta al público dentro de la sede del I.M.P. y en las representaciones foráneas de - - las zonas petroleras.

- 7) Participar en el mayor número de ferias o exposiciones - de libros; así como en los congresos o seminarios donde intervengan especialistas de las industrias petrolera, - petroquímica y química.
- 8) Continuar con mayor énfasis la campaña publicitaria, mediante cartas, trípticos, dípticos, carteles, anuncios, por radio e inserciones en revistas especializadas.

Como se puede observar, este campo es prácticamente virgen - donde falta todo por hacer, pero en la medida en que vayan surgiendo más publicaciones, las autoridades tendrán que apoyar -- más ampliamente la comercialización de las mismas.

De lo anterior se desprende que es en esta área donde el --- I.M.P. no cuenta con la infraestructura necesaria, y por lo tanto es preciso crearla por tratarse del eslabón final y muy importante dentro del proceso editorial. No es lógico hacer libros para mantenerlos abandonados en bodegas o librerías, resulta --- frustrante tanto para el autor como para todos aquellos que intervinieron de alguna manera en el proceso de edición.

Entre mayores sean las ventas de libros mayor será el número de investigadores que quieran publicar sus trabajos. Para ello se necesita un amplio apoyo al aspecto de comercialización tanto en México como en el extranjero.

4.6. CREACIÓN DE FOLLETOS PROMOCIONALES DEL I.M.P.

Con objeto de promover las actividades, servicios y logros - del Instituto Mexicano del Petróleo, se realizan una serie de - folletos de sus diferentes dependencias. Estos folletos tienen un carácter descriptivo que divulgan las tecnologías a su mercado activo y potencial.

Invariablemente se hace la corrección de estilo del original, se diseña una buena portada, se busca un buen formato y una adecuada selección de fotografías a fin de que los folletos tenga la mejor presentación posible.

Sin embargo, lamentablemente, para la edición de estos folletos existe una duplicidad e interferencia de funciones entre la Subdirección de Promoción y Producción Industrial y la División Editorial, en virtud de que la primera es la encargada de promover los procesos, productos y servicios ofrecidos por el Instituto, en tanto que la segunda tiene como función divulgarlos.

A pesar de que sus actividades están debidamente delimitadas, dicha Subdirección en muchas ocasiones no acepta la participación de la División Editorial y prefiere solicitar el diseño a la Gerencia de Arquitectura y Construcción, con lo cual la calidad en la presentación demerita grandemente la imagen institucional.

Por su parte, la División Editorial evitando intermediarismos prefiere tratar directamente con la entidad solicitante, trayendo como consecuencia que nadie quiera pagar los cargos de edición, debido a que la Subdirección de Promoción y Producción Industrial es la encargada, reitero, de promocionar los servicios del I.M.P., para lo cual tiene asignada una partida presupuestal especial para tal fin.

Ante este panorama de celos profesionales, extrema burocracia y triangulación, no se pueden editar muchos folletos promocionales.

Con esta triangulación lo único que se logra es la nula publicación de folletos, y con ello, la poca promoción de las actividades y servicios del Instituto, por lo cual se hace necesario canalizar debidamente los esfuerzos de cada entidad.

Indudablemente, mediante la publicación de folletos promocionales se logra difundir positivamente la imagen del Instituto Mexicano del Petróleo, además de que se consiguen divisas a través de la compra de tecnologías o servicios dados a conocer en estos folletos.

A fin de que exista una congruencia en todo el material impreso del I.M.P., es imperativo que sea sólo una entidad responsable y conocedora la encargada de realizarlo, ya que no se puede dejar tarea tan importante, como lo es la imagen institucional, en personas que carecen de la experiencia necesaria.

Tomando en consideración lo anterior, la División Editorial tiene contemplado para este y el próximo año un extenso programa de publicación de folletos promocionales, sólo falta -- que la Dirección General le confiera la total responsabilidad.

4.7. NORMAS EDITORIALES

La identidad de solidez, estabilidad y confianza que toda Institución necesita comunicar, tanto a su personal como a todas las instituciones que con ella interactúan, en México y el extranjero, y a la población en general, se encuentra en dependencia directa a la totalidad de sus publicaciones e impresos que emanan de ella, pues la imagen adoptada por cualquier institución resulta la piedra angular del sistema de identificación de la misma, ya que su apariencia, fundamental elemento visual, es el más efectivo comunicador del crecimiento y del desarrollo alcanzado por la Institución, ya que mediante una identidad visual uniforme, y aplicada en forma coherente, se fortalecerá a largo plazo la conciencia y la identificación de la Institución y de sus logros en cualquier campo.

Partiendo de la anterior premisa y tomando en cuenta que hasta el momento no existe una homogeneidad en la presentación de las ediciones e impresos del I.M.P., se propone en este trabajo una serie de lineamientos que coadyuven a dar una normatividad a las publicaciones del I.M.P.

Con estas normas editoriales se pretende desarrollar un sistema profesional de comunicación, mismo que constituya consistentemente un máximo reconocimiento y una alta conciencia de lo que es el Instituto Mexicano del Petróleo.

Es una guía que define los elementos básicos para regir cada uno de los impresos y publicaciones que se producen en el seno del I.M.P., con objeto de lograr la exitosa implantación de este sistema de identificación institucional.

4.7.1. ELEMENTOS DE IDENTIFICACION. Son los elementos verbales y visuales que constituyen el soporte del sistema de identificación institucional en el que se debe apoyar el Instituto Mexicano del Petróleo para lograr una plena comunicación interna y externa.

a) Elementos verbales:

Nombre oficial de la Institución: INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO.

b) Elementos visuales:

Logotipo: el logotipo es la única representación gráfica o simbólica que puede ser usada para la identificación -- del Instituto, razón por la cual debe ser usado estrictamente bajo los lineamientos gráficos establecidos para -- sus aplicaciones.

El logotipo del Instituto es: **IMP** el cual posee las siguientes características formales: red que ilustra el trazo y las proporciones del logotipo.

Colores: el logotipo se basa en la combinación del verde Pantone 355c y el negro, colores que son los únicos permitidos para la identificación del mismo, y las únicas excepciones aceptadas son las de reproducirlo totalmente en negro o blanco.

Logograma: el logograma es el texto o leyenda que identifica o describe el nombre de la institución, y al igual que el logotipo, debe ser usado estrictamente bajo lineamientos gráficos establecidos para sus aplicaciones.

El logograma del Instituto es: INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO, se basa en el tipo Universe Medium, debiendo ser respetadas sus proporciones y las aplicaciones siguientes: red que ilustre las proporciones y las diferentes formas en que se acepta usar el logograma.

Firma: es el término símbolo o combinación de ambos, que diferencia a un producto, actividad o institución de otros, y por tal motivo, debe ser usado únicamente bajo el respeto de los patrones diseñados para su uso.

La firma del IMP resulta de la incorporación del logotipo con el logograma y sólo se aceptan para su uso las combinaciones que se señalan a continuación, respetando las combinaciones y colores indicados en cada caso: red que ilustre las proporciones del logotipo con el logograma y las combinaciones permitidas para su uso.

Colofón: es la nota que se incluye en una publicación para identificar a su impresor. El colofón que debe incluirse en todas las publicaciones del IMP es el siguiente:

Análisis Editorial, Diseño, Formato, Tipografía e Impresión a cargo de la División Editorial de la Subdirección General de Capacitación y Desarrollo Profesional, México, D. F., fecha y tiraje.

Tipografía: la tipografía es un elemento fundamental en un sistema de identificación visual, ya que el uso coordinado y consecuente de un tipo definitivo junto a otros elementos visuales, como los impresos publicados por el Instituto después de un periodo, establecen la identificación psicológica de la institución. El tipo Universe, en sus modalidades Ligth, Medium, Bold y Condensed, constituye la identificación tipográfica del Instituto Mexicano del Petróleo.

Asimismo, es recomendable crear logotipos de identificación para cada una de las Subdirecciones Generales del Instituto, con el fin de que cuando se haga un trabajo que requiera identificación de las mismas, no se pierda la imagen institucional.

4.7.2. APLICACION DE LOS ELEMENTOS DE IDENTIFICACION, FORMATO Y CARACTERISTICAS EN PUBLICACIONES NO PERIODICAS.

Díptico. Publicación impresa de una sola hoja plegada en dos. Su contenido se refiere por lo general a un solo tema.

Características generales:

Secciones.

- Portada o primera de forros.
- Segunda de forros o página 1.
- Tercera de forros o página 2.
- Contraportada o cuarta de forros.

Papel. Se imprime en los diferentes tipos de papel que se emplean en el Taller de Impresión.

Tintas. Puede imprimirse desde una tinta hasta en selección de color, según lo requiera el diseño; respetando los colores del logotipo y del logograma.

Reproducción. Se reproduce en offset.

Tiraje. Varía, según las necesidades de quien lo solicita.

Elementos de identificación:

- Lay out y dimensiones.
- Logotipo, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.
- Logograma.
- Colofón, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.

Tríptico. Publicación impresa de una sola hoja con dos dobleces que la dividen en tres partes iguales.

Su contenido se refiere a un solo tema y generalmente se utiliza como medio informativo promocional.

Características generales:

Secciones.

- Consta de portada.
- Segunda de forros o página 1.
- Tercera de forros o página 2.
- Página 3.
- Página 4.
- Contraportada o cuarta de forros.

Papel. Se imprime en los diferentes tipos de papel que se emplean en el Taller de Impresión.

Tintas. Puede imprimirse desde una tinta hasta selección de color, según lo requiera el diseño, respetando los colores del logotipo y del logograma.

Reproducción. Se reproduce en offset.

Tiraje. Varía, según las necesidades de quien lo solicita.

Elementos de Identificación:

- Lay out y dimensiones.
- Logotipo, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.

Folleto. Es una obra impresa de cuatro a 40 páginas, excluyendo forros. Su contenido se refiere a un solo tema y su ordenamiento es en forma de cuadernillo.

Características generales:

Secciones.

- Consta de portada.
- Índice.
- Contenido (variable en secciones, según el tema).
- Tercera de forros.
- Contraportada o cuarta de forros.

Papel. Se imprime en:

- Las cubiertas, de acuerdo a la lista de los diferentes tipos de papel que se emplean en el Taller de Impresión.
- Interiores, de acuerdo a la lista de los diferentes tipos de papel que se emplean en el Taller de Impresión.

Tintas. Puede imprimirse desde una tinta hasta en selección de color, según lo requiera el diseño, respetando -- los colores del logotipo y del logograma.

Reproducción. Se reproducen en offset.

Tiraje. Varía, según las necesidades de quien lo solicita.

Elementos de identificación:

- Lay out y dimensiones.
- Logotipo, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.
- Colofón, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.

Cartel. Es un impreso que se presenta en forma extendida. Generalmente contiene noticias, propaganda o información específica de algún evento.

Características generales:

Secciones.

Consta de una sola cara, en donde se incluye toda la información a comunicar.

Papel. Se imprime en los diferentes tipos de papel que se emplean en el Taller de Impresión.

Tintas. Puede imprimirse desde una tinta hasta en selección de color, según lo requiera el diseño, respetando -- los colores del logotipo y del logograma.

Reproducción. Se reproduce en offset.

Tiraje. Varía, según las necesidades de quien lo solicita.

Elementos de identificación:

- Lay out y dimensiones.
- Logotipo, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.
- Logograma, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.

Hojas técnicas. Impresos coleccionables tamaño carta, relativas a productos o procesos del Instituto Mexicano del Petróleo.

Características generales:

Secciones.

- Consta de 1 a 4 páginas.

Papel. Se imprimen en papel bond de 60 kgs.

Tintas. Se imprimen a dos tintas: negro pantone y pantone 116U.

Reproducción. Se reproduce en offset.

Tiraje. Varía, de acuerdo a las necesidades de la colección.

Elementos de identificación:

- Lay out y dimensiones.

- Logotipo, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.

- Logograma, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.

Papelería. Conjunto de impresos de uso cotidiano que comprenden la identificación gráfica de una institución.

Papelería general. Se elaborará en cada caso la red que muestre la distribución tipográfica de los elementos de identificación, señalando el puntaje, sitio y medidas --- exactas a las que deben incluirse los mismos.

- Hoja carta.

- Hoja oficio.

- Sobre (carta y oficio).

- Memorandum.
- Recado telefónico.
- Folder.
- Carpeta.
- Hoja de formas.

Papelería personal para ejecutivos.

Dirección General.

- Hoja carta.
- Sobre.
- Tarjetas - Informativa.
 - Conmemorativa
 - De presentación.
 - De agradecimiento.
 - De salutación.
- Folder.
- Carpeta.

Subdirecciones Generales.

- Hoja carta.
- Sobre.
- Tarjetas - Informativa.
 - De presentación.
 - Conmemorativa.
 - De agradecimiento.
 - De salutación.

Divisiones.

- Tarjetas - Informativa.
 - Conmemorativa.
 - De presentación.
 - De agradecimiento.
 - De salutación.

Departamentos.

- Tarjetas - Informativa.
- De presentación.

Libro. Es un impreso cuyo número de páginas no es menor de 50, de reedición factible indicada en la nueva reproducción. Su contenido se refiere a un solo tema.

Características generales:

Secciones.

- Consta de portada.
- Portadilla.
- Índice.
- Introducción o prólogo.
- Contenido, variable según sea el tema.
- Tercera de forros.
- Contraportada o cuarta de forros.

Papel. Se imprime en:

- Cubiertas, de acuerdo a la lista de los diferentes tipos de papel que se emplean en el Taller de Impresión.
- Interiores, de acuerdo a la lista de los diferentes tipos de papel que se emplean en el Taller de Impresión.

Tintas. Puede imprimirse desde una tinta hasta en selección de color, según lo requiera el diseño, respetando los colores del logotipo y del logograma.

Reproducción. Se reproduce en offset.

Tiraje. Varía, según las necesidades de quien lo solicita.

Elementos de identificación:

- Lay out.
- Logotipo, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.
- Logograma, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.
- Colofón, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.

Publicación periódica. Es un impreso emitido con una periodicidad determinada.

Boletín. Es un impreso cuyo número de páginas fluctúa entre 25 y 35 páginas. Presentado en forma de cuadernillo. Su contenido puede tratar varios tópicos o eventos de manera ágil y rápida.

Características generales:

Secciones.

- Consta de portada.
- Índice.
- Editorial o introducción.
- Contenido (variable).

Papel. Puede imprimirse de acuerdo a la lista de papeles que se emplean en el Taller de Impresión.

Tintas. Puede imprimirse desde una tinta hasta en selección de color.

Tiraje. Varía, según las necesidades de quien lo solicita.

Elementos de identificación:

- Lay out.
- Logotipo, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.

- Logograma, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.
- Colofón, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.

Revista. Es una publicación periódica, constituida por escritos sobre varias materias, o sobre una sola especialidad.

Características generales:

Secciones.

- Consta de portada.
- Portadilla.
- Índice
- Prólogo o editorial.
- Contenido, variable, según la especialidad o temas a tratar.

Papel. Cubiertas: se imprimen de acuerdo a la lista de los diferentes tipos de papel que se emplean en el Taller de Impresión.

Interiores: se imprimen de acuerdo a la lista de los diferentes tipos de papel que se emplean en el Taller de Impresión.

Tintas. Cubiertas: se imprime en el número de tintas que requiera el diseño.

Reproducción. Se reproduce en offset.

Tiraje. Varía, según las necesidades de quien lo solicita.

Elementos de identificación:

- Lay out y dimensiones.

- Logotipo, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.
- Logograma, indicando puntaje sitio y medidas exactas a las que incluirse dentro del impreso.
- Colofón, indicando puntaje, sitio y medidas exactas a las que debe incluirse dentro del impreso.

Es conveniente mencionar que en todos los casos procedentes, el logotipo, logograma y colofón variará de posición de acuerdo al diseño de cada publicación e impreso, a fin de no restringir se a un solo modelo rígido que atentaría contra la estética y presentación de las publicaciones.

Asimismo, se pretende que los dípticos, trípticos, folletos, libros, hojas técnicas y boletines tengan un tamaño media carta, en tanto que las revistas y eventualmente los libros, se impriman en tamaño carta.

Todo lo anterior responde al hecho de que hasta hace algunos años, en las publicaciones e impresos del IMP invariablemente faltaba alguno de los elementos mencionados, y no existía homogeneidad en los tamaños. Por ejemplo, la Revista del IMP de un número a otro variaba en algunos centímetros.

En la actualidad se ha hecho un esfuerzo para remediar estas anomalías, sin embargo, todavía es notable algunas de ellas, como la falta de colofón, logotipo, variación en las dimensiones establecidas, etcétera.

Empero, en este rubro ya existe un adelanto y las publicaciones del IMP y las que produce a entidades externas, como a Pemex, ya poseen una personalidad propia y su presentación es buena.

4.8. APOYO EDITORIAL A PETROLEOS MEXICANOS.

Con objeto de cumplir con su principal objetivo para el cual fue creado, que consiste en suministrar todo tipo de servicios a Petróleos Mexicanos, el Instituto Mexicano del Petróleo siempre le ha proporcionado a Pemex asistencia editorial.

Desde hace 21 años el IMP se ha encargado de realizar diversos trabajos de impresión para las diferentes dependencias de Pemex, entre ellos folletos, manuales y, sobre todo, trabajos que por su confidencialidad no pueden ser impresos en talleres externos.

Es importante destacar que Petróleos Mexicanos siempre ha carecido de un área editorial, por tal motivo, y en virtud del -- gran número de impresos que realiza mensualmente, ha encontrado en el IMP un importante apoyo en este sentido.

Como consecuencia del famoso "boom" petrolero, generado a finales de la década pasada, y del cambio de administraciones, -- actualmente Pemex afronta una macroestructura con más de 150 -- mil empleados y más de 60 gerencias, con lo cual el trabajo de impresión es de tal magnitud que obviamente el Instituto no --- cuenta con la capacidad instalada para satisfacerlo en su totalidad.

Sin embargo, la asistencia que proporciona el IMP a Pemex es cualitativa, ya que desde 1968 imprime la Memoria de Labores, - el Anuario Estadístico, el Informe Bimestral al Consejo de Administración, así como informes y reportes confidenciales de la - Dirección General.

La labor por "ganarse" el trabajo de Pemex no ha sido sencilla porque excluyendo los importantes documentos antes señala--dos enviados tradicionalmente por instrucciones expresas del -- Director General de Petróleos Mexicanos, varias dependencias --

evitan tener relaciones con el IMP debido fundamentalmente a -- cuatro razones:

- 1) Desconocimiento de que el IMP brinda ese servicio.
- 2) Altos costos de impresión.
- 3) Marcada preferencia por otros talleres.
- 4) Falta de capacidad instalada.

Por lo que respecta al primer punto, efectivamente muchos -- funcionarios de Pemex desconocen por completo las actividades -- que realiza el IMP.

Esto es muy comprensible si sabemos que gran número de los -- nuevos funcionarios de la Institución no conocen las funciones y actividades del propio Petróleos Mexicanos, ni de la dependen- cia que les ha sido asignada.

Por tal motivo, muchos trabajos de impresión no son llevados al IMP.

Así mismo, el segundo punto responde a que de acuerdo a un convenio IMP-Pemex, todos los trabajos que realice el Instituto para Pemex, el primero deberá cobrar al segundo los costos gene- rados en dicho trabajo, adicionando un 83 por ciento por concep- to de gastos indirectos, que más bien se manifiesta como una -- ayuda de Petróleos Mexicanos hacia el IMP para que éste conti- nue con sus investigaciones y proyectos. Es una de las formas de subsidio que proporciona Pemex.

Con lo anterior, el Instituto queda fuera de competencia con relación a otros oferentes de servicios similares, ya que mu- -- chos gerentes de Pemex prefieren dar sus trabajos a compañías -- privadas, en virtud de que resulta más barato y no afecta al -- presupuesto de la gerencia a su cargo.

Por otra parte, con relación al inciso 3, se han dado casos de celos profesionales porque algunos directivos de Pemex prefieren realizar el trabajo de edición ellos mismos haciendo caso omiso de la infraestructura, experiencia y capacidad del Instituto en esta área.

Empero, hay también funcionarios que no desean tener tratos de ninguna naturaleza con el Instituto, porque en otras ocasiones no se les ha cumplido cuando solicitaron otro tipo de servicios.

Por último, es frecuente que Petróleos Mexicanos solicite tirajes muy altos para sus ediciones, de tal suerte que el IMP de acuerdo a su capacidad instalada se vea imposibilitado de cumplir, con lo cual el trabajo tiene que ser ofrecido a una editorial mayor.

Por ejemplo la Revista "Nosotros los Petroleros", de periodicidad mensual, fue ofrecida para que el Instituto Mexicano del Petróleo la imprimiera, solicitud que fue imposible satisfacer ya que tiene un tiraje de 50 mil ejemplares, con un promedio de ocho fotografías a colores.

Los anteriores, como mencioné, son los principales obstáculos a que se enfrenta el IMP para poder cumplir con su compromiso de apoyar en el área de impresión a Pemex.

Sin embargo, se ha continuado trabajando mancomunadamente con la Dirección General de Pemex para efectuar todo tipo de impresos confidenciales.

Asimismo, a partir del año pasado se ha logrado establecer una mayor comunicación entre personal de la División Editorial y funcionarios de Pemex, con lo cual las solicitudes de edición de publicaciones se han multiplicado de manera considerable.

Inicialmente, en 1982 se editaron dos folletos promocionales de las Refinerías de Ciudad Madero y Cadereyta (uno para cada una), logrando una alta calidad en los mismos, por lo que al principio de la presente administración fue solicitado al IMP el trabajo de edición de folletos promocionales de todas las Refinerías y Complejos Petroquímicos del país.

Para cumplir con tal solicitud se elaboró un programa de actividades y tiempos, mismo que fue discutido con funcionarios medios de Petróleos Mexicanos.

En la actualidad este programa lleva un 90 por ciento de avance, a pesar de la aversión que sienten por el Instituto algunos empleados de menor jerarquía debido a una u otra de las razones antes expuestas.

Empero, como ya mencioné, cada día Pemex acude con mayor frecuencia al IMP para solicitar trabajos de edición de publicaciones e impresión de carteles, invitaciones, formas, tarjetas, etcétera.

Es decir, cada día el Instituto Mexicano del Petróleo atiende con mayor atingencia las solicitudes de Petróleos Mexicanos, como consecuencia del trabajo profesional que ha realizado.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- 1.- García Terrés, Jaime, "La Problemática Editorial en México"; Uno Más Uno, Editorial Uno, México, 21 de febrero de 1982, pág. 20

C O N C L U S I O N E S

CONCLUSIONES

La comunicación, elevada al grado de ciencia, ha desempeñado a través de la historia del hombre un papel fundamental en la dinámica de su desarrollo. Su presencia se manifiesta activamente en las interrelaciones personales, grupales, comunales e internacionales como un elemento de convivencia y coexistencia que conduce al progreso de las sociedades y culturas

La ciencia ha adquirido un relevante lugar en la cultura contemporánea. Los países industrializados han llegado a su alta posición, en buena medida, debido a la importancia que le han conferido a las actividades científicas.

La buena comunicación de los científicos entre sí y con el resto de la sociedad es indispensable para una sana y vigorosa actividad científica. En tal virtud, las revistas se manifiestan como el medio idóneo para llevar a cabo eficazmente la comunicación intracientífica y extracientífica porque cuentan con un público más selecto; poseen las ventajas inherentes de la palabra impresa; además de que resultan más costeables en relación con otros medios de comunicación como cine, radio, televisión, etcétera.

El Instituto Mexicano del Petróleo en sus 21 años de funciones ha cumplido satisfactoriamente con los objetivos para los que fue creado, adquiriendo en ese tiempo un gran prestigio, a nivel nacional e internacional, dentro de su ámbito de acción.

En la actualidad el Instituto Mexicano del Petróleo cuenta con una infraestructura editorial suficiente para difundir y propagar sus logros científicos y tecnológicos, los que a su --

vez le proporcionen una sólida imagen de Institución de excelencia.

Sin embargo, es recomendable que el personal de la División Editorial reciba periódicamente cursos de actualización, relativos a su área de conocimientos, a fin de mejorar la calidad en su trabajo.

En la actualidad, las tres publicaciones periódicas del IMP, Revista, Boletín y Gaceta, no cumplen satisfactoriamente con los objetivos para los que fueron creadas debido a diferentes causas. En el caso de la Revista, el retraso es considerable en su edición con el consecuente descrédito para la Institución y por añadidura es poco probable que aumente su número de suscriptores.

Por lo que respecta al Boletín Informativo, éste tiene el problema de que cada vez se reciben menos colaboraciones debido principalmente a que ya nadie quiere escribir porque no les otorgan el crédito correspondiente.

En el caso de la Gaceta, el problema es que aun no adquiere una personalidad propia y la información no es de gran calidad debido también a que hay poca participación por parte del personal.

Así mismo, es muy lamentable que el Instituto Mexicano del Petróleo no aproveche la coyuntura que se le presenta de crear libros en las áreas técnica y científica para la industria petrolera, que al mismo tiempo coadyuvan a satisfacer los requerimientos de investigadores y estudiantes en cuanto a literatura actualizada y en español en estos rubros.

Por lo anterior, es necesario que la Comisión Editorial trabaje con especialistas de cada Subdirección de Rama para que exhorten a sus compañeros técnicos, profesionales e investigado

res a escribir artículos o libros relacionados con su especiali-
dad.

Es importante mencionar que las Subcomisiones deben estar --
formadas, preferentemente, por personal que no ocupe cargos ad-
ministrativos medios o altos, aunque sí deben ser coordinados -
por un Presidente y Secretario que ocupen puestos de Subdirec--
tor con objeto de concretar y cristalizar los acuerdos tomados
en cada sesión, debido fundamentalmente a su cercanía con el Di-
rector General y a su facultad en la toma de decisiones impor--
tantes y trascendentes para la Institución, en materia de publi-
caciones.

Para asegurar un óptimo desempeño en los miembros de la Comi-
sión Editorial y sus Subcomisiones, se deben tomar medidas de -
aliento como reconocimientos públicos o el pago de una catorce-
na de premio, cuando el trabajo sea destacado. Por el contra--
rio, cuando no cumplan con sus funciones se les expulsará de la
Comisión o Subcomisión a la que pertenezcan.

Así mismo con objeto de incrementar la actividad editorial,
es necesario proporcionar incentivos a los autores potenciales
existentes en el IMP, para que éstos publiquen sus trabajos a -
través de la editorial del Instituto, evitando que dichos profe-
sionales publiquen externamente sus investigaciones.

Para tal fin, la institución debe ser más justa con los in--
vestigadores, otorgándoles concesiones atractivas, como por ---
ejemplo el convenio propuesto en el subcapítulo 4.4.

El área más débil en la infraestructura editorial del IMP es
la de venta de publicaciones. Por tal motivo, es urgente que -
se le proporcione todo el apoyo necesario para el cumplimiento
de su importante labor.

Es necesario impartir capacitación al personal existente de la División Editorial, o en todo caso contratar especialistas, así como darle las facilidades de tipo económico para promocionar las ediciones IMP en México y el extranjero.

También se requiere implantar una política de comercialización más activa y agresiva, contando para ello con el respaldo total de la Dirección General.

Se deben observar los lineamientos básicos de las normas editoriales del IMP, expuestas en el subcapítulo 4.7., con objeto de proporcionar una personalidad propia y bien definida a todas las publicaciones e impresos del IMP.

A pesar de que actualmente se apoya cualitativamente a Petróleos Mexicanos en cuanto a publicaciones confidenciales, el Instituto Mexicano del Petróleo debe incrementar su capacidad instalada con el fin de atraerse en mayor cantidad el enorme caudal de publicaciones que produce Pemex mensualmente.

Con la publicación de la Revista, el Boletín, la Gaceta, libros de alto contenido técnico y científico, firma de convenios editoriales, venta de publicaciones, folletos promocionales, --apoyo editorial a Petróleos Mexicanos, se encuentran sentadas firmemente las bases para difundir la imagen del Instituto Mexicano del Petróleo.

**APENDICE 1: Decreto de Creación del Instituto
Mexicano del Petróleo.**

DIARIO OFICIAL

ORGANO DEL GOBIERNO CONSTITUCIONAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Director: MARLANO D. URDANIVIA

Registrado como artículo de la clase en el año de 1914	MEXICO, JUEVES 15 DE AGOSTO DE 1961	TOMO CCLXXI	No. 49
---	-------------------------------------	-------------	--------

SUMARIO

PODER EJECUTIVO	DEPARTAMENTO DE ASUNTOS AGRARIOS Y COLONIZACION
SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES	
CANCELACION del Exequatúr número 65 que se concedió al señor Paul S. Flores, Vicerésul de los Estados Unidos de América en México, Distrito Federal ...	1
SECRETARIA DEL PATRIMONIO NACIONAL	
Decreto que crea el Instituto Mexicano del Petróleo como Organismo Descentralizado ...	2
Acuerdo a la Secretaría del Patrimonio Nacional que dispone se desincorpore de las reservas mineras nacionales la zona denominada Guerrero-Oaxaca, ubicada en los Estados del mismo nombre ...	3
Acuerdo a la Secretaría del Patrimonio Nacional que dispone se desincorpore de las reservas mineras nacionales la zona denominada Oaxaca, ubicada en el Estado del mismo nombre ...	4
Acta de entrega hecha por la Junta Federal de Mejoras Materiales de Progreso, Yuc., al H. Ayuntamiento de dicha ciudad, de las obras de pavimentación de las calles Treinta y otras ...	4
SECRETARIA DE OBRAS PUBLICAS	
Decreto por el que se declara de utilidad pública la expropiación de diversas superficies de terreno, en Santa Catarina, N. L., para integrar el derecho de vía del nuevo libramiento de la carretera Matamoros-Mazatlán, tramo Monterrey-Saltita ...	5
SECRETARIA DE AGRICULTURA Y GANADERIA	
Decreto que autoriza a la Secretaría de Agricultura y Ganadería para que, dentro del término de un año, expida permisos para explotar hasta 20 sementales de raza pura Charolais ...	6
	7
	8
	9
	10
	11
	12
	13
	14
	15
	16
	17
	18
	19
	20
	21
	22
	23
	24
	25
	26
	27
	28
	29
	30
	31
	32
	33
	34
	35
	36
	37
	38
	39
	40
	41
	42
	43
	44
	45
	46
	47
	48
	49
	50
	51
	52
	53
	54
	55
	56
	57
	58
	59
	60
	61
	62
	63
	64
	65
	66
	67
	68
	69
	70
	71
	72
	73
	74
	75
	76
	77
	78
	79
	80
	81
	82
	83
	84
	85
	86
	87
	88
	89
	90
	91
	92
	93
	94
	95
	96
	97
	98
	99
	100

PODER EJECUTIVO

SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES

CANCELACION del Exequatúr número 65 que se concedió al señor Paul S. Flores, Vicerésul de los Estados Unidos de América en México, Distrito Federal.

Al margen un sello que dice: Poder Ejecutivo Federal. Estados Unidos Mexicanos.—México.—Secretaría de Relaciones Exteriores.

CANCELACION del exequatúr número 65 que se concedió al señor Paul S. Flores, Vicerésul de los Estados Unidos de América en México, Distrito Federal.

Por acuerdo del C. Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, con esta fecha se ha acordado la cancelación del Exequatúr número 65 del 8 de noviembre de 1960 que se concedió al señor Paul S. Flores para que pudiera ejercer las funciones de Vicerésul de los Estados Unidos de América en México, Distrito Federal, en virtud de haberse dado por terminada su comisión.

México, Distrito Federal, a los dieciséis días del mes de agosto de mil novecientos sesenta y cinco.—J. O. del Secretario, el Oficial Mayor.—José S. Gallastegui.—Rúbrica.

SECRETARIA DEL PATRIMONIO NACIONAL

DECRETO que crea el Instituto Mexicano del Petróleo como Organismo Descentralizado.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.—Presidencia de la República.

DECRETO que crea el organismo descentralizado de interés público Instituto Mexicano del Petróleo.

GUSTAVO DIAZ ORDAZ, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, con fundamento en los artículos 89, fracción I, de la Constitución General de la República, 10, 20, y 13 de la Ley para el Control por parte del Gobierno Federal, de los Organismos Descentralizados y Empresas de Participación Estatal, y 25 fracción II del Código Civil para el Distrito y Territorios Federales en Materia Común y para toda la República en Materia Federal; y

CONSIDERANDO PRIMERO.—Que la transformación industrial del país exige imperativamente estar al día en materia de tecnología para acrecentar el rendimiento de la industria nacional a cuyo efecto ya hemos señalado la necesidad de que el país realice una alta tasa de inversión intelectual, orientando la educación al trabajo productivo. Igualmente, el 10 de diciembre de 1964, presizamos que los recursos que la industria dedique a la investigación tecnológica, a la formación profesional y a la capacitación obrera, contribuyen a la prosperidad nacional y al desarrollo de la propia industria.

CONSIDERANDO SEGUNDO.—Que, por otra parte, es meta de mi gobierno atender a los requerimientos de mano de obra en nivel superior, los que aumentan mucho más rápidamente que los de la fuerza de trabajo general, para lo cual es conveniente relacionar los planes educacionales con la política de empleo, a fin de aproximar, como ya lo expresamos en nuestro mensual citado, demanda y oferta de mano de obra calificada y semicalificada.

CONSIDERANDO TERCERO.—Que Petróleos Mexicanos constituye una empresa estatal, y siendo las industrias petrolera y petroquímica de aquellas ramas de la actividad productiva en las que con mayor rapidez se presenta la innovación tecnológica y se exige un mayor saber técnico y una mayor capacitación obrera, lo que hace que requieran de centros para formar trabajadores especializados que estén en aptitud de ejecutar tareas subprofesionales y de adquirir la posibilidad de ascender a niveles superiores.

CONSIDERANDO CUARTO.—Que, por otra parte, es indispensable adecuar la política de innovación tecnológica de la industria petrolera, a la necesidad del país de fomentar industrias derivadas de la petrolera y petroquímica básica y cualesquier trabajos directamente relacionados con ellas que requiriendo relativamente menores inversiones, originan la creación de mayor número de puestos; por lo que resulta conveniente y útil la formación de investigadores, profesionistas y técnicos en esas diversas especialidades.

CONSIDERANDO QUINTO.—Que en materia de capacitación debe tenerse presente que la preparación del trabajador para ocupar un determinado puesto de cierta calificación, es sólo el inicio de su formación, pues posteriormente habrá de recibir cursos para otros puestos determinados, y tanto en los primeros como en los segundos, se cuidará de su formación general. Esa capacitación además tendrá que realizarse en el menor tiempo posible, no sólo por exigencias de la producción, sino también para crear en el obrero la confianza respecto de que aquélla es medio para obtener pronto y beneficios ascensos. Por último, por lo que toca a los profesionistas, a quienes se les invita a trabajar en las industrias petrolera y petroquímica, se instituirán también cursos de capacitación, pues se ha observado que frecuentemente los resulta difícil adaptar sus conocimientos técnicos a las necesidades prácticas al van directamente del centro de estudios en que se graduaron a la institución industrial o

campo petrolero. El Instituto facilitará esta adaptación mediante cursos o seminarios que pongan al profesionista en contacto con los problemas prácticos petroleros o petroquímicos;

He tenido a bien expedir el siguiente

DECRETO

ARTICULO 1o.—Se crea el Instituto Mexicano del Petróleo como Organismo Descentralizado de interés público, de carácter preponderantemente técnico, educativo y cultural, con personalidad jurídica y patrimonio propios.

ARTICULO 2o.—Este Organismo tiene por objeto:

- a).—La investigación científica básica y aplicada;
- b).—El desarrollo de disciplinas de investigación básica y aplicada;
- c).—La formación de investigadores;
- d).—La difusión de los desarrollos científicos y su aplicación en la técnica petrolera;
- e).—La capacitación de personal obrero que pueda desempeñar labores en el nivel subprofesional, dentro de las industrias petrolera, petroquímica básica, petroquímica derivada y química.

ARTICULO 3o.—El Instituto Mexicano del Petróleo desarrollará sus actividades por medio de laboratorios, plantas piloto, plantas comerciales, centros educativos, o en los campos de acuerdo con los requerimientos de sus planes de trabajo, divididos por ramas como sigue:

- a).—Geología y Geofísica.
- b).—Ingeniería Petrolera, estudio de Transportes y Distribución de Hidrocarburos y Problemas de Economía Petrolera.
- c).—Química, Refinación y Petroquímica.
- d).—Manejo y adaptación (diseño) de equipo mecánico, electrónico y maquinaria.
- e).—Estudio y adaptación de Tecnología.
- f).—Electrónica aplicada a las industrias petrolera, petroquímica básica, petroquímica derivada y química.
- g).—Seguridad Industrial.
- h).—Cursos de organización y administración industrial.
- i).—Cualesquiera otras actividades directa o indirectamente relacionadas con las industrias petrolera, petroquímica básica, petroquímica derivada y química.

ARTICULO 4o.—El Instituto Mexicano del Petróleo será regido por un Consejo Directivo formado por nueve miembros que serán designados y renovados libremente como sigue:

Cinco por Petróleos Mexicanos;

Uno por la Universidad Nacional Autónoma de México;

Uno por el Instituto Politécnico Nacional;

Uno por el Instituto Nacional de Investigación Científica; y

Uno por el Consejo de Recursos Naturales no Renovables.

Será Presidente del Consejo el Director de Petróleos Mexicanos o uno de sus miembros que él designe. En las sesiones del Consejo el Presidente tendrá voto de calidad. Por cada Consejero propietario se hará, en la misma forma, la designación de un suplente.

ARTICULO 5o.—El Consejo Directivo actuará a través de un Director General que tendrá el carácter de Apoderado General con todas las facultades generales y las especiales que requieran cláusula especial conforme a la ley, sin limitación alguna, en los términos de los tres primeros párrafos del artículo 2554 del Código Civil para el Distrito Federal, aplicable en toda la República en Materia Federal. Tendrá facultades para actos de administración y dominio, para peticiones y cobranzas, para otorgar y suscribir títulos de crédito, pero para ceder, vender, enajenar o gravar los bienes inmuebles que forman el patrimonio del Instituto, será necesario el acuerdo previo del Consejo Directivo autorizándolo para realizar esos actos y, en su caso, el Decreto Presidencial que lo autorice. Tendrá igualmente facultades para formular querrelas en los casos de los delitos que solamente pueden perseguirse una vez llenada esa condición, de acuerdo con los artículos 261 del Código Procesal Penal del Fuero Común y 113 y 120 del Código Federal de Procedimientos Penales, así como para otorgar el perdón extintivo de la acción penal a que se refiere el artículo 53 del Código Penal Federal para esta clase de delitos. Podrá substituir, reservándose su ejercicio, el mandato en todo o en parte, dando cuenta al Consejo.

ARTICULO 6o.—Son facultades del Consejo Directivo:

a).—Nombrar y remover libremente al Director General y conocer de la renuncia de éste.

b).—Nombrar y remover libremente a los Subdirectores que auxilien al Director General en sus funciones, y conocer de sus renunciaciones.

c).—Nombrar y remover al resto del personal de acuerdo con lo que señale el Reglamento. Esta facultad podrá ser ejercida en el Director General.

d).—Acordar la cesión, venta, enajenación o gravamen de los bienes inmuebles que forman parte del Patrimonio del Instituto, acuerdo que deberá ser confirmado por un Decreto del Ejecutivo Federal conforme al artículo 9o.

e).—Aprobar su presupuesto, y programa anuales.

f).—Definir las áreas de investigación y programas técnicos para las secciones de investigación y escuelas de capacitación.

g).—Celebrar sesiones ordinarias por lo menos cada 60 días y extraordinarias cuando el Director cite a ellas; y conocer y resolver los asuntos que el Director o los Consejeros sometan a su consideración.

h).—Expedir los reglamentos que regulen las actividades propias del Instituto.

Para la validez de los acuerdos a que se refieren los puntos a), b) y d), de este artículo, se requiere el voto aprobatorio de seis miembros del Consejo, como mínimo.

ARTICULO 7o.—El patrimonio del Instituto Mexicano del Petróleo estará constituido con los bienes y recursos que a continuación se enumeran:

a).—Un terreno con superficie de 12 hectáreas que le será entregado por Petróleos Mexicanos y que se sitúa en el predio ubicado en la Colonia Industrial-Vallejo, Azcapotzalco, Distrito Federal, que tiene una superficie total de 23-76-53.61 hectáreas y los siguientes linderos y colindancias generales:

Al Norte: en 756.40 metros, con Calzada Azcapotzalco-Villa Moderna; al Sur, en 837 metros con la calle B Poniente; al Oriente, en 325 metros con la Calzada Vallejo; y al Poniente, en 400 metros, con la Avenida de los 100 Metros o del Colector.

b).—La aportación de \$25,000,000.00 que hará Petróleos Mexicanos, destinados a la construcción de edificios, adquisición de equipo y gastos de operación inicial.

c).—Las aportaciones que reciba de las industrias química y petroquímica privadas.

d).—Los ingresos que obtenga derivados de los contratos por servicios de investigación, de asistencia técnica y de los centros de capacitación.

e).—Los demás que adquiera por cualquier título legal.

ARTICULO 8o.—Para los efectos del inciso a) del artículo precedente, se desincorpora del patrimonio de Petróleos Mexicanos el inmueble detallado en el propio inciso, y se incorpora al patrimonio del Instituto Mexicano del Petróleo.

ARTICULO 9o.—El Instituto Mexicano del Petróleo podrá realizar actos de disposición o gravamen de los bienes que integran su patrimonio; pero cuando tengan por objeto bienes inmuebles, requerirá Decreto del Ejecutivo Federal que lo autorice.

ARTICULO 10o.—El Instituto Mexicano del Petróleo administrará su patrimonio conforme a los presupuestos y programas que formule y apruebe anualmente su Consejo Directivo.

ARTICULO 11o.—El Instituto Mexicano del Petróleo no otorgará grados académicos, pero podrá expedir constancias de trabajos y de investigaciones. Los centros de capacitación podrán extender constancias de asistencia a los cursos.

ARTICULO 12o.—El Instituto Mexicano del Petróleo es de la exclusiva jurisdicción federal y las controversias en que sea parte, serán de la competencia de los Tribunales Federales. Queda exento del pago de los impuestos sobre la Renta y sobre Ingresos Mercantiles. Tratándose del Impuesto del Timbre, serán los particulares quienes lo cubran cuando intervengan en los actos y contratos respectivos.

ARTICULO 13o.—Los ingresos y bienes del Instituto Mexicano del Petróleo no estarán sujetos al pago de impuestos, derechos o cargas fiscales, cualquiera que sea el nombre con que se los designe. Gozará dentro de la República, de las franquicias postal y telegráfica de que disfrutaban las oficinas públicas.

TRANSITORIOS

ARTICULO PRIMERO.—Las Secretarías del Patrimonio Nacional, de Hacienda y Crédito Público y de Educación Pública y los Organismos Públicos Petróleos Mexicanos y Consejo Nacional de Recursos Naturales no Renovables, tomarán conjuntamente las medidas necesarias para que el Instituto Mexicano del Petróleo quede constituido dentro de los 90 días siguientes a la fecha de vigencia de este Decreto y para que, dentro del mismo plazo, se le haga entrega formal e inventariada de los bienes que se incluyan en su patrimonio.

ARTICULO SEGUNDO.—Este Decreto entrará en vigor el día siguiente del de su publicación en el "Diario Oficial" de la Federación.

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, a los veintidós días del mes de agosto de mil novecientos sesenta y cinco.—Gustavo Díaz Ordaz.—Rúbrica.—El Secretario del Patrimonio Nacional, Alfonso Corona del Rosal.—Rúbrica.—El Secretario de Hacienda y Crédito Público, Antonio G. La Mota.—Rúbrica.—El Secretario de Educación Pública, Agustín Vázquez.—Rúbrica.

DECIMA QUINTA.—El Concesionario se obliga a someter a la previa aprobación de la Secretaría, todos los contratos que celebre directamente, relacionados con la venta, el arrendamiento y otros actos que afecten el régimen de la propiedad de la radiodifusión.

DECIMA SEXTA.—Con fundamento en el Artículo 40; Artículo 80, fracción III y Artículo 49 de la Ley Federal de Radio y Televisión, el Concesionario se obliga a mantener en buen estado los equipos necesarios para la operación de la estación y a reponerlos en todo o en parte cuando, a juicio de la Secretaría y con plena justificación, dichos equipos no presten con eficacia los servicios a que se contrae la presente Concesión.

DECIMA SEPTIMA.—El Concesionario se obliga a admitir en la estación a estudiantes y pasantes de las carreras relacionadas directamente con la radiodifusión, para efectuar prácticas siempre que se trate de personas que realicen sus estudios en Escuelas reconocidas por el Estado.

DECIMA OCTAVA.—Además de las causas de caducidad a que se refiere el Artículo 30 de la Ley Federal de Radio y Televisión y de las causas de revocación contenidas en el Artículo 31 de la Ley invocada, la presente Concesión será revocable por las siguientes causas:

1.—No prestar con eficacia, exactitud y regularidad el servicio, no obstante el apercibimiento.

2.—Tramitar la Concesión, o los derechos derivados de ella, sin la previa autorización de la Secretaría.

3.—Negarse a efectuar, en forma voluntaria, las transmisiones a que se refieren los Artículos 59, 60 y 62 de la Ley de la Materia.

4.—Cambiar la ubicación de los Estudios o Plantas Emisoras, sin la previa autorización de la Secretaría.

5.—No reunir las condiciones y características a que se refiere el Artículo 50. de la Ley de la materia.

6.—Retransmitir reiteradamente la señal de estaciones ubicadas en el extranjero sin la previa autorización de la Secretaría de Gobernación, a que se refiere el Artículo 65 de la Ley Federal de Radio y Televisión.

DECIMA NOVENA.—La caducidad o la revocación de la presente Concesión será declarada administrativamente por la Ley Federal de Radio y Televisión en su Artículo 35 y, en su caso, se observará lo dispuesto en los Artículos 32, 33 y 34 de la propia Ley.

VIGESIMA.—El Impuesto que cause la presente Concesión será cubierto por el Concesionario, de acuerdo con la Ley General del Timbre.

Dado en el ciudad de México, Distrito Federal, a los ocho días del mes de noviembre del año de mil novecientos sesenta y dos.—El Secretario de Comunicaciones y Transportes, Walter C. Buchanan.—Rúbrica.—El Concesionario, Rafael Rivas Franco.—Rúbrica.

SECRETARIA DEL PATRIMONIO NACIONAL

ACLARACION al Decreto que crea el Instituto Mexicano del Petróleo como Organismo Descentralizado, publicado el 26 de agosto de 1965.

En el "Diario Oficial" de 26 de agosto se publicó el Decreto que crea el Instituto Mexicano del Petróleo como

Organismo Descentralizado, en el cual se omitió al final de las firmas que calzan dicho documento, la siguiente: El Secretario de Comunicaciones y Transportes, José Antonio Padilla Siguera.—Rúbrica.

México, Distrito Federal, a 27 de agosto de 1965.

LA DIRECCION

DEPARTAMENTO DE ASUNTOS AGRARIOS Y COLONIZACION

RESOLUCION sobre dotación de tierras al poblado Chimalapa, en Huimanguillo, Tab.

Al margen un sello que dice: Poder Ejecutivo Federal.—Estados Unidos Mexicanos.—México.— Departamento de Asuntos Agrarios y Colonización.

VISTO para resolver en definitiva el expediente relativo a la dotación de tierras para el poblado denominado Chimalapa, Municipio de Huimanguillo, del Estado de Tabasco, y

RESULTANDO PRIMERO.—Por escrito de fecha 5 de junio de 1964, vecinos del poblado de que se trata solicitan del Gobernador del Estado, dotación de tierras, por carecer de las indispensables para satisfacer sus necesidades económicas. Turnada la solicitud a la Comisión Agraria Mixta, este organismo inició el expediente respectivo, habiendo recibido la recordada solicitud en el Padrón Oficial del Gobierno del Estado de fecha 20 de junio de 1964, sustrayendo copia de notificación; la dotación censal se llevó a cabo el 26 de junio de 1964 con los requisitos de ley, misma que arrojó un total de 81 capatazados en materia agraria, procediéndose a la ejecución de los trabajos técnicos de localización de predios afectables.

RESULTANDO SEGUNDO.—Terminados los trabajos mencionados en el resultado anterior, la Comisión Agraria Mixta emitió su dictamen el 18 de enero de 1965 y lo sometió a la consideración del Gobernador del Estado quien con fecha 20 del mismo mes y año dictó su mandamiento concurriendo a los solicitantes por concepto de dotación de ejido una superficie de 2,929 hectáreas de terrenos propiedad de la nación, clasificados como de temporal, formándose con 1,620 hectáreas, 81 parcelas de 20 hectáreas cada una, para beneficiar a igual número de capatazados; 20 hectáreas para la escuela del lugar; 30 hectáreas para la zona urbana y la superficie restante de 1,259 hectáreas para usos colectivos de los beneficiarios, la posesión provisional se ejerció en forma total el 31 de enero de 1965.

**APENDICE 2: Propuesta de Convenio Editorial
Entre el Instituto Mexicano del
Petróleo y los Autores.**

CONVENIO EDITORIAL QUE CELEBRAN, POR UNA PARTE EL INSTITUTO - -
MEXICANO DEL PETROLEO A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA -
EL IMP, REPRESENTADA POR SU DIRECTOR GENERAL INGENIERO JOSE LUIS
GARCIA-LUNA H., Y _____

_____, AUTOR DE LA OBRA "_____
_____", EN LO SU
CESIVO DENOMINADOS EL "AUTOR" Y LA "OBRA" RESPECTIVAMENTE, DE --
ACUERDO A LAS SIGUIENTES:

DECLARACIONES

PRIMERA.- El IMP tiene la responsabilidad ante Petróleos Mexica
nos de actualizar los conocimientos de los profesionistas de di
cha empresa y del propio IMP, así como mejorar sus aptitudes, --
coadyuvar al desarrollo tecnológico y propiciar la innovación --
tecnológica.

SEGUNDA.- El IMP tiene interés en solicitar la colaboración del
AUTOR en algunos de los aspectos señalados en el párrafo ante -
rior y, en especial, a través de la preparación del material edi
torial para actualizar los conocimientos de los profesionistas -
de Petróleos Mexicanos, el propio IMP y en general de todos los
profesionistas de las industrias petrolera, petroquímica y quími
ca.

TERCERA.- El AUTOR declara que es un trabajador de confianza del
Instituto Mexicano del Petróleo, adscrito a la Subdirección de
_____.

Por su contrato laboral, en su cláusula _____

señala que el IMP es el legal propietario del fruto de sus in -
vestigaciones.

De acuerdo a las declaraciones anteriores, las partes otorgan las siguientes

CLAUSULAS

PRIMERA.- Objeto del Convenio

1.1.- El IMP y el AUTOR convienen en que el objeto del presente convenio es editar la OBRA del AUTOR a que se contrae este Convenio en términos favorables a ambas partes.

SEGUNDA.- Alcances del Convenio

Para el logro del presente Convenio, el Instituto Mexicano del Petróleo manifiesta estar dispuesto a:

1.- Otorgar al AUTOR, por considerarlo adecuado, una remuneración del 30% sobre el precio de venta, pagable al recibir el libro editado.

2.- Elaborar el análisis editorial, diseño y todo el proceso de impresión para entregar esta obra impresa en un lapso de seis meses a partir de la fecha en que el autor entregue los

originales totalmente terminados.

3.- Editar 1,000 ejemplares de la obra.

4.- Diseñar, elaborar y poner en circulación la publicación adecuada para la venta de la obra.

5.- Considerar como precio unitario de la obra, la cantidad de \$ _____, siempre y cuando los costos de producción no hayan aumentado a la firma de este convenio, ya que, en caso contrario, deberá fijarse, un nuevo precio unitario.

El autor se compromete a _____

6.- Entregar los originales terminados totalmente

7.- Firmar al IMP una carta de cesión de derecho en la que especifique, bajo protesta de decir verdad, todas las referencias que mencione en su obra. El IMP no se hará responsable de los delitos en los que incurra el AUTOR por omisión de citas de fuentes de información.

TERCERA.- Vigencia

El presente convenio entrará en vigor el día de su firma y se podrá modificar o dar por terminado, previo aviso que por

escrito de una de las partes.

PREVIA LECTURA Y CON PLENO CONOCIMIENTO de su contenido legal,
se suscribe en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los ____
días del mes de _____ del año de mil novecientos -
ochenta y ____ y se expide en dos originales, conservando un -
ejemplar cada una de las partes.

ING. JOSE LUIS GARCIA-LUNA H.
DIRECTOR GENERAL DEL
INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO

A U T O R

B I B L I O G R A F I A

B I B L I O G R A F I A

- 1.- Bittner, John, "Medios de Comunicación Colectiva"; Prentice-Hall, Inc., Nueva Jersey, E.U.A., segunda Edición, 1980, 442 p.p.
- 2.- Boletín Informativo del Instituto Mexicano del Petróleo, - Editorial IMP, México, Núm. 28, Abril de 1982, 32 p.p.
- 3.- Del Río, Fernando, "La Comunicación en la Ciencia", Revista Ciencia, Ed. Conacyt, México, 1982, Núm.33, págs. 73-84.
- 4.- Diario Oficial de la Federación, Organo del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, México, Tomo - CCLXXI, Núm. 62, 24 de agosto de 1965.
- 5.- Folleto General del Instituto Mexicano del Petróleo, Editorial IMP, México, 1981, 89 p.p.
- 6.- García-Luna, José Luis, "Plan Estratégico de Desarrollo -- del Instituto Mexicano del Petróleo 1984-1988"; Editorial IMP, México, 1984, 72 p.p.
- 7.- IMP Informe Anual de Actividades del Instituto Mexicano del Petróleo, Editorial IMP, México, 1983, 48 p.p.

- 8.- IMP Manual General de Organización del Instituto Mexicano del Petróleo, Editorial IMP, México, 1982, 55 p.p.
- 9.- García Terrés, Jaime, "La Problemática Editorial en México"; Uno más Uno, Editorial Uno, México, 21 de febrero de 1982, pág. 20
- 10.- Warren, Agee, "Introducción a los Medios de Comunicación"; Harper & Row, Publishers, Nueva York, E.U.A., Sexta Edición, 1979, 476 p.p.
- 11.- Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado, Tomo III, Editorial Selecciones del Readers Digest, México, 1979, Decimoquinta edición, pág. 748.
- 12.- IMP Propuestas para Intensificar la Labor Editorial del -- IMP, Subdirección de Desarrollo Profesional, Editorial -- IMP, México, Junio de 1984, 32 pp.
- 13.- La Bandera Carlos; Maya, Antemio "Apoyo Editorial a la Industria Petrolera", Memorias del XIX Congreso Nacional de la Asociación de Ingenieros Petroleros de México, Acapulco, Gro., Editorial IMP, México, 1981, 14 p.p.
- 14.- IMP Proyecto Para el Análisis Organizacional de la Subdirección de Desarrollo Profesional, Editorial IMP, México, 1982, 30 p.p.

- 15.- IMP Proposición para la Publicación de un Boletín Informativo Mensual del IMP, Subdirección de Desarrollo Profesional, Editorial IMP, México, Agosto de 1979, 19 p.p.
- 16.- IMP Propuesta para la Publicación de una Gaceta Informativa Mensual del IMP, Subdirección de Desarrollo Profesional, Editorial IMP, México, Noviembre de 1983, 7 p.p.
- 17.- IMP Acuerdo del Director General para que se Establezca la Nueva Estructura de la Comisión Editorial, Editorial IMP, México, 1983, 5 p.p.
- 18.- IMP Manual de Patentes Registradas, Editorial IMP, México, 1984, 25 p.p.
- 19.- Gándara, Javier, "La Comunicación", Editorial IMP, México, Junio de 1980, 76 p.p.